



Reinhard Fischer

Mit Werten wirtschaften

Praxismodell Gemeinwohlökonomie

Wissenschaftliche Beiträge
aus dem Tectum Verlag

Reihe Wirtschaftswissenschaften

Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag

Reihe Wirtschaftswissenschaften

Band 89

Reinhard Fischer

Mit Werten wirtschaften **Praxismodell Gemeinwohlökonomie**

Mit Vorworten von Dr. Holger Petersen und Prof. Günter Koch

Tectum Verlag

Reinhard Fischer

Mit Werten wirtschaften. Praxismodell Gemeinwohlökonomie

Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag

Reihe: Wirtschaftswissenschaften; Bd. 89

© Tectum – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2019

E-PDF 978-3-8288-7246-2

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Werk unter der ISBN

978-3-8288-4310-3 im Tectum Verlag erschienen.)

Umschlaggestaltung: Tectum Verlag unter Verwendung des Bildes

621237140 von Circlephoto| shutterstock.com

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet

www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Gleichberechtigung ist mir sehr wichtig!

Ich bin mir auch ihrer sprachlichen Implikationen sehr bewusst.

Der Lesbarkeit willen habe ich aber dennoch, von seltenen Ausnahmefällen abgesehen, darauf verzichtet, männliche und weibliche Formen personenbezogener Hauptwörter gleichzeitig zu verwenden. Ich ersuche die Leser/innen, mir dies nachzusehen.

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

Abkürzungsverzeichnis

ATTAC	Association pour une Taxation des Transactions financières pour l' Aide aux Citoyens
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BCfS	Business Case for Sustainability
Cap	lat.: Caput; Kopf
CFP	Corporate Financial Performance
CSP	Corporate Social Performance
CSR	Corporate Social Responsibility
EMAS	Eco Management and Audit Scheme
GWB	Gemeinwohlbilanz
Gt	Gigatonnen
GWÖ	Gemeinwohlökonomie
ILO	International Labour Organization
IPCC	International Panel on Climate Change
NFI-RL	Nicht-Finanzielle-Informations-Richtlinie
u.a.	unter anderem

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Planetare Grenzwerte für neun Schlüsseldimensionen (Rockström et.al, 2009)	17
Abbildung 2	Zusammenhang zwischen gesundheitlichen/ sozialen Problemen und der Einkommensungleichverteilung (Wilkinson, 2010 (b), 15)	30
Abbildung 3	Ulrichs zweistufiger Ansatz der Unternehmensethik (Pech, 2008)	56
Abbildung 4	Wirtschaftliche Ausrichtung nachhaltiger Geschäftsmodelle (Ahrend, 2016, 230)	75
Abbildung 5	Überblick über die sechs Kriterien der unternehmerischen Nachhaltigkeit (Dyllick, Hockerts, 2002, 138)	78
Abbildung 6	Potenzielle Zusammenhänge zwischen ökonomischem Erfolg und öko-sozialen Maßnahmen (Schaltegger, Burritt, 2005)	80

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Problemdimensionen im 21. Jahrhundert	18
Tabelle 2	Unternehmen und interviewte Personen	96
Tabelle 3	Genannte Unternehmenswerte und Anzahl der Nennungen	100
Tabelle 4	Nennungen von Treibern für BCfS durch die einzelnen Unternehmen	111