

Dieter Matthew Schlesinger

**Unternehmerische Motive  
eines umweltgerechten Verhaltens**



Herbert Utz Verlag · VVF · München

## **Wirtschaft und Raum**

Eine Reihe der Münchener Universitätsschriften

herausgegeben von

Prof. Dr. Hans-Dieter Haas  
Universität München

Band 14

D 19

Zugl.: Diss., München, Univ., 2006

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek:  
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie;  
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über  
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.  
Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die  
der Übersetzung, des Nachdrucks, der Entnahme von  
Abbildungen, der Wiedergabe auf fotomechanischem  
oder ähnlichem Wege und der Speicherung in Daten-  
verarbeitungsanlagen bleiben – auch bei nur auszugs-  
weiser Verwendung – vorbehalten.

Copyright © Herbert Utz Verlag GmbH · 2006

ISBN-10 3-8316-0644-7

ISBN-13 978-3-8316-0644-3

Printed in Germany

Herbert Utz Verlag GmbH, München  
089-277791-00 · [www.utz.de](http://www.utz.de)

---

## GELEITWORT DES HERAUSGEBERS

---

Wirtschaft und Raum stehen besonders im Bereich des Umweltschutzes in einem virulenten Verhältnis, da mit wirtschaftlichen Aktivitäten immer auch Belastungen für Raum und Umwelt einhergehen. Daher verwundert es, dass dieses Themenfeld von der Wirtschaftsgeographie bisher eher stiefmütterlich behandelt wurde und gleichzeitig die Umweltökonomie räumliche Aspekte weitestgehend ausklammert, ließen sich doch durch die Verknüpfung dieser Felder Umweltschutzbemühungen optimieren. Die vorliegende Dissertation greift diese Aspekte auf und zielt darauf ab, das theoretische Fundament der Umweltökonomie auszubauen und durch empirische Befunde praxistaugliche Instrumente zu entwickeln, um so Umweltschutzmaßnahmen gezielt zu fördern.

Vor dem gedanklichen Hintergrund, Umweltschutz nicht gegen, sondern mit ökonomischer Logik umzusetzen, ist es ein Kernanliegen der vorliegenden Arbeit, zur Optimierung von Umweltschutzprozessen einen Beitrag zu leisten und aufzuzeigen, wie sich Umweltschutz für Unternehmen lohnt, wenn er klug und innovativ praktiziert wird. Daher gilt es, eine neue bzw. andere Perspektive zu erschließen, um betrieblichen Umweltschutz zu forcieren. Durch Identifikation unternehmerischer Motive eines umweltgerechten Verhaltens können Steuerungsinstrumente mit hoher Wirkung entwickelt bzw. die Rahmenbedingungen gestaltet werden, da sie dann am unternehmerischen Kern selbst ansetzen.

Die vorliegende Dissertation liefert einen wichtigen Beitrag zur Weiterentwicklung der interdisziplinären Umweltforschung, nicht nur auf dem Gebiet der umweltbezogenen Wirtschaftsgeographie und der Betriebswirtschaftslehre, sondern auch für weitere Schnittstellenbereiche der disziplinübergreifenden Umweltforschung. Dies gelingt nicht nur durch die folgerichtige Erweiterung umweltökonomischer Konzepte um räumliche Bezüge, sondern auch durch das von Schlesinger entwickelte Modell, das eine ökonomische Begründung für ein Engagement im Umweltbereich bietet und in den klassischen Entscheidungsprozess von Unternehmen implementiert werden kann. Wegen der Vielzahl innovativer Gedanken und methodischer Teilschritte enthält die Arbeit fachlich sehr anregende Ideen, die im Rahmen der umweltorientierten Managementforschung zukünftig sicherlich auf Interesse stoßen und eine Weiterentwicklung erfahren dürften.

München, im August 2006

Der Herausgeber



---

## INHALT

---

GELEITWORT DES HERAUSGEBERS.....	III
VORWORT .....	V
ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	IX
TABELLENVERZEICHNIS.....	XI
EXKURSVRZEICHNIS .....	XII
1    EINLEITUNG.....	1
2    THEORETISCHE BASIS EINES UMWELTGERECHTEN VERHALTENS.....	5
2.1    Einführung.....	5
2.1.1    Bedingungen eines umweltgerechten Verhaltens .....	5
2.1.2    Definitionen: Umwelt und Rahmenbedingungen.....	8
2.2    Umweltökonomische Ansätze .....	13
2.2.1    Einführung.....	13
2.2.2    Theoretischer Zugang zur Umweltökonomie .....	15
2.2.3    Umweltgerechtes Verhalten am Beispiel der Wertschöpfungskette .....	19
2.2.4    Ökologisches Marketing .....	22
2.2.5    Umweltmanagement .....	29
2.2.6    Zusammenfassung .....	35
2.3    Wirtschaftsgeographische Ansätze .....	37
2.3.1    Forschungsgegenstände und -richtungen der Wirtschaftsgeographie .....	37
2.3.2    Wirtschaftsgeographische Paradigmen im Lichte umweltbezogener Fragestellungen.....	43
2.3.3    Umweltbezug auf unterschiedlichen Maßstabsebenen.....	48
2.3.4    Wirtschaftsgeographische Forschungsgebiete und ihr Umweltbezug .....	52
2.3.5    Sektorale und branchenbezogene Betrachtung umweltrelevanter Aspekte.....	60
2.3.6    Politische Geographie .....	65
2.3.7    Kernbestandteile einer umweltbezogenen Wirtschaftsgeographie .....	68
2.4    Weitere Ansätze zur Bestimmung eines umweltgerechten Verhaltens .....	70
2.4.1    Umweltrecht .....	71
2.4.2    Umweltpsychologie .....	78
2.4.3    Umweltsoziologie .....	86

3	OPERATIONALSIERUNG DES UMWELTGERECHTEN VERHALTENS.....	89
3.1	Das „richtige“ umweltgerechte Handeln.....	89
3.1.1	Moralische versus unmoralische Handlungen .....	89
3.1.2	Bedingungs- bzw. Wirtschaftsethik.....	93
3.1.3	Handlungs- bzw. Unternehmensethik.....	97
3.2	Modellierung und Operationalisierung des umweltgerechten Verhaltens.....	99
3.2.1	Modell zur Klassifizierung des Umwelthandelns .....	99
3.2.2	Umweltschutztechnologie .....	104
3.2.3	Aspekte eines umweltgerechten Verhaltens .....	107
4	ERMITTLUNG UNTERNEHMRISCHER MOTIVE .....	111
4.1	Umweltbezogene Motive unternehmerischen Handelns .....	111
4.1.1	Hinführung .....	111
4.1.2	Identifizierung von Motiven eines umweltgerechten Verhaltens (Literaturanalyse).....	114
4.1.3	Aktivierung von Motiven: Verhaltenswissenschaftlicher Ansatz.....	121
4.2	Empirische Ermittlung unternehmerischer Motive eines umweltgerechten Verhaltens .....	125
4.2.1	Untersuchungsdesign und Voruntersuchung .....	125
4.2.2	Deskriptive Auswertung .....	131
4.2.3	Multivariate Auswertung .....	138
5	ANREGUNGEN FÜR EINE ZUKÜNFTIGE GESTALTUNG UMWELTPOLITISCHER INSTRUMENTE.....	149
	LITERATUR.....	156
	ANHANG.....	179
	Auswertungen .....	179
	Fragebogen.....	186

---

## 1 EINLEITUNG

---

„Jedes Unternehmen muss heute wirtschaftliche, ökologische und soziale Ziele miteinander verbinden, um die Bedürfnisse der heutigen Gesellschaft zu befriedigen, ohne die zukünftigen unternehmerischen und gesellschaftlichen Chancen zu beeinträchtigen. Aus diesem Grund setzen Umweltschutzbestrebungen und -maßnahmen bereits bei den Entstehungsorten (Produkt, Transport und Produktion) und nicht erst am Ende der Produktionskette oder des Produktlebenszyklus an“ (HAAS 1998: 146).

Umweltgerechtes Verhalten ist in ein komplexes Beziehungsgeflecht eingebunden. Sowohl beim Produkt als auch bei der Produktion sind gleichsam ökologische, ökonomische und soziale Ziele zu beachten. Die Verfolgung dieses Bündels von Zielen hat sich spätestens seit der Internationalen Umwelt- und Entwicklungskonferenz von Rio de Janeiro im Jahr 1992 unter dem Begriff **Nachhaltige Entwicklung**<sup>1</sup> („sustainable development“) etabliert und setzt sich in Wirtschaft und Gesellschaft seitdem immer mehr durch. Gemäß der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung (World Commission for Environment and Development, WCED), auch „Brundtland-Kommission“ genannt, bezeichnet dieser Begriff eine

„Entwicklung, die es der heutigen Generation erlaubt, ihre Bedürfnisse zu befriedigen, ohne dass den nachfolgenden Generationen die Möglichkeit genommen wird, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen“ (WCED 1987: 9f.).

Mit der Zielvorgabe der Nachhaltigkeit ist die Erkenntnis verbunden, dass sich umweltpolitische Probleme nicht isoliert von wirtschaftlichen und sozialen Entwicklungen betrachten lassen. Vielmehr ist ein ganzheitliches Verständnis erforderlich, bei dem ökologische, soziale und ökonomische Belange integrativ behandelt werden. Eine nachhaltige Entwicklung kann nur dann stattfinden, wenn keine einseitige Ausrichtung auf nur eine der drei Ebenen vollzogen wird. So ist zwar die Erhaltung der Umwelt von großer Bedeutung, muss jedoch im Einklang mit den sozialen und wirtschaftlichen Verhältnissen und Zielen stehen. Gleiches gilt für die Erreichung wirtschaftlicher oder sozialer Ziele. Die Schwierigkeit, alle drei Zielvorgaben gleichzeitig, ausgewogen sowie dauerhaft zu bedienen, mündet in immer wiederkehrende Zielkonflikte.

---

<sup>1</sup> Zur Entwicklung und Begriffsbestimmung von „Nachhaltigkeit“ siehe z.B. PAECH/PFRIEM 2004: 35.

Daher gilt es Umweltschutz<sup>2</sup> nicht entgegen, sondern mit einer ökonomischen Logik in Unternehmen zu umzusetzen, damit die Aufwendungen für den Umweltschutz als Investition zu werten sind und sich langfristig auch auszahlen. Die Möglichkeiten dafür sind vielfältig. Sie reichen von der Verbesserung des Umweltmanagements, über den Aufbau von Reputation durch freiwillige Selbstverpflichtung, bis hin zur Reduzierung von Risiken (vgl. HOMANN/LÜTGE 2005: 105).

Umweltökonomische Konzepte tragen hierzu entscheidend bei, allerdings hat sich nach anfänglichen Erfolgen und diversen Erweiterungen ein gewisser „Stillstand“ bemerkbar gemacht (vgl. FREIMANN 2003: 320; SCHWEDES 2003: 32). Klassische umweltökonomische Instrumente werden zwar immer stärker ausdifferenziert, bleiben in ihrer Wirkung aber eher überschaubar. Konzeptionelle Weiterentwicklungen, wie z.B. zu einer ökologischen Ökonomik, sind dagegen sehr komplex und schwer in das tägliche Geschäft zu integrieren.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es daher, eine neue bzw. andere Denkrichtung oder Perspektive aufzuzeigen, um betrieblichen Umweltschutz zu forcieren. Denn es ist auffällig, dass die Frage nach dem „Warum umweltgerecht handeln?“ aus ökonomischer Sicht bisher kaum untersucht wurde<sup>3</sup>. Dabei bietet diese Perspektive doch äußerst interessante Möglichkeiten, das umweltökonomische Instrumentarium effektiv auszurichten. Sobald die unternehmerischen Motive eines umweltgerechten Verhaltens identifiziert sind, können auch Steuerungsinstrumente mit hoher Wirkung entwickelt bzw. die Rahmenbedingungen<sup>4</sup> gestaltet werden, da sie dann am unternehmerischen Kern selbst ansetzen.

---

<sup>2</sup> Dies gilt auch für soziale Themen, auf die in den weiteren Ausführungen explizit nicht weiter eingegangen wird. Dies liegt daran, dass die Komplexität der Fragestellung bei einer ernsthaften Beschäftigung mit dem sozialen Bereich extrem zunimmt und gleichzeitig die Wirkungsmechanismen bei ökologischen und sozialen Problemen sehr ähnlich gelagert sind, weshalb in nur geringem Maße zum Grundverständnis der Themenstellung beigetragen würde. Zudem käme es dadurch auch zu einer Verwässerung der spezifischen „umweltbezogenen“ Interessensausrichtung (vgl. SCHWEDES 2003: 33).

<sup>3</sup> Die Frage, „warum“ sich Unternehmen in gewisser Weise verhalten oder welche Anreize und Motive ihren Handlungen zugrunde liegen, ist einer nachhaltigen Managementlehre zuzuordnen (vgl. MÜLLER-CHRIST 2001a: 83).

<sup>4</sup> Die Änderung der Rahmenbedingungen wird z.B. in Öko-Marketing-Ansätzen oder im Rahmen der „Neuen Umweltökonomie“ gefordert, aber nur selten konkret ausformuliert (vgl. BELZ 1999: 823; ROGALL 2002: 214).



Die Arbeit soll daher einen unternehmerischen Motivkatalog eines umweltgerechten Verhaltens ermitteln, durch den Anreize zur Optimierung des betrieblichen Umweltschutzes gesetzt werden können. Dabei gilt es folgende Sachverhalte zu thematisieren:

- **Definition und Abgrenzung** sowie **Modellierung** und **Operationalisierung eines unternehmerischen umweltgerechten Verhaltens**: Durch Betrachtung umweltökonomischer, wirtschaftsgeographischer, psychologischer und wirtschaftsethischer Überlegungen wird ein ökonomisches Modell zur Klassifizierung eines umweltgerechten Verhaltens entwickelt, welches sich in die ökonomische Entscheidungsfindung implementieren lässt. Zudem bildet dies die Basis zur Operationalisierung eines umweltgerechten Verhaltens und somit die Grundlage für eine empirische Erhebung.
- Ein weiterer **Schwerpunkt der Theoriebildung** liegt in der Erweiterung umweltökonomischer Konzepte durch Raumbezüge. Durch die Integration räumlicher (wirtschaftsgeographischer) Aspekte kann die oft im „luftleeren“ Raum agierende Umweltökonomie räumlich verortet werden<sup>5</sup>. Diese Ausführungen leisten auch einen Beitrag zur **Weiterentwicklung einer umweltbezogenen Wirtschaftsgeographie**, da die Schwerpunkte dieser Forschungsrichtung systematisch zu erfassen sind.
- Im zweiten Teil der Arbeit werden **Stärke und Richtung der Zusammenhänge zwischen unternehmerischen Motiven und einem umweltgerechten Verhalten** ermittelt.

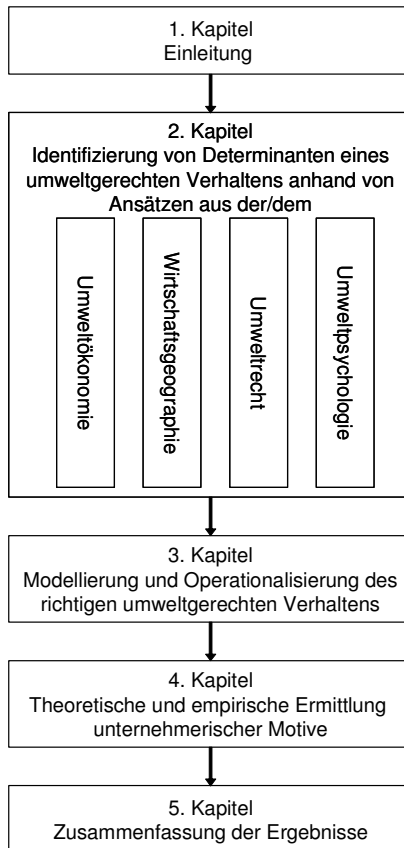
Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass das Ziel dieser Arbeit in der **Modellierung der unternehmerischen Motive eines umweltgerechten Verhaltens** liegt. Dabei liegen die Hauptuntersuchungsgegenstände in der Operationalisierung und damit der Möglichkeit der Messung des Umweltschutzes sowie der Ermittlung der dahinter stehenden Motive. Abbildung 1 zeigt den Gang der Untersuchung.

Zur Bearbeitung der Fragestellung wird im Kapitel 2 das umweltgerechte Verhalten anhand ausgewählter Ansätze dargestellt. Anschließend folgt die Modellierung und Operationalisierung des „richtigen“ umweltgerechten Verhaltens in Kapitel 3. Anhand dieser Ausführungen werden Einflussgrößen dargestellt und verschiedene Entscheidungsmöglichkeiten skizziert. Welche Motive zu einem umweltgerechten Verhalten beitragen, ist Gegenstand von Kapitel 4. Kapitel 5 schließt die Arbeit ab und liefert Anknüpfungspunkte für eine Politikberatung.

---

<sup>5</sup> Zum mangelnden Raumbezug der Ökonomie vgl. z.B. BELZ 1999: 821f. oder SIEBENHÜNER 1995: 74.

**Abbildung 1: Gang der Untersuchung**



*Quelle: Eigene Darstellung.*