

Inhalt

Einleitung	7
1 Die Krise der industriellen Lösungen	15
Soziale Innovation als aktuelle Utopie	17
Katalog der gesellschaftlichen Herausforderungen ...	25
Innovationsstau und Wissensgesellschaft	35
2 Kleine Geschichte der Zukunftsträume	
vom Miteinander	57
Vom Wünschen und Träumen des Neuen	59
Sozialutopien – so aktuell wie nie	99
3 Mehr als Zukunftsmusik – Social Business	107
Von der Notwendigkeit einer neuen »Wir-Kultur«	108
Sozialunternehmer – wer ist das?	112
Social Business und seine Beziehungen zu	
Markt, Staat und Drittem Sektor	116
Die Macher des Neuen – Vorreiter des	
Social Business	119
4 Neues wagen – Beispiele für gelebte	
soziale Kreativität	151
Wie gute Social Businesses gefunden	
werden können	156

Gelebte soziale Kreativität –	
Beispiele konkreter Utopien	162
Vom neuen Miteinander	177
Professionalisierung und andere Gefahren	187
Wie sich lösungsorientierte Gemeinschaften organisieren lassen	196
5 Social Business erfolgreich aufgesetzt	205
Ökonomie der Gemeingüter	208
Die Frage nach den Zukunftsszenarien	219
Vom Ehrenamt zum Social Business	229
Zur Persönlichkeitsentwicklung von Sozialunternehmern	235
Social-Business-Pläne und das MIND-Beratungsmodell	242
 Anhang	
Anmerkungen	253
Ausgewählte Literatur	262
Zitierte Websites	265
Dank	267