

Der Mehrwert des Sozialen

Das Dialogmuseum hat eine beachtliche Wirkung auf die Gesellschaft, wie eine umfangreiche Analyse nahelegt

Von Meike Kolodziejczyk

Der gesellschaftliche Mehrwert, der durch soziale Projekte geschaffen wird, lässt sich messen. Social Return on Investment, kurz SROI, nennt sich der Quotient, der sich ergibt, wenn man den gesellschaftlichen Wertbeitrag einer Einrichtung durch die finanziellen Mittel teilt, die der Einrichtung zukommen. Der SROI des Dialogmuseums (DM) Frankfurt beträgt 3,39 Euro. „Ist das jetzt gut?“, fragt sich da wohl nicht nur Klara Kletzka, Gründerin und geschäftsführende Gesellschafterin des DM. Und noch weitere Fragen scheinen ange-

bracht: Wie bitte lässt sich der gesellschaftliche Wertbeitrag einer sozialen Institution wie dem DM quantifizieren, dessen Ziel es ist, Bewusstsein und Akzeptanz für behinderte Menschen zu wecken und deren Integration zu fördern? Und wozu?

Zur ersten Frage: Ja, dieser Wert ist ziemlich ordentlich. Beschreibt er doch, stark vereinfacht, folgenden Zusammenhang: Pro Euro, der dem Museum pro Jahr über Geschäftserlöse, staatliche und städtische Mittel sowie Spenden und Sponsoren zufließt, leistet dieses einen Beitrag, der für die Gesellschaft einen mehr als drei Mal so hohen

Wert hat. Zu diesem Ergebnis kam ein Team des Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmens PWC, das in einem komplizierten Verfahren, auf Basis verschiedener Ansätze, Daten und Annahmen, die Wirkung des Museums analysiert hat. Vier Hauptfunktionen wurden dabei identifiziert: Beschäftigung, Bildung, Inklusion und Tourismus.

Laut der Studie entstehen infolge jeder dieser Funktionen des Museums dem Staat und der Gesellschaft jährlich Einsparungen und zusätzliche Einnahmen in Höhe von mehreren Hunderttausend Euro. Beispiel Beschäftigung: Da von den etwa 30 Voll-

zeitkräften des DM 70 Prozent schwerbehindert sind, seien weniger benachteiligte Menschen arbeitslos mit dem Effekt, dass der Staat Transferleistungen in Höhe von 320 000 Euro pro Jahr einspare und Finanzamt und Sozialkassen 340 000 Euro mehr einnahmen, erläutert Berater Holger Himmel bei der Präsentation der Studie am Montag im Museum. In Sachen Bildung generiert sich der soziale Mehrwert über das persönliche Erleben: Wie ist es, blind zu sein? „Eine Stunde hier ist etwa drei Mal so effizient wie eine Unterrichtsstunde in der Schule“, so Himmel. Die Idee der Inklusion, sei

„wesentlich verständlicher, wenn man das selbst erlebt hat“. Weil das DM für die Belange von behinderten Menschen sensibilisiere, vor allem dafür, „dass Unterschiedlichkeit nicht von Nachteil, sondern von Vorteil sein kann“, seien im Jahr 2013, dessen Daten als Grundlage dienten, in Frankfurt 13 neue Arbeitsplätze für Behinderte geschaffen worden.

„Das sind deutliche Beweise dafür, dass wir wirken“, resümiert Geschäftsführerin Kletzka. Dies sei wichtig, um den Partnern und Sponsoren des DM zu zeigen: „Eure Investition hat sich gelohnt.“ Und um neue Unterstützer zu akquirieren.