

## Hochschule startet Begleitforschung für erstes Sozialkaufhaus in Hannover

fair handeln fair kaufen



Im Rahmen einer interdisziplinären Zusammenarbeit begann im Wintersemester an der Fachhochschule Hannover (FHH) die wissenschaftliche Begleitforschung für das im Januar 2008 eröffnete Sozialkaufhaus in Hannover. Das Sozialkaufhaus mit dem Namen „fairKauf“ reiht sich ein in eine bundesweite Gründungswelle von Gebrauchtwarenhäusern, deren Ziel es ist, gebrauchte Konsumgüter auf einem „zweiten Verkaufsmarkt“ an Menschen mit geringem Einkommen zu niedrigen Preisen zu verkaufen. Während viele Warenhäuser dieses Typs ihre Artikel vor allem an Menschen abgeben, die einen Nachweis über ihre Bedürftigkeit vorlegen müssen, verfolgt „fairKauf“ in Hannover ein anderes Ziel. Durch die Erschließung und Herstellung eines „Markts“ sollen Angebot und Nachfrage entstehen sowie gebrauchsfähige Konsumgüter wieder in einen ökonomischen Kreislauf eingefädelt werden. Angeboten werden Möbel, Textilien und technische Geräte, wobei über einen Ausbau des Sortiments nachgedacht wird. Während die Anbieter hochwertiger gebrauchter Produkte, die sich an das Sozialkaufhaus wenden können, das Gefühl erhalten, „Gutes“ zu tun, ermöglicht das Sozialkaufhaus für die ca. 75.000 Menschen, die in Hannover durch ihr geringes Einkommen als „arm“ gelten, die Teilhabe am Konsum in unserer Gesellschaft. In seiner Rechtsform firmiert das Sozialkaufhaus als Genossenschaft, an der sich jeder durch den Kauf von Anteilen beteiligen kann. Mitfinanziert wird das Sozialkaufhaus durch die Wohlfahrtsverbände Caritas und Diakonie. So entwickelt sich auf der Grundlage eines sozialen Marktgedankens eine neue Form des bürgergesellschaftlichen Engagements.

In ihrer Funktionsweise repräsentieren Sozialkaufhäuser somit einen sozialen Unternehmenstyp, für den sich eine neu zu konzipierende und zu entwickelnde wissenschaftliche Marktforschung lohnt, da sie an der Grenze zwischen Diakoniewissenschaft und

Soziologie auf der einen und Organisationsentwicklung und Betriebswirtschaft auf der anderen Seite angesiedelt sind. Für diese Aufgabe haben Professor Dr. Georg Disterer aus der Fakultät IV – Wirtschaft und Informatik und Professor Dr. Ralf Hoburg aus der Fakultät V – Diakonie, Gesundheit und Soziales mit der Entwicklung von Messinstrumentarien begonnen, um im Rahmen von Käufer- und Straßenbefragungen im Sozialkaufhaus und in der Innenstadt Daten zur Akzeptanz und Werteinstellung zu ermitteln. Die Befragungen an Passanten und Kunden des Sozialkaufhauses werden durch Studierende des Studiengangs Religionspädagogik durchgeführt, die sich im Rahmen des Studien-Moduls „Diakoniewissenschaft“ mit der ökonomischen Entwicklung von Sozialunternehmen und den Transformationsbedingungen im Sozialstaat befassen.



Studierende der Fakultät III – Medien, Information und Design haben sich unter Leitung von Prof. Kay Marlow an der Gestaltung des Eingangsbereichs beteiligt.

Das Ziel der Begleitforschung ist es, durch die Befragungen Erfolgsparameter wie etwa auch den Bekanntheitsgrad des Sozialkaufhauses zu ermitteln und auf einer dritten Ebene durch die Befragung regionaler Wirtschaftsunternehmen Spendenbereitschaft und soziales unternehmerisches Engagement als Teil der Konzepte von Corporate Social Responsibility zu erheben. Die Begleitforschung wird durch Drittmittel der Hanns-Lilje-Stiftung gefördert.

*Ralf Hoburg*

