

Inhaltsverzeichnis

Seite

Geleitwort	V
Vorwort	IX
Abbildungsverzeichnis	XVII
Tabellenverzeichnis	XXI
Abkürzungs- und Symbolverzeichnis	XXV
1 Einleitung	1
1.1 Ausgangslage, Problemstellung und wissenschaftstheoretische Positionierung	1
1.2 Zielsetzung, Gang der Arbeit und Forschungsteilfragen	4
2 Betriebe als sozio-technische Systeme – Eine systemtheoretische Einordnung	11
2.1 Der Betriebsbegriff – Eine kritische Definition und Konzeption eines modernen Gegenentwurfes	12
2.1.1 Traditionelle Abgrenzungsversuche	12
2.1.2 Ein alternativer Systematisierungsversuch	16
2.2 Systemtheoretische Grundlagen.....	18
2.2.1 Historie und Grundbegriffe	18
2.2.2 Verschiedene Systemtypen – Der Versuch einer Abgrenzung	24
2.3 Die konzeptionellen Grenzen der klassischen Auffassung von Betrieben als rein soziale und offene Systeme	39
2.4 Institutionelle Organisationen als dauerhafte soziale Systeme zwischen Autopoiesis und Allopoiesis	44
2.4.1 Konzeptionelle Grundlagen	44
2.4.2 Ziel, Zweck und Anspruch der Organisation	53
2.4.2.1 Definitorische Abgrenzung des Zielbegriffes	53

XI

2.4.2.2 Differenzierung zwischen organisationalen Zielen und Zwecken	58
2.4.2.3 Differenzierung zwischen Zielen und Ansprüchen.....	61
2.4.3 Das organisationale Zielsystem.....	68
2.4.4 Zur Bestimmung des Umfangs der institutionellen Organisation	73
2.4.5 Organisationstheoretische Reflexion	82
2.4.6 Organisationen als sozio-technische Systeme?.....	91
2.5 Das IMF-System als Konkretisierung des technischen Betriebssystems...	94
2.6 Betriebe als komplexe sozio-technische Systeme	103
2.6.1 Grundkonzeption.....	103
2.6.2 Konstitutive Charakteristika von Betrieben.....	107
2.6.3 Das Gesamtmodell Betrieb als sozio-technisches System.....	119
2.7 Steuerungsimplicationen für das sozio-technische Gesamtsystem	121
2.7.1 Das betriebliche Führungssystem	121
2.7.2 Die Steuerung komplexer sozio-technischer Systeme	128
2.8 Zwischenfazit und Beantwortung der Forschungsteilfragen	141
3 Unternehmen als wertschöpfende Betriebe	143
3.1 Abgrenzung von Betrieb und Unternehmen	143
3.2 Das Unternehmen als anspruchspluralistische Wertschöpfungseinheit ...	147
3.2.1 Neudefinition des erwerbswirtschaftlichen Prinzips	147
3.2.2 Abgrenzung des unternehmerischen Instrumentalzwecks vom Instrumentalzweck des Unternehmensträgers.....	153
3.2.3 Das Unternehmen aus der Perspektive der Stakeholder-Theorie ...	157
3.3 Die Wertschöpfung als ökonomische Erfolgsgröße	162
3.3.1 Konzeptionelle Abgrenzung der Wertschöpfung.....	162
3.3.2 Grundkonzept zur Ermittlung der Wertschöpfung	164
3.3.3 Formelle Ausgestaltung der Unternehmenswertschöpfung nach Haller	168
3.3.4 Abgrenzung der Wertschöpfung gegenüber „modernen“ Value Added-Erfolgskonzepten	176

3.4	Ausgewählte Anwendungsbereiche der Wertschöpfung und Wertschöpfungsrechnung.....	180
3.4.1	Die Wertschöpfung in der externen Unternehmensberichterstattung.....	180
3.4.1.1	Die Wertschöpfung in der Integrierten Berichterstattung.....	181
3.4.1.2	Die Wertschöpfung als ökonomischer Indikator in der Nachhaltigkeitsberichterstattung des GRI	184
3.4.1.3	Die Wertschöpfung im Fourth Financial Statement	188
3.4.2	Die Wertschöpfung als Analyse- und internes Steuerungsinstrument.....	190
3.4.2.1	Wertschöpfungsbasierte Kennzahlen.....	190
3.4.2.2	Einsatz der Wertschöpfung in der Unternehmenssteuerung ...	192
3.4.3	Die Wertschöpfung als Bemessungsgrundlage und Maßgröße	194
3.5	Potential der Wertschöpfung als Erfolgsgröße	195
3.6	Zwischenfazit und Beantwortung der Forschungsteilfragen	200
4	Entscheidungs- und Handlungsebenen eines integrierten wertschöpfungsorientierten Managementkonzeptes	203
4.1	Management aus einer funktionalen Perspektive	204
4.1.1	Traditionelle Managementfunktionen.....	204
4.1.2	Weiterentwicklung der funktionalen Managementsichtweise	205
4.1.3	Normatives, strategisches und operatives Management.....	217
4.1.3.1	Normatives Management	217
4.1.3.2	Strategisches Management.....	219
4.1.3.3	Operatives Management.....	223
4.2	Unternehmensziele und Unternehmensansprüche	226
4.2.1	Die Unternehmenszielebenen.....	226
4.2.1.1	Normative Unternehmenszielebene	229
4.2.1.2	Strategische Unternehmenszielebene.....	231
4.2.1.3	Operative Unternehmenszielebene.....	232
4.2.2	Unternehmensansprüche vs. Ansprüche an das Unternehmen	234
4.3	Anspruchsorientierte Führungsunterstützung des Managements	239
4.3.1	Das Management als „information worker“	239

4.3.2	Anspruchswisser und Anspruchsvertreter als Sekundärwissensträger	243
4.3.3	Operative, strategische und normative Führungsunterstützung durch die Anspruchswisser	247
4.4	Die Stakeholder eines Unternehmens	255
4.4.1	Traditionelle Klassifikationsmöglichkeiten von Stakeholdern	255
4.4.2	Die Stakeholder in der Wertschöpfungsrechnung	258
4.5	Wertschöpfung als Maxime des Managements	266
4.5.1	Einordnung der Wertschöpfung auf den Unternehmensebenen	266
4.5.2	Limitationen der Wertschöpfung als Erfolgsgröße	270
4.6	Zwischenfazit und Beantwortung der Forschungsteilfragen	274
5	Empirische Befunde zur Erweiterung des traditionellen Wertschöpfungsverständnisses auf normativer, strategischer und operativer Ebene	277
5.1	Nachhaltigkeit als Fundament zur Etablierung eines erweiterten Wertschöpfungsverständnisses	278
5.1.1	Leitlinien im Nachhaltigkeitsdiskurs	278
5.1.2	Unternehmerische Nachhaltigkeit	285
5.1.3	Verbindung des Nachhaltigkeitsverständnisses mit dem traditionellen Wertschöpfungsverständnis	291
5.2	Does it pay to be good? Eine Literaturrecherche	299
5.3	Hypothesenentwicklung und Forschungsmethode	302
5.3.1	Hypothesenentwicklung	302
5.3.2	Vignettenexperimente als geeignete Forschungsmethode zur Erforschung der Willingness to Pay	307
5.4	Empirische Ergebnisse zur Erforschung des Zusammenhangs nachhaltiger Produktion und Zahlungsbereitschaft für das Produkt Kaffee	314
5.5	Empirische Ergebnisse zur Erforschung des Zusammenhangs nachhaltiger Produktion und Zahlungsbereitschaft für das Produkt T-Shirt	326

5.6 Limitationen der beiden Studien und Implikationen für die Wertschöpfungserzielung eines Unternehmens	335
5.6.1 Zusammenfassung und Limitationen der Kaffee- und T-Shirt-Studie.....	335
5.6.2 Implikationen für die unternehmerische Wertschöpfungserzielung...	341
5.7 Zwischenfazit und Beantwortung der Forschungsteilfragen	344
6 Zusammenfassung und Ausblick.....	347
Literaturverzeichnis.....	353
Anhang	431
Anhang I.....	431
Anhang II.....	437
Anhang III	441
Anhang IV	447
Anhang V	455
Anhang VI	465
Anhang VII.....	469
Anhang VIII	473
Anhang IX	479
Anhang X	489
Anhang XI	499