

Inhalt

1.	Krisen als Chance – Achtsamkeit als ethischer Handlungsrahmen in der Sozialwirtschaft	9
1.1	Stadt statt Staat – Stärkung der kommunalen Daseinsvorsorge	11
1.2	Lokal denken und global handeln	13
1.3	Neue Anforderungen an die Führungskräfte in der Sozialwirtschaft	16
2.	Grundlagen des Managements in der Sozialwirtschaft	19
2.1	Die Entwicklung in den 70er und 80er Jahren	20
2.2	Die Entwicklung seit 1990	21
2.3	Der Begriff des Managements	22
2.4	Der Begriff der Sozialwirtschaft	25
2.5	Der Gegenstandsbereich der Sozialwirtschaft	26
2.6	Stand der Theorieentwicklung in der Sozialwirtschaft	29
2.7	Sozialmanagement bzw. Management in der Sozialwirtschaft	30
2.8	Managementmodelle in der Sozialwirtschaft	34
2.9	Integriertes Management in der Sozialwirtschaft nach MAELICKE	46
3.	Qualitative Expertenbefragung	51
3.1	Experte Typ 1 – männlich – Bundesgeschäftsführer eines großen Wohlfahrtsverbandes:	52
3.2	Experte Typ 2 – männlich – Führungskraft eines großen Spitzenverbandes der privaten Altenpflege in Deutschland	54
3.3	Experte Typ 3 – männlich – Wirtschaftsethiker und Geschäftsführer einer führenden Ausbildungsakademie für Führungskräfte in der Sozialwirtschaft	57
3.4	Experte Typ 4 – männlich – Vorstandsvorsitzender einer gemeinnützigen Stiftung in der Altenpflege	59
3.5	Experte Typ 5 – männlich – Vorstand einer Sozialbank in Deutschland	61
3.6	Expertin Typ 6 – weiblich – Geschäftsführerin eines Landeswohlfahrtsverbandes	64

3.7	Expertin Typ 7 – weiblich – Pastorin und Geschäftsführerin eines kirchlichen Wohlfahrtsverbandes	65
3.8	Expertin Typ 8 – weiblich – Beigeordnete und Amtsleiterin einer Sozialbehörde in einer deutschen Großstadt.	68
3.9	Expertin Typ 9 – weiblich – Personaldirektorin in einem börsennotieren Pflegeunternehmen der Privatwirtschaft	70
3.10	Expertin Typ 10 – weiblich – Geschäftsführerin eines kirchlichen Wohlfahrtsverbandes in den neuen Bundesländern	72
4.	Corporate Social Responsibility (CSR) als Kriseninterventionsstrategie in der Sozialwirtschaft	77
4.1	Das Konzept der Corporate Social Responsibility (CSR)	77
4.2	CSR im europäischen Kontext	78
4.3	Die Ebenen der CSR	79
4.4	Das Drei-Säulen-Modell (Tripple-Bottom-Line)	80
4.5	Rahmenbedingungen von CSR	81
5.	Der Capability Approach (CA) – ein Handlungsrahmen für Soziale Gerechtigkeit im Management sozialer Unternehmen	83
5.1	Definition des CA	83
5.2	Das CA-Konzept	84
5.3	Die Gerechtigkeitstheorie nach RAWLS	85
5.4	Der CA Ansatz bei SEN	88
5.5	Der CA Ansatz bei NUSSBAUM	88
5.6	Die Konzeption des Guten Lebens	90
6.	Ethik in der Sozialwirtschaft	93
6.1	Ethik und Management	93
6.2	Die Wirtschaftsethik nach ULRICH	95
6.3	Spannungsfeld Ethik und Management in der Sozialwirtschaft	97
7.	Ethik der Achtsamkeit	99
7.1	Der CARE Ethik Ansatz	99
7.2	Die GILLIGAN-KOHLBERG CARE-Ethik Debatte	101
7.3	Der CARE-Ethik Ansatz nach TRONTO	103
7.4	CARE Ethik versus Gerechtigkeitsethik	105
7.5	Take CARE – Ethik der Achtsamkeit	106

8.	Management der Achtsamkeit als ethischer Handlungsrahmen	109
8.1	Achtsamkeit im Buddhismus	109
8.2	Achtsamkeit in der Psychologie	112
8.3	Wertschöpfung durch Wertschätzung	114
8.4	Aktueller Stand der Werteforschung	114
8.5	Werte und Wertewandel	116
8.6	Der Wertebegriff	117
8.7	Wertehaltungen	119
8.8	Interne Wertschöpfungsprozesse	120
8.9	Externe Wertschöpfungsprozesse	122
8.10	Wertehaltung von Führungskräften in der Sozialwirtschaft	123
8.11	Wertemanagement in sozialen Unternehmen	124
8.12	Management der Achtsamkeit	125
8.13	Einführung eines Management der Achtsamkeit	129
9.	Management der Achtsamkeit in der Sozialwirtschaft	133
9.1	Soziale Legitimation ist der Kern sozialwirtschaftlicher Dienstleistungen	133
9.2	Führungskräfte haben eine Vorbildfunktion und Verantwortung für Werte	133
9.3	Achtsamkeit – Basisanforderung in der sozialen Dienstleistungserbringung	134
9.4	Treue Haushalterschaft als Leitbild für ein Management der Achtsamkeit	134
9.5	Management der Achtsamkeit analysiert Werteprozesse, setzt auf überprüfbare und wirksame Instrumente und steuert ethische Reflexion und gelebtes Wertemanagement im Alltag	135
9.6	Achtsamkeitsmanagement orientiert sich an Ganzheitlichkeit, beinhaltet eine akzeptierende und nicht urteilende Haltung und erhöht die Kompetenz von Führungskräften	135
9.7	Leitbildprozesse und steigende Sinn- und Wertevermittlung haben in der Wohlfahrtsökonomie eine hohe Relevanz	136
9.8	Management der Achtsamkeit setzt die Fähigkeit zur Selbstreflexion voraus	136

Inhalt

10. Resümee	137
11. Abbildungen	141
12. Literatur	143
13. Der Autor	155