

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis .....	XIII
Abkürzungsverzeichnis .....	XV
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
<b>2 Unternehmen als wirtschaftliche Akteure im gesellschaftlichen Kontext .....</b>	<b>7</b>
2.1 Zielausrichtung von Unternehmen .....	7
2.2 Umfeldbezug von Unternehmen .....	10
2.2.1 Rationalität von Umfeldbeziehungen .....	10
2.2.1.1 Das Konzept der sozio-ökonomischen Rationalität .....	11
2.2.1.2 Umfeldrationalität aus neo-institutionalistischer Sicht .....	13
2.2.2 Ressourcenabhängigkeit von Unternehmen .....	15
2.3 Akteursbezug von Unternehmen .....	17
2.3.1 Der Stakeholderansatz .....	18
2.3.2 Stakeholderbeziehungen als Ressourcenaustauschbeziehungen .....	23
2.3.3 Elemente von Stakeholderbeziehungen .....	25
2.4 Gesellschaftliche Stakeholder und ihre Ansprüche an Unternehmen .....	28
<b>3 Relevanz gesellschaftlicher Stakeholderansprüche für Unternehmen .....</b>	<b>35</b>
3.1 Instrumentelle Ansätze zur Untersuchung des Verhaltens von Unternehmen gegenüber gesellschaftlichen Anliegen .....	36
3.2 Ethisch-normative Ansätze zur Untersuchung des Verhaltens von Unternehmen gegenüber gesellschaftlichen Anliegen .....	41
3.3 Der neo-institutionelle Ansatz der Legitimitätstheorie .....	43
3.3.1 Bestimmung und Charakterisierung des Legitimitätsbegriffes .....	43
3.3.1.1 Bezugsobjekte von Legitimität .....	45
3.3.1.2 Arten von Legitimität .....	46
3.3.1.3 Gesellschaftliche Stakeholder und die Bereitstellung von Legitimität .....	48
3.3.1.4 Analyseperspektiven in der Legitimitätstheorie .....	50
3.3.2 Legitimität als nicht-marktliche Erfolgsgröße .....	52
3.3.3 Wettbewerbsvorteile durch Legitimität .....	55
<b>4 Das Verhaltensmodell des <i>homo reciprocans</i> und die Durchsetzung sozialer Normen .....</b>	<b>59</b>
4.1 Grundzüge gegenseitigkeitsorientierten Verhaltens .....	60
4.1.1 Herkunft und Ursprünge des reziproken Verhaltensmodells .....	60
4.1.2 Charakteristika reziproken Verhaltens .....	62

- 4.1.3 Empirische B
  - 4.1.3.1 Ultimatum
  - 4.1.3.2 Vertrauens
  - 4.1.3.3 Öffentliche
  - 4.1.3.4 Spiele zur
- 4.1.4 Motive rezipr
  - 4.1.4.1 Verteilung
  - 4.1.4.2 Intentions
  - 4.1.4.3 Prozedural
- 4.1.5 Abgrenzung z
- 4.1.6 Interaktion z
- 4.2 Durchsetzung soz
  - 4.2.1 Die Bedeutun
    - Normen .....
  - 4.2.2 Der Einfluss v
    - Normen .....
    - 4.2.2.1 Bezugsobje
    - 4.2.2.2 Verhaltens
    - 4.2.2.3 Eigentums
  - 4.2.3 Der Einfluss v
    - Effekt von Re
      - 4.2.3.1 Vollständig
      - 4.2.3.2 Konkurrenz
      - 4.2.3.3 Vorprägung
      - 4.2.3.4 Informatio
      - 4.2.3.5 Umfang vo
      - 4.2.3.6 Soziale Inte
- 5      **Gesellschaftlich****
  - 5.1 Anwendung des re
    - Unternehmen und
      - 5.1.1 Gesellschaftlich
      - 5.1.2 Forderungen g
        - 5.1.2.1 Welche Nor
        - ihren Fairne
        - 5.1.2.2 Wie bilden
        - Fairnessurt
        - 5.1.2.3 Heterogenit
      - 5.1.3 Durchsetzungs
        - 5.1.3.1 Wann haben
        - Möglichkeit
        - 5.1.3.2 Wann sind e
        - Stakeholder
  - 5.2 Ansatzpunkte für d
    - Unternehmen und
      - 5.2.1 Schlussfolgeru

5.2.1.1	Identifikation von Stakeholdern .....	143
5.2.1.2	Charakterisierung von Stakeholdern .....	145
5.2.2	Strategische Ansatzpunkte für die Beeinflussung von Unternehmen durch reziproke gesellschaftliche Stakeholder .....	149
5.2.2.1	Strategische Ansatzpunkte zur Ermöglichung reziproker Sanktionen .....	151
5.2.2.2	Strategische Ansatzpunkte zur Steigerung der Effektivität reziproker Sanktionen .....	154
5.2.3	Strategische Ansatzpunkte für das Management reziproker gesellschaftlicher Stakeholder durch Unternehmen .....	162
5.2.3.1	Strategische Ansatzpunkte zur Beeinflussung der Möglichkeit reziproker Sanktionen .....	162
5.2.3.2	Strategische Ansatzpunkte zur Beeinflussung der Effektivität reziproker Sanktionen .....	165
5.2.3.3	Strategische Ansatzpunkte zur Beeinflussung der Wahrnehmung und Bewertung des Unternehmensverhaltens.....	172
5.3	Theoretische und konzeptionelle Schlussfolgerungen .....	179
5.3.1	Erklärungsgehalt reziproken Stakeholderverhaltens für das Verhalten von Unternehmen gegenüber gesellschaftlichen Zielen .....	180
5.3.2	Bisherige Erklärungsansätze und reziprokes Stakeholderverhalten ...	182
5.3.2.1	Reziprokes Stakeholderverhalten und ethisch-normative Ansätze.	184
5.3.2.2	Reziprokes Stakeholderverhalten und instrumentelle Ansätze .....	187
5.3.2.3	Reziprokes Stakeholderverhalten und institutionelle Ansätze.....	191
<b>6</b>	<b>Schlussbetrachtung .....</b>	<b>195</b>
6.1	Grenzen der Analyse und Ansatzpunkte für weitergehende Untersuchungen .....	195
6.2	Resümee .....	199
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>209</b>