

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	IX
Verzeichnis der Abkürzungen	XIII
Verzeichnis der Abbildungen und Tabellen	XV
1 Einführung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Gang der Untersuchung	4
2 Umweltschutzorganisationen als Initiatoren der Kooperation	7
2.1 Entwicklung und Stand der organisierten Umweltbewegung	7
2.2 Besonderheiten von Umweltschutzorganisationen	9
2.3 Umweltschutzorganisationen als Anspruchsgruppe von Unternehmen	15
2.4 Ressourcen von Umweltschutzorganisationen	19
2.4.1 Glaubwürdigkeit	19
2.4.2 Wissen	21
2.4.3 Personelle Ressourcen	22
2.4.4 Finanzielle Ressourcen	23
3 Ausgewählte theoretische Ansätze zur Erklärung der Entstehung und Veränderung von Marktstrukturen	25
3.1 Der industrieökonomische Ansatz	25
3.1.1 Grundannahmen des industrieökonomischen Ansatzes	25
3.1.2 Elemente der Marktstruktur	27
3.1.2.1 Abgrenzung des relevanten Marktes	27
3.1.2.2 Markteintrittsbarrieren	28
3.1.2.3 Verhandlungsmacht von Lieferanten und Abnehmern	30
3.1.2.4 Preiselastizität der Nachfrage	31
3.1.2.5 Bedrohung durch Substitute	32
3.1.2.6 Staatliche Politik und Gesetzgebung	32
3.1.3 Möglichkeiten zu Marktstrukturveränderungen	33

3.2	Der ressourcenorientierte Ansatz	37
3.2.1	Grundannahmen des ressourcenorientierten Ansatzes	37
3.2.1.1	Unternehmensspezifität	38
3.2.1.2	Ressourcenimmobilität	39
3.2.1.3	Unvollkommene oder nicht existente Faktormärkte	39
3.2.1.4	Ressourcenheterogenität	40
3.2.2	Elemente der Marktstruktur	42
3.2.3	Möglichkeiten zu Marktstrukturveränderungen	42
3.3	Die Strukturationstheorie	43
3.3.1	Grundannahmen der Strukturationstheorie	43
3.3.1.1	Das Konzept des Handelnden und des Handelns	44
3.3.1.2	Das Konstrukt Struktur	46
3.3.1.3	Die Dualität von Struktur	47
3.3.2	Elemente der Marktstruktur	50
3.3.2.1	Regeln	51
3.3.2.2	Ressourcen	54
3.3.3	Möglichkeiten zu Marktstrukturveränderungen	56
4	Grundzüge von Kooperationen zwischen Umweltschutzorganisationen und Unternehmen	61
4.1	Kooperationsbegriff	61
4.2	Besonderheiten von Kooperationen zwischen Umweltschutzorganisationen und Unternehmen	64
4.3	Kooperationsziele	66
4.4	Kooperationsgestaltung	74
4.4.1	Grundlegende Gestaltungsmerkmale von Kooperationen	74
4.4.2	Ausgewählte strategische Gestaltungsmerkmale von Kooperationen zwischen Umweltschutzorganisationen und Unternehmen	76
4.4.2.1	Zutrittsmöglichkeiten zu Kooperation	80
4.4.2.2	Kooperationspartner	81
4.4.2.3	Kooperationsumfang	84
4.5	Herleitung konkreter Kooperationsformen	85

5	Möglichkeiten von Kooperationen zwischen Umweltschutzorganisationen und Unternehmen zur Veränderung von Marktstrukturen	89
5.1	Marktstrukturveränderungen durch Veränderung von Regeln	90
5.1.1	Kooperationen zur Etablierung eines Öko-Labels	90
5.1.1.1	Kooperationen zur Planung und Konzeption eines Öko-Labels	92
5.1.1.2	Kooperationen zur Vermarktung eines Öko-Labels	97
5.1.2	Kooperationen zur Beeinflussung ökologisch relevanter staatlicher Normen	104
5.1.2.1	Kooperationen in der Phase der Problemdefinition und Agenda-gestaltung	106
5.1.2.2	Kooperationen in der Phase der Politikformulierung	112
5.1.2.3	Kooperationen in der Phase der Politikimplementierung	117
5.2	Marktstrukturveränderungen durch Veränderung der Ressourcensituation	123
5.2.1	Kooperationen zur Etablierung neuer Umweltschutztechnologien	123
5.2.1.1	Kooperationen zur Markteinführung neuer Umweltschutz-technologien	127
5.2.1.2	Kooperationen zur Vermarktung einer Umweltschutztechnologie	134
5.2.2	Kooperationen zur Diffusion von umweltrelevantem Wissen	140
5.2.2.1	Kooperationen zur Vermittlung von Wissen an Unternehmen	141
5.2.2.2	Kooperationen zur Vermittlung von Wissen an Verbraucher	146
6	Fazit und Ausblick	151
	Literaturverzeichnis	155