

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	XI
Abkürzungsverzeichnis	XIII
1. Einleitung	1
2. Zielsetzung und Aufbau der Arbeit	2
3. Grundlagen des Stakeholdermanagements	4
3.1. Grundlegende Unternehmensmodelle	4
3.1.1. Mechanistisches Unternehmensmodell	4
3.1.2. Sozio-okologisches Unternehmensmodell	8
3.1.3. Sozio-technisches Unternehmensmodell	10
3.2. Stakeholderkonzept	13
3.2.1. Umweltorientierter Ansatz	14
3.2.2. Institutionsorientierter Ansatz	16
3.3. Prozess des Stakeholdermanagements	18
3.4. Determinanten des Stakeholdermanagements	25
3.4.1. Unternehmensinterne Determinanten	25
3.4.1.1. Unternehmensziele	25
3.4.1.2. Ressourcen und Rechte	28
3.4.1.3. Prozesse	33
3.4.2. Unternehmensexterne Determinanten	40
3.4.2.1. Stakeholderumwelt	40
3.4.2.2. Weitere Umwelt	46

4. Grundlagen des Signaling	52
4.1. Spieltheoretische Grundlagen	52
4.2. Einordnung und Charakterisierung des Signaling	55
4.3. Anforderungen an separierende Signale	60
4.3.1. Anreizstruktur	60
4.3.2. Anforderungen an das Entscheidungsverhalten	65
5. Signaling im Stakeholdermanagement	75
5.1. Stakeholderbeziehungen als Signalingsspiele	75
5.1.1. Strukturelle Evaluation von Stakeholderbeziehungen	75
5.1.1.1. Interaktionscharakter von Stakeholderbeziehungen	76
5.1.1.2. Handlungsrelevante Typenunterschiede	81
5.1.2. Informationsverarbeitung der Beteiligten	89
5.1.2.1. Wahrnehmung	89
5.1.2.2. Situationskenntnis und Erwartungsbildung	95
5.1.2.3. Rationalität der Entscheider	104
5.2. Signale im Stakeholdermanagement	108
5.2.1. Typen von Signalen	108
5.2.1.1. Austauschsignale	109
5.2.1.2. Anpassungssignale	117
5.2.2. Wirkungen der Signale im Strategische Management	121
5.2.2.1. Bedeutung für die Legitimität	122
5.2.2.2. Bedeutung für die Wertschöpfung	129
5.2.2.3. Bedeutung für die Flexibilität	136
5.3. Konzipierung einer Signalingstrategie	139
5.3.1. Identifikation der Stakeholder	139
5.3.1.1. Ansätze zur Identifikation	140

Verzeichnisse	IX
5.3.1.2. Maßnahmen zur Verbesserung der Identifikation	145
5.3.2. Informationssammlung und Analyse	147
5.3.2.1. Erhebungsinhalte	148
5.3.2.2. Bewertung	169
5.3.2.3. Ausgewählte Ansätze der Strukturvisualisierung	178
5.3.3. Gestaltung der Interaktionsstrategie	182
5.3.3.1. Selektion	182
5.3.3.2. Strategieformulierung	201
6. Zusammenfassung und Fazit	228
7. Literaturverzeichnis	233