

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XI
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Danksagung	XVII
Vorwort von Dr. Holger Petersen	XIX
Vorwort von Prof. Günter Koch	XXI
Kurzzusammenfassung	XXIII
1 Einleitung	1
1.1 Problemstellung – Befund	1
1.2 Themenabgrenzung und Forschungsfrage	7
2 Thematische und theoretische Grundlagen	9
2.1 Begriffsverständnis – Definitionen	9
2.1.1 Gemeinwohl und Gemeinwohlökonomie	9
2.1.2 Gemeinwohlbilanz	11
2.1.3 Ethische/Holistische/Universelle Werte	13
2.1.4 Business Case for Sustainability (BCFS)	14
2.2 Ökologische, soziale und ökonomische Problemdimensionen	15
2.3 Triebelemente und Werte der gegenwärtigen Wirtschaftsordnung	20
2.3.1 Rationalität und Weltgesellschaft	20

2.3.2	Das (un-)ethische Element in der Wirtschaft	23
2.3.3	Darlegung der kapitalistischen Funktionsweise und Auswirkungen derselben	27
2.3.4	Überschießende Tendenzen im Kapitalismus	30
2.3.5	Große Transformation als Erweiterung des Begriffs der Nachhaltigkeit	34
2.4	Triebelemente und Werte einer zukünftigen Wirtschaftsordnung.....	38
2.4.1	Humanökologische Bedingungen für eine gesellschaftliche Transformation.....	38
2.4.2	Neuere Konzepte menschlicher Auffassungen von „Welt“	42
2.4.3	Der Handlungsrahmen einer transformierten Wirtschaft	49
2.4.4	Etablierung einer anderen Unternehmenskultur	52
2.4.5	Konzepte für alternatives Wirtschaften und gesellschaftliche Transformation.....	56
2.5	Die Gemeinwohlökonomie	60
2.5.1	Der Verein für Gemeinwohlökonomie	61
2.5.2	Die Gemeinwohlbilanz als Instrument zur Abbildung der sozialen und ökologischen Unternehmensaktivitäten.....	62
2.5.2.1	Gemeinwohlmatrizen bis 4.0.....	63
2.5.2.2	Gemeinwohlmatrix 4.1	63
2.5.2.3	Gemeinwohlmatrix 5.0.....	65
2.5.3	Kritik an der Gemeinwohlökonomie	66
2.6	Der Business Case for Sustainability.....	69
2.6.1	Der Zeithorizont.....	69
2.6.2	Triple-Bottom-Line Success.....	71
2.6.3	Formen des Corporate Sustainability Managements	72
2.6.4	Business Cases for Sustainability	76
2.6.4.1	Definition (in Abgrenzung zum Business Case of Sustainability)	76
2.6.4.2	Treiber des Business Case for Sustainability.....	82
3	Untersuchungsdesign/Methodik.....	85
3.1	Allgemeine Beschreibung des Untersuchungsdesigns – Qualitative Forschung	85

3.2	Qualitative Forschung – Leitfaden-/Experteninterview	87
3.3	Forschungsfeld/Einbezogene Unternehmen	88
3.4	Interviewleitfaden	91
3.5	Durchführung der Interviews	94
4	Ergebnisse	97
4.1	Unternehmenswerte	97
4.2	Die Gemeinwohlökonomie in den Unternehmen	101
4.3	Business Cases for Sustainability	105
4.3.1	Treiber: Effizienzsteigerung bzw. Kostenreduktion	105
4.3.2	Treiber: Reduktion von (Unternehmens-)Risiken	105
4.3.3	Treiber: Umsatz- und Margensteigerung	106
4.3.4	Treiber: Steigerung der Unternehmensreputation und des Markenwertes	107
4.3.5	Treiber: Anziehungskraft auf (potenzielle) Mitarbeiter	108
4.3.6	Treiber: Innovationsfähigkeit	109
4.4	Analyse der Ergebnisse	110
4.4.1	Gemeinsamkeiten	112
4.4.2	Unterschiede	113
5	Diskussion	117
5.1	Unternehmenswerte	117
5.2	Die Gemeinwohlökonomie in den Unternehmen	119
5.3	Business Cases for Sustainability in Unternehmen	120
6	Zusammenfassung und Ausblick	125
7	Literaturverzeichnis	129
8	Anhang	139