

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	I
Vorwort	III
Inhaltsverzeichnis.....	V
Abbildungsverzeichnis	VII
Abkürzungsverzeichnis	VIII
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

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