

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Prolog | 9 |
| 1 Unternehmertum und Gesellschaft | 15 |
| 1.1 Die große Verwirrung | 16 |
| 1.2 Die Bedeutung von Unternehmertum | 19 |
| 1.2.1 Nachhaltigkeit als Herausforderung | 20 |
| 1.2.2 Grundrechte der Unternehmer versus regulierende Eingriffe des Gesetzgebers | 21 |
| 1.3 Der Gestaltungsraum der Unternehmerin und des Unternehmers | 22 |
| 1.3.1 Das Grundgesetz und die Unternehmerrechte | 23 |
| 1.3.2 Die Unternehmerin und der Unternehmer in der Sozialen Marktwirtschaft | 26 |
| 1.4 Zahlen lügen nicht – die Bilanz als Erfolgsnachweis von Unternehmen | 27 |
| 1.4.1 Der Charakter von Aktiva und Passiva | 29 |
| 1.4.2 Das Phänomen <i>Eigenkapital</i> | 29 |
| 1.5 Macht und Rechte der Unternehmerinnen und Unternehmer | 34 |
| 1.5.1 Das Herrschaftsrecht und die Führungsfrage | 36 |
| 1.5.2 Das Verkaufsrecht und die Verwertungsfrage | 36 |
| 1.5.3 Das Gewinnrecht und die Verteilungsfrage | 38 |
| 1.6 Auf dem Weg zur nichtfinanziellen Berichterstattung | 38 |
| 1.7 Das treuhänderische Selbstverständnis – ein Angebot | 40 |
| 2 Die Betriebswirtschaftslehre als Referenzsystem | 43 |
| 2.1 Eine Disziplin auf dem Prüfstand | 43 |
| 2.2 Die Volkswirtschaftslehre als Vorläufer der Betriebswirtschaftslehre | 48 |
| 2.2.1 Adam Smith und die unsichtbare Hand des Marktes | 48 |
| 2.2.2 Karl Marx und die Frage nach dem Mehrwert | 50 |
| 2.2.3 David Ricardo und die komparativen Kosten | 51 |
| 2.2.4 Die Erfindung der »juristischen Person« | 52 |
| 2.2.5 Die Geburtsstunde des Homo oeconomicus | 53 |
| 2.2.6 Die Kapitalismusvision von Joseph A. Schumpeter | 54 |
| 2.3 Eine Ideengeschichte der BWL | 54 |
| 2.3.1 Das Wesen des Unternehmens nach Gutenberg | 55 |
| 2.3.2 Strategisches Management | 56 |
| 2.3.3 Von der Absatzwirtschaft zum Marketing | 60 |
| 2.3.4 Die Neue Institutionenökonomik | 61 |
| 2.3.5 Die Informationsökonomik | 62 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 2.4 | Die Überwindung der Paradigmen – ein notwendiger Schritt | 64 |
| 2.4.1 | Das Stakeholder-Shareholder-Framing | 67 |
| 2.4.2 | Entwurf einer Stakeholder Economy | 70 |
| 2.4.3 | Purpose-Unternehmen und Steward Ownership | 72 |
| 2.5 | Die Gewinnerzielung als Nebenbedingung – ein zwingender Paradigmenwechsel | 74 |
| 2.5.1 | Vom Mythos zu Maß und Mitte | 76 |
| 2.5.2 | Die elementare Funktion des Gewinns | 77 |
| 3 | Perspektiven für ein holistisches Unternehmertum | 79 |
| 3.1 | Wertbildende Unternehmerinnen und Unternehmer | 79 |
| 3.1.1 | Schöpferische Zerstörer | 80 |
| 3.1.2 | Arbeiten am System | 81 |
| 3.1.3 | Die Bedeutung des dispositiven Faktors | 82 |
| 3.1.4 | Unternehmertum mit allen Sinnen | 83 |
| 3.2 | Das Unternehmertum und der Gewinn | 84 |
| 3.2.1 | Ohne Gewinn keine Zukunft | 86 |
| 3.2.2 | Gewinn diesseits des Maximums | 89 |
| 3.2.3 | Der Gewinn und das Eigenkapital | 91 |
| 3.3 | Das Wesen von Organisationen | 92 |
| 3.3.1 | Der Abschied von der Maschine | 94 |
| 3.3.2 | Das Unternehmen als lebendiger Organismus | 99 |
| 3.3.3 | Person und Persönlichkeit von Organisationen | 101 |
| 3.3.4 | Die Organisation als autopoietisches System | 103 |
| 3.4 | Das Rechnungswesen: Neue Bilder für das Unternehmen | 107 |
| 3.4.1 | Von der GuV zur Wertschöpfungs-/Wertbildungsrechnung | 108 |
| 3.4.2 | Die Wertschöpfungsrechnung | 110 |
| 3.4.3 | Von der Kostenstellenrechnung zur Leistungsstellenrechnung | 113 |
| 3.4.4 | Das Rechnungswesen – ein Rück- und ein Ausblick | 117 |
| 4 | Unternehmertum in Resonanz mit Mensch und Umwelt | 121 |
| 4.1 | Der Wert von Arbeit – ein Impuls aus der Soziologie | 122 |
| 4.2 | Führungskultur im 21. Jahrhundert | 124 |
| 4.2.1 | Führungskräfte sind auch nur Menschen – Anspruch und Wirklichkeit | 125 |
| 4.2.2 | Unternehmer und Manager – eine sinnvolle Unterscheidung | 128 |
| 4.2.3 | Das universelle Konzept »Servant Leadership« | 132 |
| 4.3 | Was Mitarbeitende wirklich bewegt | 135 |
| 4.4 | Götz W. Werner – Unternehmer haben die Wahl | 138 |
| 4.5 | Selbstverwirklichung – ein Grundbedürfnis | 141 |
| 4.6 | Das Unternehmen als soziale Plastik | 144 |
| 4.7 | Das Unternehmen im lebendigen Organismus von Welt | 149 |
| 4.7.1 | Die Einpreisung externalisierter Kosten | 150 |
| 4.7.2 | Die Ökologische Ökonomie und das Naturkapital | 153 |

| | | |
|--------------------|--|------------|
| 4.8 | Die Natur als Rechtssubjekt | 155 |
| 4.9 | Impulse aus Soziologie, Philosophie und Ethik | 158 |
| 4.9.1 | Anthropozentrik, Ökozentrik und Holozentrik | 160 |
| 4.9.2 | Würde und Sorge/Care | 161 |
| 5 | Die Werttreiber im Recht | 163 |
| 5.1 | Herausforderungen im Gesellschaftsrecht | 166 |
| 5.1.1 | Die Trennung von Eigentum und Führung | 167 |
| 5.1.2 | Der Verlust von Bindung | 169 |
| 5.2 | Die Familiengesellschaft unter Handlungsdruck | 174 |
| 5.2.1 | Die innere Logik von Familienunternehmen | 175 |
| 5.2.2 | Die Konstruktion der Doppelstiftung | 177 |
| 5.3 | Die Gesellschaft mit gebundenem Vermögen | 178 |
| 5.3.1 | Großer Bedarf an einer neuen Rechtsform | 179 |
| 5.3.2 | Gewinn ohne Zugriff | 183 |
| 5.3.3 | Ein treuhänderisches Grundverständnis | 184 |
| 5.4 | Ausblick – Das Gesellschaftsrecht als Gestaltungsraum | 185 |
| 6 | Holistisches Unternehmertum – wider die Beziehungslosigkeit | 187 |
| 6.1 | Neuzeitliches Denken – eine Kritik | 187 |
| 6.2 | Neuzeitliches Denken und die Betriebswirtschaftslehre | 191 |
| 6.3 | Ein möglicher Richtungswechsel | 192 |
| 6.4 | Der Wert von Beziehungen | 194 |
| 6.5 | Die Werttreiber – eine Persona | 196 |
| 6.6 | Für alles, was lebt | 199 |
| Dank | | 201 |
| Literatur | | 205 |
| Die Autoren | | 219 |