

Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Herausgebers der Schriftenreihe	5
Vorwort.....	7
Abbildungsverzeichnis.....	17

TEIL A: PROGRAMMATIK UND ERSCHLIESSUNG DES NACHHALTIGKEITSBEGRIFFS

1 EINLEITUNG	23
1.1 Das Untersuchungsproblem.....	23
1.1.1 Anlass und Problemstellung der Untersuchung.....	23
1.1.2 Zielsetzung und Gang der Untersuchung	28
1.2 Wissenschaftstheoretische Überlegungen zur Methodik der Untersuchung und zu Paradigmenwechseln.....	31
1.2.1 Zur Methodik der Untersuchung	31
1.2.2 Realität in den Sozialwissenschaften.....	34
1.2.3 Was ist ein Paradigma?.....	36
1.2.4 Ablauf eines Paradigmenwechsels	42
2 DIE ERSCHLIEßUNG DES NACHHALTIGKEITSBEGRIFFS FÜR EIN STRATEGISCHES MANAGEMENT	47
2.1 Die Definitionsproblematik des Begriffs „Nachhaltige Entwicklung“	48
2.2 Das politische Leitbild der nachhaltigen Entwicklung.....	55
2.2.1 Prinzipien ökonomischer Nachhaltigkeit.....	57
2.2.2 Prinzipien ökologischer Nachhaltigkeit.....	65

2.2.3	Prinzipien sozialer Nachhaltigkeit.....	67
2.2.4	Zur Integration der drei Nachhaltigkeitsdimensionen	71
2.2.5	Nachhaltigkeit als ein gesellschaftlicher Normenfindungsprozess	74
2.3	Die Diffusion des Nachhaltigkeitsproblems in die Managementlehre.....	76
2.3.1	Betriebliche Nachhaltigkeit als ein normatives Problem	82
2.3.1.1	Nachhaltigkeit und Umweltschutz als identische Unternehmensanforderungen	83
2.3.1.2	Operationalisierung von Nachhaltigkeit auf betrieblicher Ebene	86
2.3.2	Nachhaltigkeit als strategische Erfolgsgröße für den betrieblichen Umgang mit Ressourcen.....	89
2.4	Nachhaltigkeit als Beitrag zu einer realistischeren Theorie der Unternehmung.....	95

TEIL B: BESTANDSAUFNAHME DER AUSSAGEN ZUM RESSOURCENUMGANG IN DER GEGENWÄRTIGEN MANAGEMENTLEHRE

3	DOMINIERENDE THEORIEN UND AUSSAGENSYSTEME ZUM VERHÄLTNIS VON UNTERNEHMEN UND UMWELT	107
3.1	Entwicklung der Umweltorientierung	109
3.1.1	Die Theorie offener Systeme.....	111
3.1.2	Der populationsökologische Ansatz	117
3.1.3	Der unternehmensethische Ansatz.....	125
3.1.4	Der Stakeholder-Ansatz und die gesellschaftsbezogene Managementlehre	130
3.1.4.1	Anspruchsgruppenmanagement und seine Aussagen zum Umgang mit den betrieblichen Umwelten.....	137
3.1.4.2	Vom Stakeholderkonzept zur gesellschaftsorientierten Managementlehre.....	140

3.1.5 Unternehmen als strukturpolitische Akteure	146
3.1.6 Zusammenfassung	148
3.2 Umwelten aus der Ressourcenperspektive	152
3.2.1 Der Ressourcen-, Potenzial- und Produktionsmittelbegriff....	152
3.2.2 Bekannte Lehrsätze für den Umgang mit Ressourcen.....	155
3.2.2.1 Die Austauschtheorie	155
3.2.2.2 Das Ressourcenabhängigkeitstheorem.....	157
3.2.3 Umweltbeziehungen als wechselseitige Ressourcenaustauschbeziehungen	159
 4 RESSOURCENORIENTIERUNG IN DEN BETRIEBLICHEN FUNKTIONSBEREICHSLEHREN	 163
 4.1 Die Ressourcenorientierung des Marketingmanagements	 164
4.1.1 Die inhaltliche Entwicklung des Marketings.....	165
4.1.1.1 Marketing als Gestaltung eines Austauschprozesses.....	170
4.1.1.2 Langfristige Austauschprozesse durch Beziehungsmarketing.....	174
4.1.1.3 Nachhaltigkeit und Beziehungsmarketing	181
4.1.2 Der Resource-Based-View	185
4.1.2.1 Zum Ressourcenbegriff des Resource-Based-View..	187
4.1.2.2 Resource-Based-View, Resource-Dependence- Approach und Nachhaltigkeit	190
 4.2 Die Ressourcenorientierung des Umweltschutzmanagements ..	 193
4.2.1 Ressourcenproduktivität und Dematerialisierung der Wirtschaft	194
4.2.2 Die theoretischen Begründungen für betrieblichen Umwelt- und Ressourcenschutz.....	198
4.2.3 Umwelt- und Ressourcenschutz als Vermittlungsproblem	204
4.2.4 Ansätze zur Reproduktion von Ressourcen.....	209
4.2.4.1 Recycling.....	210
4.2.4.2 Kreislaufwirtschaft.....	211
4.2.4.3 Stoffwirtschaft.....	215

4.3 Die Ressourcenorientierung des Personalmanagements	217
4.3.1 Human Resource Management und nachhaltige Ressourcenorientierung	218
4.3.1.1 Der Ressourcenbegriff des Havard-Modells	221
4.3.1.2 Humaneffizienz als Ziel des Human Resource Managements	225
4.3.2 Personalmanagement und nachhaltige Ressourcenorientierung	230
4.3.2.1 Ressourcenorientierung als strategische Alternative des Personalmanagements	231
4.3.2.2 Personalmanagement als Vermittlung zwischen Unternehmen und Mitarbeitern	235
4.3.2.3 Ressourcennachschub als Investition in den Arbeitsmarkt	239
4.4 Die Managementlehre auf dem Weg zu einem ressourcenorientierten Unternehmensbild?	244

**TEIL C: BAUSTEINE EINER
WIRTSCHAFTSÖKOLOGISCHEN THEORIE DER
UNTERNEHMUNG**

5 FORMEN DER INTERDISZIPLINÄREN ERKENNTISÜBERTRAGUNG	257
5.1 Isomorphie	259
5.2 Analogie	260
5.3 Metapher	262

6	NACHHALTIGER RESSOURCENUMGANG ALS ERKLÄRUNGSZIEL EINER WIRTSCHAFTSÖKOLOGISCHEN THEORIE	267
6.1	Erste faktische Stufe einer neuen Problemsicht des Unternehmens-Umwelt-Verhältnisses: Marktgemeinschaften als unternehmerische Ökosysteme.....	268
6.1.1	Die Metapher des unternehmerischen Ökosystems.....	270
6.1.2	Was ist ein erfolgreiches unternehmerisches Ökosystem?	274
6.1.3	Neue Perspektiven zur Beziehung von Unternehmen und Gesellschaft?	276
6.2	Zweite logische Stufe der neuen Problemsicht: Bausteine einer wirtschaftsökologischen Theorie.....	278
6.2.1	Der Systemansatz: Überleben durch Offenheit	280
6.2.1.1	Offenheit durch Fremdreferenz	280
6.2.1.2	Begrenzte Offenheit durch Selbstreferenz	281
6.2.1.3	Selbstreferenz und Ausdifferenzierung.....	285
6.2.1.4	Der systemtheoretische Baustein einer Wirtschaftsökologie	289
6.2.2	Der Koevolutionsansatz: Überleben durch Gemeinschaft.....	291
6.2.2.1	Autopoiese und Koevolution.....	292
6.2.2.2	Koevolution: Von der Symbiose zur gemeinschaftlichen Entwicklung	295
6.2.2.3	Mechanismen der Koevolution	299
6.2.2.4	Der koevolutorische Baustein einer Wirtschaftsökologie	305
6.2.3	Ökologie: Überleben als Haushalt.....	307
6.2.3.1	Ökologie als Haushaltslehre.....	308
6.2.3.2	Leitfragen einer Wirtschaftsökologie.....	311
6.3	Der Haushaltsansatz als Schlüsselbaustein einer wirtschaftsökologischen Theorie?.....	313
6.3.1	Die Entwicklung vom Oikos zum Privathaushalt.....	314
6.3.2	Die Theorie des Haushalts in den Wirtschaftswissenschaften.....	319
6.3.2.1	Der Haushaltsbegriff in der Volkswirtschaftslehre....	320

6.3.2.2 Der Haushaltsbegriff in der Betriebswirtschaftslehre.....	325
6.3.3 Der theoretische Gehalt der Haushaltswissenschaften	327
6.3.4 Rationalität des Haushaltes.....	332
6.3.5 Der neue haushaltsökonomische Baustein	338
6.4 Haushaltsgemeinschaften als Gestaltungsziel einer wirtschaftsökologischen Theorie der Unternehmung.....	340

TEIL D: PRAKTISCHE IMPLIKATIONEN EINER WIRTSCHAFTSÖKOLOGISCHEN THEORIE DER UNTERNEHMUNG FÜR EIN NACHHALTIGES RESSOURCENMANAGEMENT

7 GRUNDZÜGE EINES NACHHALTIGEN RESSOURCENMANAGEMENTS	350
7.1 Vom Resource-Based-View zum nachhaltigen Ressourcenmanagement	353
7.2 Auswirkungen auf den strategischen Managementprozess	355
7.2.1 Nachhaltiges Ressourcenmanagement im Personalwesen	356
7.2.2 Nachhaltiges Ressourcenmanagement im Marketing.....	358
7.2.3 Nachhaltiges Ressourcenmanagement in Umweltschutzbelangen.....	360
7.3 Selbstverpflichtungen zum Erhalt der Handlungsautonomie ...	363
7.3.1 Selbstbeschränkungsabkommen.....	364
7.3.2 Wirtschaftsökologische Unternehmensgrundsätze.....	367
7.4 Kooperationen und Netzwerke als Wegbereiter der Gemeinschaftsorientierung	372

8 STRATEGISCHES RESSOURCENCONTROLLING	375
8.1 Strategische Ressourcenanalyse	377
8.1.1 Strategische Planung nach wirtschaftsökologischen Kriterien.....	378
8.1.2 Scoring-Modell zur Bewertung von Ressourcen.....	382
8.1.3 Wirtschaftsökologische Portfolio-Analyse.....	383
8.2 Ressourcenorientierte Balanced Scorecard	386
8.3 Ressourcenidentifizierende Umweltdialoge	389
8.4 Von der Umweltberichterstattung zum Sustainability- Reporting	392
9 FORSCHUNGSAUSBLICK	395
LITERATURVERZEICHNIS	399

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Klassische Paradigmen der Ökonomen.....	41
Abbildung 2:	Definitionsvorschläge für eine nachhaltige Entwicklung	51
Abbildung 3:	Entwürfe für die Ausgestaltung sozialer Nachhaltigkeit	70
Abbildung 4:	Schnittmengenmodell des Verhältnisses zwischen ökonomischer, ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit	72
Abbildung 5:	Sustainable Development bei Procter & Gamble.....	77
Abbildung 6:	Nachhaltigkeit: vom forstwirtschaftlichen Prinzip zur Managementstrategie	81
Abbildung 7:	Mögliche Wirkungsrichtungen zwischen Unternehmen und Umwelt	110
Abbildung 8:	Der unternehmensethische Codex der SØR Herrenausstatter.....	128
Abbildung 9:	Die Umwelt des Unternehmens aus der Sicht des Anspruchsgruppenkonzeptes.....	132
Abbildung 10:	Gesellschaftliche Anliegen an Unternehmen 1980 und 1990.....	135
Abbildung 11:	Funktionsprinzipien der Lenkungssysteme Markt, Politik und Moral	141
Abbildung 12:	Allgemeines Strukturmodell zur Erfassung der Beziehungen zwischen Unternehmung und Gesellschaft	143
Abbildung 13:	Erfolgskriterien im Umgang mit der betrieblichen Umwelt	150
Abbildung 14:	Entwicklungsphasen des Marketings	167
Abbildung 15:	Der Wandel des Marketingbegriffs im Zeitablauf	169

Abbildung 16: Einordnung der Marketingkonzepte zwischen Unternehmens- und Marktinteressen	173
Abbildung 17: Anforderungen an strategische Ressourcen	186
Abbildung 18: Instrumente der Umweltpolitik und des Umweltmanagements	207
Abbildung 19: Stoff- und Informationsströme in einem Produktions- und Redistributionsnetzwerk	213
Abbildung 20: Landkarte des Human Resource Managements im Harvard-Modell	222
Abbildung 21: Das Bild vom Menschen in drei Managementmodellen	226
Abbildung 22: Entfaltungsmöglichkeiten der bestehenden Humanpotenziale	229
Abbildung 23: Ressourcenbasierte Axiome in der Managementlehre	248
Abbildung 24: Modell des unternehmerischen Ökosystems	271
Abbildung 25: Die Stadien eines unternehmerischen Ökosystems	273
Abbildung 26: Bausteine der Wirtschaftsökologie im Überblick	279
Abbildung 27: Systemische und evolutionäre Beiträge autopoietischer Erkenntnisse	283
Abbildung 28: Kontrolle der Rückwirkungen als Überlebensstrategie	285
Abbildung 29: Der systemtheoretische Baustein	290
Abbildung 30: Der neue koevolutorische Baustein	306
Abbildung 31: Gegenüberstellung von Erwerbs- und Haushaltsökonomie	333
Abbildung 32: Der neue haushaltsökonomische Baustein	339
Abbildung 33: Haushalts- und Ressourcengemeinschaft	347
Abbildung 34: Vom ökologischen zum wirtschaftsökologischen Unternehmenskodex	369
Abbildung 35: Marktorientierte und wirtschaftsökologische SWOT-Analyse im Vergleich	379
Abbildung 36: Wirtschaftsökologische Ressourcenmatrix	380

Abbildung 37: Scoring-Modell zur nachhaltigkeitsorientierten Ressourcenbewertung.....	383
Abbildung 38: Grundkonzeption eines nachhaltigkeitsorientierten Ressourcenportfolios	385
Abbildung 39: Nachhaltigkeitsorientierte Balanced Scorecard	388
Abbildung 40: Entwicklungsstufen der Umweltberichterstattung von Unternehmen	394