

Inhaltsverzeichnis

Danksagung I

Vorwort III

Inhaltsverzeichnis.....V

AbbildungsverzeichnisVII

AbkürzungsverzeichnisVIII

1 Einleitung 1

2 Theoretischer Ansatz und Definitionen..... 3

 2.1 Theorie zu Social Entrepreneurship..... 3

 2.1.1 Entwicklung 3

 2.1.2 Definition 5

 2.2 Der Begriff Marktwirtschaft – Theorie und Definition 8

3 Marktwirtschaft im Wandel 11

 3.1 Ist-Situation 11

 3.2 Wandel der Marktwirtschaft..... 16

4 Social Entrepreneurship als Alternative..... 23

 4.1 Einordnung des Social Entrepreneurship zwischen
 traditionellen Unternehmen und Wohltätigkeitsorganisationen 23

 4.1.1 Vergleich zu traditionellen Unternehmen 25

 4.1.2 Social Entrepreneurship vs. Corporate Social Responsibility 26

 4.1.3 Die Rolle von Wohlfahrtsorganisationen 27

 4.1.4 Social Entrepreneurship..... 28

 4.1.5 Social Business als Sonderform des Social Entrepreneurship 29

 4.2 Aktionsbereiche 30

 4.3 Finanzierung und Erfolgsermittlung 32

 4.4 Profil einer Social Entrepreneurin 36

 4.5 Institutionelle Akteurinnen 37

V

4.6 Mögliche Rechtsformen für Social Entrepreneurships in Deutschland	40
4.7 Fallbeispiel Coffee Circle	42
4.7.1 Entwicklung und Ziele von Coffee Circle	42
4.7.2 Aufbau und Konzept des Unternehmens	44
4.7.3 Entspricht Coffee Circle der Theorie eines Social Entrepreneurship?.....	45
4.8 Kritik	48
5 Chancen und Herausforderungen des Social Entrepreneurship – ein Ausblick.....	51
6 Fazit.....	53
7 Anhang	55
7.1 Weiterführende Links:	55
8 Literaturverzeichnis.....	57