

# Wertschöpfung neu denken

Eine begrenzter Blick auf Ansätze, die die Wertschöpfungsperspektive erweitern

**Workshop 6: Wandel des  
unternehmerischen Selbstverständnisses**

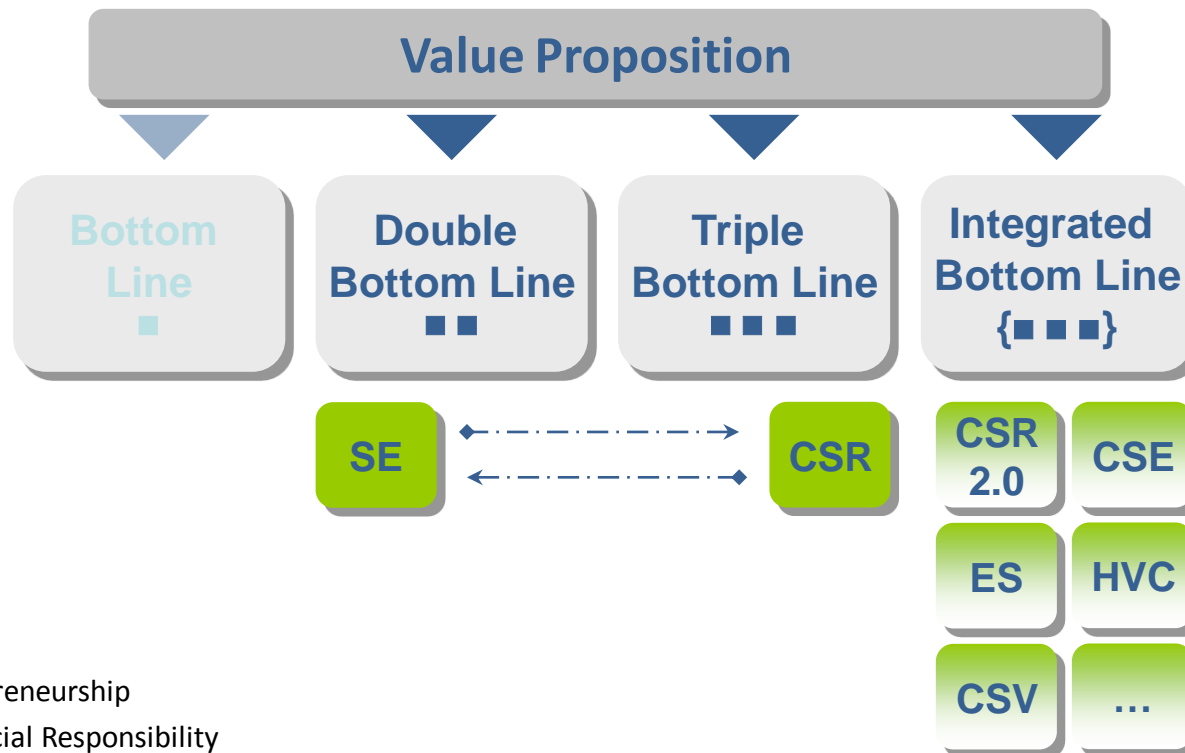


Was bewegt?  
Jahrestagung von IÖW und VÖW  
Berlin, 8.-9. März 2012  
Jana Gebauer

IÖW – Institut für ökologische Wirtschaftsforschung, Berlin



# Wertschöpfung alt und neu gedacht



SE..... Social Entrepreneurship

CSR..... Corporate Social Responsibility

CSR 2.0... Corporate Sustainability and Responsibility/ Systemic CSR

CSE..... Corporate Social Entrepreneurship

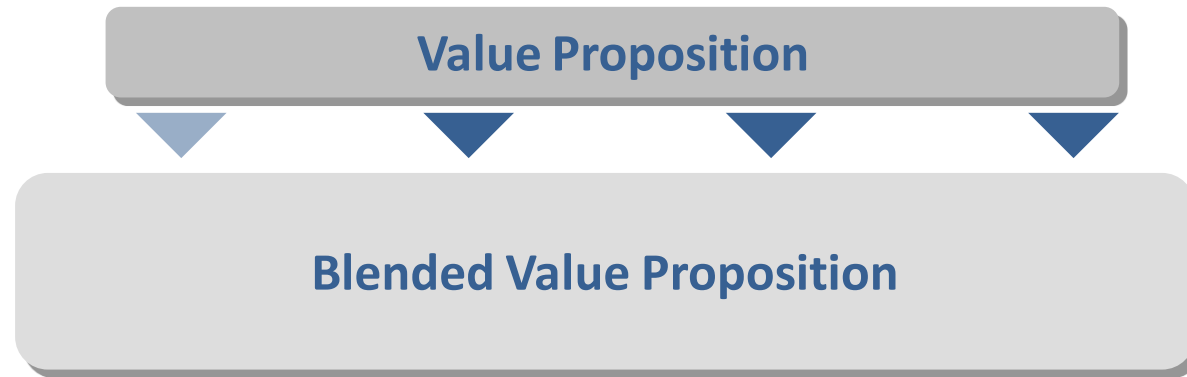
ES..... Embedded Sustainability

HVC..... Hybrid Value Chain

CSV..... Creating Shared Value

# Wertschöpfung alt und neu gedacht

---





# Gemeinsame Perspektive der Ansätze

---

- **Ansätze von “CSR light” und reiner Charity-Orientierung sollen ersetzt und die Art und Weise des Wirtschaftens grundlegend transformiert werden**
- **indem unter Bezug auf globale politisch-gesellschaftliche Zielsetzungen nicht nur einzelbetrieblicher, sondern gleichzeitig gesellschaftlicher Wert angestrebt wird**
- **wobei „der Wert“ entlang der gesamten Kette gemeinsam mit den Wertschöpfungspartnern generiert werden soll (co-creation, collaboration)**
- **sodass durch progressive Allianzen und sektorübergreifende Partnerschaften Schlüsselkompetenzen, Ressourcen und Fähigkeiten der Akteure wirksam eingesetzt werden**
- **um Innovationen hervorzubringen**
  - als Lösungen für soziale, ökologische, ökonomische Herausforderungen
  - als unerlässliche Produkte zur echten Bedürfnisbefriedigung
  - für den Zugang unterversorgter Bevölkerungsschichten und Regionen
  - zur Inspiration durch Best Practice

# Gemeinsame Perspektive der Ansätze

---



**Value Proposition**



**Blended Value Proposition**



**Gemeinsame Wertschöpfungsverantwortung**

# Referenzen

---



- Ashoka (o.J.): Defining Social-Business Hybrid Value Chains,  
[http://www.ashoka.org/sites/ashoka/files/HVCdefinition\\_0.pdf](http://www.ashoka.org/sites/ashoka/files/HVCdefinition_0.pdf) [letzter Zugriff 0.03.2012]
- Austin, J./ Reficco, E. (2009): Corporate Social Entrepreneurship, in: *Ökologisches Wirtschaften*, 2/2009, ökom.
- Emerson, J./ Bonini, S. (2003): The Blended Value Map: Tracking the Intersects and opportunities of Economic, Social and Environmental Value Creation, <http://www.blendedvalue.org> [letzter Zugriff 07.03.2012]
- Elkington, J. (1998): *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21<sup>st</sup> Century Business*, New Society Publishers.
- Laszlo, C./ Zhexembayeva, N. (2011): *Embedded Sustainability. The Next Big Competitive Advantage*, Greenleaf.
- Porter, M. E./ Kramer, M. R. (2011): *Creating Shared Value. How to reinvent capitalism – and unleash a wave of innovation and growth*, in: *Harvard Business Review*, Jan-Febr 2011
- Visser, W. (2011): *The Age of Responsibility: CSR 2.0 and the New DNA of Business*, Wiley.

# Vielen Dank.

Jana Gebauer

IÖW – Institut für ökologische  
Wirtschaftsforschung, Berlin  
jana.gebauer@ioew.de

09. März 2012

