

1 Social Entrepreneurship: Stand der Forschung

Da eine eindeutige Darstellung des Themenfeldes Social Entrepreneurship schwierig ist, soll im Nachfolgenden zunächst der relevante, kontextuelle Horizont gespannt werden und in einem zweiten Schritt die für diese Publikation gültige Definition des Untersuchungsgegenstandes erfolgen.

Der akademische Diskurs lässt sich schwer einer Fachdisziplin zuordnen. Grob lassen sich jedoch drei Richtungen erkennen:

- Zum einen befassen sich die Ökonomen mit sozialen Unternehmen und betrachten sie als eine besondere Form eines Unternehmens. Dieser Strang bedient sich vor allem aus der ökonomischen Entrepreneurshipforschung und überträgt deren Modelle und Methoden.
- Zum anderen sondieren pädagogische, psychologische oder sozialwissenschaftliche Disziplinen das Feld und sehen in der Nutzung eines betriebswirtschaftlichen Instrumentariums zur Organisation sozialer Zusammenhänge und Unternehmen eine nicht mehr rückgängig zu machende und notwendige Entwicklung.
- Der dritte Pfad ist durch eine eher gesellschaftssoziologische oder politische Auseinandersetzung gekennzeichnet. Hier steht Social Entrepreneurship im Zusammenhang der Umverteilung von Verantwortlichkeiten zur Gestaltung einer sozialen Gesellschaft und der zukünftigen Rolle von Bürgerschaftlichen Engagements. Der Begriff Social Entrepreneurship fokussiert nun vor allem die Entwicklung innovativer Aspekte im dritten Sektor. Dritter Sektor meint dabei die Organisationslandschaft zwischen den Sektoren Staat und Markt (vgl. etwa BIRKHÖLZER, KRAMER, 2004).

Das durch die MERCATOR STIFTUNG geförderte empirisch angelegte Teilprojekt »Social Entrepreneurship im etablierten Wohlfahrtsstaat: Lückenbüßer oder Innovationsinkubator?«¹³ ist in diesem Zusammenhang ein seltenes Beispiel für ein Forschungsvorhaben, welches sich disziplinär eindeutig der Entrepreneurshipforschung zuordnen lässt und gleichzeitig die Entwicklungsperspektiven des deutschen Wohlfahrtsstaates reflektiert.

Durch die Anzahl und Zunahme an möglichen Perspektiven innerhalb des Forschungsfeldes in den vergangenen Jahren wachsen der Deutungshorizont und Bezugsraum. Dabei weisen u.a. NICHOLLS oder MAIR darauf hin, dass trotz unterschiedlicher Perspektiven vor allem die Differenz zwischen Social Entrepreneurship und Entrepreneurship das konstitutive Merkmale darstellt. Eine Bezugnahme auf gewinnorientiertes Unternehmertum verdeutlicht die Besonderheiten und Unterschiede von Social Entrepreneurship (vgl. NICHOLLS 2006a, S.7 oder MAIR, NOBOA, 2003, S.2).

¹³ Die Stiftung Mercator hat 2009 etwa einen nationalen Forscherverbund zum Thema „Innovatives Soziales Handeln – Social Entrepreneurship“ gegründet. Ziel ist es herauszufinden, ob und inwieweit „Social Entrepreneurship“ in Deutschland als Modell für sozialunternehmerisches Handeln dienen kann. Der Mercator Forscherverbund besteht aus vier Projekten an acht deutschen Universitäten. Dabei befasst sich vor allem das empirische Teilprojekt „Social Entrepreneurship im etablierten Wohlfahrtsstaat: Lückenbüßer oder Innovationsinkubator?“ der Universitäten Bochum (PROF. DR. ROLF G. HEINZE) und Konstanz (DR. STEPHAN GROHS) am Beispiel der gesellschaftlichen Sektoren Bildung und Altenhilfe/-pflege mit folgenden Schwerpunktsetzungen: Erfüllen die identifizierten Social Entrepreneurship-Initiativen lediglich eine Lückenbüßer-Funktion oder stoßen sie Innovationen an, die auch auf andere etablierte Bildungsanbieter, Wohlfahrtsproduzenten und Leistungsträger ausstrahlen? U.a. sollen folgende Fragen beantwortet werden: Welche Rolle kann „Social Entrepreneurship“ im etablierten System der Wohlfahrtsproduktion spielen? Wie kann Social Entrepreneurship produktiv in etablierte Strukturen eingepasst und Kooperationsstrukturen aufgebaut werden, die etablierte und neue innovative Lösungen ermöglichen? Wie sind die Rechtsprobleme dieser Hybridität zwischen Arbeitsteilung und Wettbewerb zu lösen? (Vgl. <http://www.stiftung-mercator.de/social-entrepreneurship>).

Auf einer Handlungsebene, neben der wissenschaftlichen Reflexion, findet Social Entrepreneurship als beobachtbares Phänomen statt und Strukturen und eine Öffentlichkeit entwickeln sich. So gibt es Unterstützerorganisationen, wie die internationale Organisation ASHOKA oder die SCHWAB-Stiftung, die die öffentliche Wahrnehmung bezüglich des Verständnisses von Social Entrepreneurship maßgeblich prägen. Hier ist eine starke Fokussierung auf die Initiatoren von sozialen Unternehmen vorhanden. So beeinflussen etwa MUHAMMAD YUNUS, Gründer der Mikrokredite vergebenden Grameen Bank, und BILL DRAYTON, Gründer der internationalen ASHOKA Organisation, das Bild des erfolgreichen Social Entrepreneurs und inspirieren damit wiederum vor allem die Forschung im US-amerikanischen und britischen Raum (vgl. MARTIN 2004, S.15).

1.1 Die Ökonomie entdeckt das Soziale

In den USA und in England beschäftigen sich Forschung und Lehre seit etwa Mitte der 90er Jahre mit den Besonderheiten von Social Entrepreneurship und der Ausbildung zum Social Entrepreneur. Dabei ist die Blickrichtung eindeutig: Die Ökonomie befasst sich mit der grundsätzlichen Frage, ob der Einsatz betriebswirtschaftlicher Prinzipien zur Lösung gesellschaftlicher, ökologischer oder sozialer Probleme möglich ist und wie dieser gestaltet sein muss. Auch die Studienangebote richten sich folglich vermehrt an Studierende der Wirtschaftswissenschaften. Dabei besteht trotz der wirtschaftswissenschaftlichen Verortung des Themenkomplexes Konsens darüber, dass es nicht ausreicht, wirtschaftlich erfolgreiche Unternehmensmodelle unmittelbar auf Social Entrepreneurship zu übertragen. Denn andere Rahmenbedingungen und andere Anforderungen erfordern auch andere Unternehmensführungsstrategien und Qualifizierungen (vgl. etwa DEES, 2001). Einige hundert Universitäten bieten in den USA Kurse in Social Entrepreneurship an. Hierzu gehören u.a. Harvard, Stanford, Yale und Duke (vgl. BORNSTEIN 2004). Auch in Deutschland erfährt das Phänomen in jüngster Zeit mehr Aufmerksam-

keit, wird jedoch generell als sehr junges Forschungsfeld bezeichnet (vgl. ACHLEITNER 2007a, S.67). Dabei betrachtet der Strang der Forschung, dessen Wurzeln in der Ökonomie liegen, Social Entrepreneurship als ein Spezialgebiet der allgemeinen Gründungsforschung. Unternehmensgründungen sind bereits seit langer Zeit Gegenstand wissenschaftlicher Auseinandersetzungen und wurden schon sehr früh sowohl international als auch in Deutschland untersucht. Zu nennen sind etwa internationale Klassiker wie CANTILLION (um 1755), SAY (um 1805) und SCHUMPETER (um 1934). Häufig wird insbesondere SCHUMPETERS Definition eines „Entrepreneurs“ auf den „Social Entrepreneur“ übertragen.

Doch auch wenn sich historische Bezüge herstellen lassen, wird auch die allgemeine Gründungsforschung in Deutschland oft als junges Forschungsgebiet bezeichnet und die Studie *»Stand und offene Fragen der Gründungsforschung«* von 2008 weist diesbezüglich darauf hin, dass sich die deutschsprachige allgemeine Gründungsforschung erst seit der Einrichtung der ersten Gründerlehrstühle 1998 und der Vernetzung mit dem Gründungsforschungsforum systematisch entwickelt hat (vgl. WITT 2006, S.4). Dabei haben sich rückblickend vor allem die Wirtschaftswissenschaften (etwa PICOT, LAUB, SCHNEIDER, 1989) die Psychologie (etwa BROCKHAUS, 1980) und die Soziologie (etwa BRÜDERL, PREISENDÖRFER, ZIEGLER, 1996) an dieser Forschung beteiligt. Interdisziplinäre Ansätze, in denen Perspektiven und Theorien aus mehreren Disziplinen einen fachübergreifenden Blick auf Unternehmensgründungen werfen, kommen insgesamt nach wie vor selten vor (vgl. WITT, 2006, S.4). Auch wenn es in der allgemeinen Gründungsforschung noch unentdecktes Land gibt, kann sie mittlerweile vielfältige Ergebnisse und Theorien aufweisen und hat sich dem Thema aus unterschiedlichsten disziplinären Perspektiven und mit verschiedenen Schwerpunktsetzungen genähert.

Dies ist bei der Erforschung von Social Entrepreneurship anders. Der wissenschaftliche Kreis in Deutschland ist bislang überschaubar und eben oft durch betriebs- oder finanzwirtschaftliche Aspekte gekennzeichnet. Von den insgesamt 60 existierenden Lehrstühlen für Entrepreneurship in Deutschland haben die wenigsten das Thema bislang für sich entdeckt. Ausnahmen bilden z.B. der KfW-Stiftungslehrstuhl für Entre-

preneurial Finance in München oder das Centrum für soziale Investitionen und Innovationen an der Universität Heidelberg. Im November 2010 wurde an der Wiesbadener EBS Universität für Wirtschaft und Recht der Lehrstuhl für Social Business gegründet. Es handelt sich um einen von Danone gestifteten Lehrstuhl. Der Friedensnobelpreisträger MUHAMMAD YUNUS ist Schirmherr dieses Lehrstuhls. Auch der Förderkreis Gründungsforschung e.V. hat eine Arbeitsgruppe „Social Entrepreneurship“ gegründet, deren Mitglieder sich erstmal 2007 in Hamburg trafen. 2009 wurde an der Leuphana Universität Lüneburg ein Lehrstuhl für Social Entrepreneurship eingerichtet. Studienangebote wie etwa die Ringvorlesung „Social Entrepreneurship - Unternehmerische Ideen für eine bessere Gesellschaft“ im Wintersemester 2007/2008 an der Universität Rostock konturieren in der Hochschullandschaft das thematische Feld. Die derzeit umfangreichste deutschsprachige Publikation lautet „Finanzierung von Sozialunternehmen“ und wurde von ANN-KRISTIN ACHLEITNER, Professorin für Entrepreneurial Finance an der TU München, verfasst. Die ehemalige McKinsey Beraterin befasst sich u.a. mit den Möglichkeiten der Messung, Dokumentation und Kommunikation sozialen Erfolgs, als wichtige Voraussetzung, private Investoren als Unterstützer sozialer Unternehmen gewinnen zu können.

1.2 Das Soziale entdeckt die Ökonomie

Im vorangegangenen Abschnitt wurde dargestellt, dass zurzeit das Feld Social Entrepreneurship häufig durch eine ökonomische Brille betrachtet wird. Eine andere Logik der wissenschaftlichen Verortung ist jedoch die Behandlung des Themas aus einer sozialarbeiterischen Perspektive. Hier bildet nicht die Entdeckung des Sozialen aus betriebswirtschaftlicher Perspektive den Ausgangspunkt, sondern es zeichnet sich im Zusammenhang mit der Debatte um den Wandel des Sozialstaates und der Ökonomisierung des Sozialen eine umgekehrte Bewegung ab: Das „Soziale“ nutzt zur Erfüllung seiner Aufgaben betriebswirtschaftliche Instrumente. Für zunehmend mehr soziale Institutionen (z.B. Krankenhäuser

oder Altenheime) entsteht die Notwendigkeit, die Wirtschaftlichkeit ihrer Leistungen zu berechnen. Es müssen Konzepte entwickelt werden, die eine Synthese aus dem sozialen Anspruch und der Erwirtschaftung der benötigten finanziellen Mittel zum Aufbau und Erhalt der Institution bilden. Zu beobachten ist, dass auf die Krise der öffentlichen Finanzen viele soziale Organisationen mit einer Professionalisierung ihres Managementprozesses reagieren (vgl. GERGS, 2007 S.173 ff.). In diesem Zusammenhang werden in der Literatur, Forschung und Praxis seit Ende der 80er Jahre unterschiedlichste Ansätze in ihrer Bedeutung für die Organisation des Sozialmarktes thematisiert, erforscht und erprobt. Ansätze des Qualitätsmanagements, des Controllings, des Rechnungswesens oder der Organisations- und Personalentwicklung haben längst Einzug in viele Praxisfelder der sozialen Arbeit gefunden. So befassen sich beispielsweise die Autoren der Publikationen »Finanzierung sozialer Einrichtungen und Dienste« (Kolhoff, 2002) und »Betriebswirtschaftslehre für Sozialunternehmen« (Schellberg, 2004) mit der Übertragbarkeit und Anpassung betriebswirtschaftlicher Strategien in den sozialen Dienstleistungssektor. Vereinzelt sind Ansätze zu finden, die sich mit Existenzgründungen in der Sozialen Arbeit befassen (vgl. z.B. SCHEIBE-JAEGER, 1999, KLÜSER 2009, oder ROTHFISCHER, u.a. 2004). Diese Publikationen befassen sich vor allem mit Chancen und Risiken einer selbstständigen Tätigkeit im sozialen Bereich und verstehen sich als eine Art Handlungsanleitung für potentielle Gründer. Laut des Instituts für Selbstständige in der Sozialen Arbeit liegt der Anteil an Selbstständigen in der Sozialen Arbeit bei 6% (ca.10.000 – 15.000 Personen) (vgl. KÖPPEL 2009, S.133).

Ein an der Düsseldorfer Fachhochschule eingerichteter Forschungsschwerpunkt »Wohlfahrtsverbände/Sozialwirtschaft« beschäftigt sich mit den aktuellen Entwicklungsbedingungen wohlfahrtsverbandlicher Organisationen, der Entstehung eines nationalen und europäischen Sozialmarktes und den sich daraus ergebenden Fragen für eine Neugestaltung des Sozialen. In den Bereichen Gesundheit-, Pflege- und Sozialmanagement sind in den letzten Jahren in Deutschland vermehrt neue Studiengänge entstanden. Schlagwörter wie etwa Vermarktwirtschaftlichung, Ausgliederung und Privatisierung sind populär und prägen die Ausei-

nersetzung um die Gestaltung einer effektiveren und effizienteren Leistungserstellung im Bereich der Sozialen Dienste (vgl. BOEßENECKER (Hg.) 2000, S.11). Dabei kritisieren einige Vertreter die reaktive Übertragung ökonomischer Prinzipien auf soziale Handlungsfelder und merken an, dass eine Konzentration auf kurz- und mittelfristig wirksame Prozessoptimierungs- und Kostensenkungsprogramme den Blick für die langfristige Zukunft sozialer Organisationen verstellt. Die gesellschaftlichen Herausforderungen lassen sich nicht allein durch die Übertragung „technizistischer“ Managementmethoden bewerkstelligen, sondern erfordern auch im sozialen Sektor sozialunternehmerisches Denken und Handeln (GERGS 2004, S.22, oder DRUCKER 1986, S.4). In dem Aufsatz »Vom Sozialmanagement zum Social Entrepreneurship« geht GERGS auf die grundlegenden Unterschiede zwischen Manager und Entrepreneur ein und plädiert für die Wiedereinführung des Unternehmertums in die Soziale Arbeit. Mit dem Begriff „Wiedereinführung“ weist er in diesem Zusammenhang auch darauf hin, dass zwar der wissenschaftliche Diskurs über Social Entrepreneurship aktuell ist, es aber in Deutschland bereits Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts Beispiele für diese Art von Unternehmungen gegeben hat. Bekannte historische Beispiele sind etwa FRIEDRICH VON BODELSCHWINGH, der Begründer der bodelschwingschen Anstalten Bethel oder HERRMANN GMEINER, der Initiator der SOS Kinderdörfer oder auch FRIEDRICH WILHELM RAIFFEISEN, einer der Gründer der genossenschaftlichen Bewegungen in Deutschland, der aus heutiger Perspektive auch als Pionier der Mikrokreditfinanzierung gesehen werden kann.

1.3 Social Entrepreneurship und Zivilgesellschaft

Soziale Unternehmungen, welche in der Umsetzung immer auf dem individuellen Engagement von Personen fußen, sind ebenfalls ein wichtiges Element der Debatte um die Zivilgesellschaft, die in Deutschland seit den 90er Jahren geführt wird. In der Tradition etwa ETZIONIS wird die Bezeichnung Social Entrepreneurship im Zusammenhang mit innovati-

ven Aktivitäten von privaten Organisationen mit sozialer Motivation innerhalb des Dritten Sektors erörtert (Vgl. ETZIONI 1973). Auch JÄHNKE verortet Social Entrepreneurship als Phänomen im Spannungsfeld zwischen Sozialwirtschaft und Bürgerschaftlichem Engagement (Vgl. JÄHNKE et.al. 2011, S.10). Dabei wird dem Bürgerschaftlichen Engagement, auch im Sinne eines Co-Produzenten von wohlfahrtsrelevanten Leistungen und als Humankapital für demokratische Gesellschaften, eine zunehmend wichtige Bedeutung zugeschrieben. So wurde beispielsweise im Deutschen Bundestag die Enquete-Kommission »*Zukunft des Bürgerschaftlichen Engagements*« eingerichtet.¹⁴ BRAUN leitet seinen Beitrag »*Bürgerschaftliches Engagement von Individuen und Unternehmen*« mit dem Satz ein, dass der Terminus Bürgerschaftliches Engagement generell für ein sich wandelndes Staats- und Gesellschaftsverständnis in Deutschland stehe (BRAUN, S. 2011, S.37).

Auch wenn die Förderung freiwilligen Bürgerschaftlichen Engagements von Individuen und Unternehmen insgesamt als sinnvoll erscheint, ist die Debatte über Potentiale und Risiken einer „neuen Bürgergesellschaft“ teilweise ideologisch geprägt und der Versuch, das Verhältnis der ursprünglich drei Sektoren Staat, Wirtschaft und Zivilgesellschaft neu zu definieren, längst nicht abgeschlossen. Angesichts des Rückzugs des Staates und der kritischen Auseinandersetzung mit dem Thema Vollbeschäftigung werden aktuell, inspiriert durch das Thema Bürgerschaftliches Engagement, zum einen Möglichkeiten der Selbstorganisation und Emanzipation von Betroffenen verhandelt, zum anderen aber auch Schreckensvisionen von alleingelassenen und ausgegrenzten gesellschaftlichen Gruppen heraufbeschworen. Auch die Frage, welche Rolle hierbei Social Entrepreneurship einnimmt und wie es sich definitorisch abgrenzen lässt, ist bislang wenig eindeutig beantwortet. Publikationen wie von ULLRICH BECK (2000), CHARLES LEADBEATER (1997) oder der Kommission für Zukunftsfragen der Freistaaten Bayern und Sachsen (1997) beschäfti-

¹⁴ 2002 hat die Kommission ihren Abschlussbericht vorgelegt. Im Untersuchungsausschuss „Bürgerschaftliches Engagement“ wird die Arbeit fortgesetzt (http://www.bundestag.de/ausschuesse/a13/buerger_eng/indes.html)

gen sich mit dem Modell der freiwilligen Bürgerarbeit und erwähnen den Typus des „Gemeinwohlunternehmers“. Eine Schlüsselidee dieses Modells ist es, das Unternehmerische mit der Arbeit für das Gemeinwohl zu verbinden. Auch der jährlich erscheinende Trend Report von MATTHIAS HORX beschreibt sogenannte „Soziopreneure“ als wichtige zukünftige Mitgestalter gesellschaftlichen Lebens. Diesem Phänomen widmet er sich 2008 in dem Kapitel »Soziopreneure – Wie ein neuer Unternehmertypus verstärkt soziale Probleme durch marktwirtschaftliche Methoden löst« (HORX, M., 2009, S.102 f.). Mit medienwirksamen Umschreibungen wie etwa „die Hochzeit von Gegensätzen“, „eine Verbindung zwischen Mutter Teresa und Bill Gates“, „der charismatische Nachbar“, „der pragmatische Utopist“ oder „der visionäre Pragmatiker“ wird ein stark idealisierendes Bild dieses Unternehmertypus gezeichnet. Kritiker wie z.B. MARCEL ERLINGHAGEN befürchten, dass durch den Rückzug staatlich organisierter Sozialpolitik zu Gunsten von Selbstorganisation und Selbsthilfeangeboten eine Gefahr für den Sozial- und Rechtsstaat ausgehe (vgl. ERLINGHAGEN 2001, S.33-38). Wird der Ruf nach mehr zivilgesellschaftlichem Engagements zur Legitimation eines Abbaus des Wohlfahrtsstaates instrumentalisiert, ohne dabei die Sicherstellung geeigneter Rahmenbedingungen im Blick zu behalten, sieht auch PITZNER darin eine Gefahr für die Demokratie und gesellschaftliche Entwicklung (vgl. PITZNER 2007).

BRAUN, der durchaus offen über eine veränderte Aufgabenverteilung im „Wohlfahrtsmix“ nachdenkt, formuliert in diesem Zusammenhang:

Gleichwohl kann der Ideenreichtum des engagierten Bürgers oder auch Unternehmens kein Ausfallbürg für reduzierte sozialstaatliche Leistungen sein (BRAUN 2011, S.59).

Aktuelle Publikationen versuchen die schillernden Begrifflichkeiten voneinander abzugrenzen und Bürgerschaftliches Engagement nicht mit dem Entstehen von Social Entrepreneurship gleichzusetzen, dabei aber den Zusammenhang zu berücksichtigen. Die zunehmende Bedeutung von Bürgerschaftlichem Engagement in der deutschen Gesellschaft wird gemeinhin als günstiges Klima für Veränderung bewertet, in dessen Entwicklungsprozessen auch dem Social Entrepreneur eine wichtige Funktion zufallen wird.

LEPPERT fasst dies folgendermaßen zusammen:

Der Nährboden für Social Entrepreneurship wird erst dann bereitet sein, wenn in Deutschland ein stärker individualisiertes, von staatlicher Fürsorge losgelöstes Selbstverständnis der Bürger Fuß fasst (LEPPERT, 2008, S.11).

1.4 Ashoka & Co

2004 wurde das Memorandum »*Social Entrepreneurship – wer unternimmt etwas für die Gesellschaft*« der Sylter Runde veröffentlicht, welches sich für die Stärkung und Förderung von Social Entrepreneurship einsetzte. Zur Sylter Runde lud damals der Kölner Prof. Dr. NORBERT SZYPSKI zusammen mit dem Unternehmer NORMAN RENTROP ein. Die aufkeimende Diskussion um das Phänomen Social Entrepreneurship in Deutschland wurde in den darauffolgenden Jahren vor allem stark durch „ASHOKA - INNOVATORS FOR THE PUBLIC“, eine international tätige Organisation, welche 2004 auch in Deutschland Fuß fasste und durch die Genfer Stiftung „SCHWAB FOUNDATION FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP“ geprägt. Die Öffentlichkeitsarbeit der Organisationen und die damit verbundene Berichterstattung der Presse, welche zumeist erfolgreiche Social Entrepreneurs präsentiert, hat das öffentliche Bild von Social Entrepreneurship in Deutschland weit stärker beeinflusst, als der akademische Diskurs. Seit 2005 wählt ASHOKA u.a. jährlich Social Entrepreneurs (Fellows) aus, fördert sie und bindet sie in internationale Netzwerke ein. Auch die SCHWAB FOUNDATION bietet finanzielle und humankapitale Förderstrukturen und initiierte 2006, erstmalig gemeinsam mit der BOSTON CONSULTING GROUP, den Wettbewerb um den Titel des Social Entrepreneur des Jahres. Durch die Unterstützung von Personen, die eine soziale Innovation vorantreiben, lässt sich nachhaltiger gesellschaftlicher Wandel bewirken, so die Argumentation der beiden Organisationen. Längerfristiges Ziel ist es, Unternehmergeist und Eigenverantwortung im gesellschaftlichen Bereich auszubauen. Dazu sind u.a. engagierte Helfer und Spender vonnöten. Als erste Beteiligungsgesellschaft im deutschsprachigen Raum verfolgt die BONVENTURE Gruppe den Ansatz, dass Investoren sich an sozialen

Social Entrepreneurship Projekte
Unternehmerische Konzepte als innovativer Beitrag zur
Gestaltung einer sozialen Gesellschaft
Schwarz, S.
2014, XXVI, 337 S. 3 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-05169-3