

Inhalt

Vorwort	7
1 Unternehmer in der gesellschaftlichen Umwelt	9
1.1 <i>Gesellschaftliche Entwicklung als Eingrenzung unternehmerischer Autonomie</i>	10
1.1.1 Zum interessenorientierten Unternehmerbegriff	13
1.1.2 Sozialer und gesellschaftspolitischer Wandel	16
1.2 <i>Die Betroffenheit der Unternehmer von gesellschaftspolitischen Forderungen</i>	21
1.2.1 Reduktion der unternehmerischen Machtbasis: Paritätische Mitbestimmung	24
1.2.2 Änderung des unternehmerischen Verhaltens: Berücksichtigung von Umweltschutzforderungen	28
2 Theorieansätze gesellschaftspolitischer Strategien der Unternehmer	32
2.1 <i>Träger der unternehmerischen Aktivitäten</i>	32
2.1.1 Der einzelne Unternehmer als Akteur gegenüber gesellschaftspolitischen Entwicklungen	33
2.1.2 Kollektive Interessenvertretung durch Unternehmerverbände	35
2.2 <i>Die Strategien der Unternehmer</i>	39
2.2.1 Die Basisstrategien Antizipation, Anpassung und Widerstand ..	40
2.2.2 Komplexe Strategien	43
2.2.3 Spezielle Charakteristika der Strategieberwendung	46
2.3 <i>Die Instrumente der Unternehmer</i>	53
2.3.1 Einflußnahme auf die Institutionalisierung des Wandels	54
2.3.2 Ideologische Interessenartikulation der Unternehmer	56
2.3.3 Unternehmensinterne Reaktionen	64
3 Beobachtungen über die realisierten gesellschaftspolitischen Strategien der Unternehmer	67
3.1 <i>Probleme, Vorgehensweise und Instrumentarium einer empirischen Analyse des Unternehmerverhaltens</i>	67
3.1.1 Ziele einer empirischen Untersuchung	67
3.1.2 Herkunft und Gewinnung des Beobachtungsmaterials	69
3.1.3 Das grundsätzliche Untersuchungsschema	71
3.1.4 Die Inhaltsanalyse als Untersuchungsinstrument	73
3.1.5 Die Analyse von Verlautbarungen der Unternehmer und von Informationen über die Unternehmer	83

3.2 <i>Beobachtungen zur Reaktion auf Paritätsforderungen</i>	90
3.2.1 <i>Die Strategie der Unternehmer</i>	90
3.2.2 <i>Inhaltsanalyse unternehmerischer Verlautbarungen</i>	92
3.3 <i>Beobachtungen zur Reaktion auf Umweltschutzforderungen</i> ...	100
3.3.1 <i>Probleme der Ermittlung des unternehmerischen Umwelt- verhaltens</i>	100
3.3.2 <i>Darstellung und Interpretation von Informationen über umweltrelevantes Verhalten der Unternehmer</i>	102
3.3.3 <i>Inhaltsanalyse unternehmerischer Stellungnahmen zu geplanten Umweltschutzmaßnahmen</i>	106
4 <i>Ansätze einer Beurteilung der gesellschaftspolitischen Strategien der Unternehmer</i>	119
4.1 <i>Zusammenfassung der Untersuchungsbefunde</i>	119
4.2 <i>Die Wertbasis normativer Aussagen zu den gesellschafts- politischen Strategien der Unternehmer</i>	121
4.3 <i>Interessenrationalität gesellschaftspolitischer Strategien der Unternehmer</i>	123
Literaturverzeichnis	130
Anmerkungen	137
Anhang	141