

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

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
EXKURSVERZEICHNIS	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**¹ („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.

¹ Zur Entwicklung und Begriffsbestimmung von Nachhaltigkeit siehe z.B. PAECH/PFRIEM 2004: 35.

Daher gilt es Umweltschutz² 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 wurde³. 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 Rahmenbedingungen⁴ gestaltet werden, da sie dann am unternehmerischen Kern selbst ansetzen.

² 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).

³ 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).

⁴ 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:

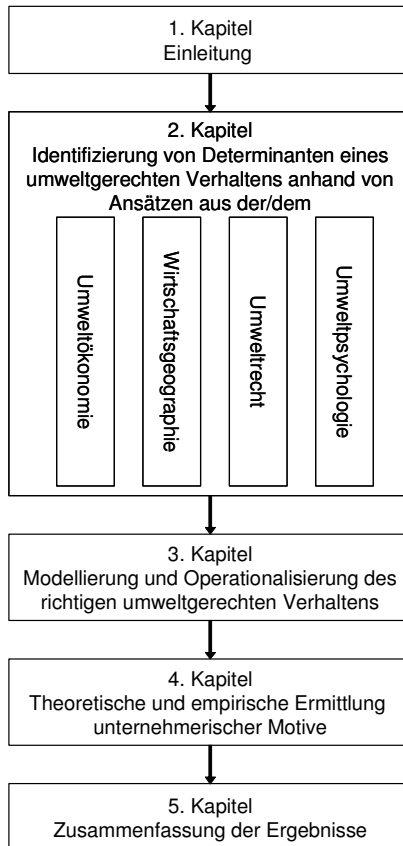
- **Definition und Abgrenzung** sowie **Modellierung** und **Operationalisierung eines unternehmerischen umweltgerechten Verhaltens**: Durch Betrachtung umweltökonomischer, wirtschaftsgeographischer, psychologischer und wirtschaftsethischer Überlegungen wird ein ökonomisches Modell zur Klassifizierung 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 werden⁵. 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.

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

Abbildung 1: Gang der Untersuchung



Quelle: Eigene Darstellung.

2 THEORETISCHE BASIS EINES UMWELTGERECHTEN VERHALTENS

Ziel dieses Kapitels ist es, nach einer grundlegenden Einführung verschiedene Zugänge zu einem umweltgerechten Verhalten aufzuzeigen. Dabei wird vertieft auf umweltökonomische, wirtschaftsgeographische, rechtliche und psychologische Ansätze eingegangen, da diese eine geeignete Basis zur Operationalisierung umweltgerechten Verhaltens bieten.

2.1 Einführung

Neben der Erklärung wichtiger Begriffe werden zunächst die Bedingungen eines umweltgerechten Verhaltens modellhaft dargelegt.

2.1.1 Bedingungen eines umweltgerechten Verhaltens

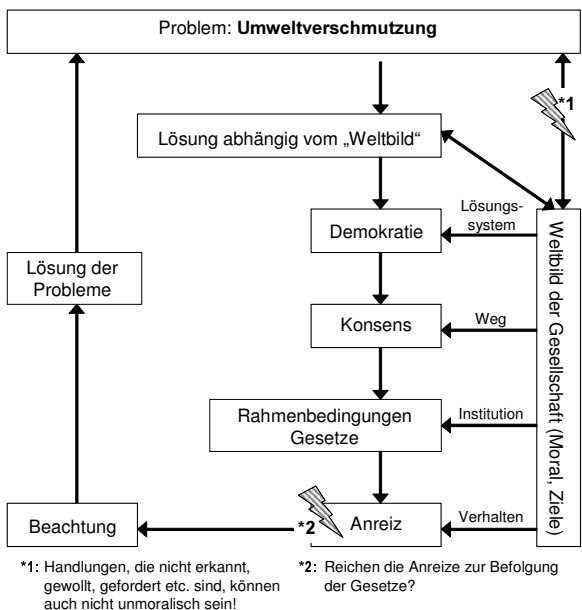
Die Schädigung der menschlichen, insbesondere der natürlichen Umwelt verläuft parallel zur Entwicklung des Menschen. Wurden z.B. in der Antike zum Bau von Schiffsflotten ganze Wälder gerodet, deren Böden dann verödeten (vgl. OTT 1993: 78f.), kam es durch die konzentrierte Einleitung von Emissionen in Luft, Wasser und Boden infolge der Industrialisierung zu neuen Schädigungsqualitäten von Biota und Abiota (vgl. ZIRNSTEIN 1994: 95ff.). Aber nicht nur der technische Fortschritt bringt Umweltbelastungen und -schäden mit sich, auch Unterentwicklung und Armut tragen zur weltweiten Umweltzerstörung bei (vgl. DEUTSCHER BUNDESTAG 2002: 325; BMZ 2002: 104; LE MONDE DIPLOMATIQUE 2003: 64f.).

Aus ökonomischer Sicht entstehen diese Schädigungen durch das Fehlen von Preisen bzw. fehlerhafte Preise für freie (Umwelt-)Güter, wodurch diese nicht richtig bewertet und somit übernutzt werden. Zum Beispiel bedeutet die kostenlose Nutzung der Luft, dass Art und Höhe von Emissionen keinerlei Einfluss auf das Produktionsprogramm haben. Als weiteres Beispiel lässt sich ein aus Armut getriebener Mensch anführen, der über keinerlei Wahlfreiheit zwischen umweltfreundlichem und umweltfeindlichem Verhalten verfügt. Damit ist festzuhalten: Solange ein Umweltproblem nicht wahrgenommen wird – es muss z.B. erst ein gewisses Maß an Luftverschmutzung erreicht sein – oder nicht gelöst werden kann bzw. soll – z.B. ist zuerst das eige-

ne Überleben zu sichern – lässt sich dem Gut „Umwelt“ kein (korrekter) Preis zuordnen (vgl. HARTWIG 2003: 135).

Will man die Behebung von Umweltproblemen angehen, müssen Ethik, Naturwissenschaften, Soziologie, Psychologie und andere Disziplinen gemeinsam mit ihren Forschungen und Erkenntnissen auf Umweltbeeinträchtigungen hinweisen und die Gesellschaft dafür ausreichend sensibilisieren (vgl. LIESGANG 1993: 27). Das dadurch geschaffene Bewusstsein macht dann eine Bewertung von Umweltbeeinträchtigungen und somit eine Preisbildung möglich. Diese Preise können bzw. müssen im ökonomischen System berücksichtigt werden, was die ökonomischen Gegenwerte von Umweltgütern offen legt und eine Lösung von Umweltproblemen zulässt. Eine Systematisierung dieser Zusammenhänge sowie mögliche Lösungswege sind Abbildung 2 zu entnehmen.

Abbildung 2: Zusammenhang zwischen Umweltverschmutzung und gesellschaftlichem System



Quelle: Eigene Darstellung.

3 OPERATIONALISIERUNG DES UMWELTGERECHTEN VERHALTENS

Nachdem im vorherigen Kapitel umweltökonomische, wirtschaftsgeographische, umweltrechtliche, umweltspsychologische und umweltsoziologische Ansätze zur Erklärung eines umweltgerechten Verhaltens dargestellt wurden, dient dieses Kapitel der Zusammenführung der Ansätze. Zuerst ist jedoch auf die Problematik des „richtigen“ umweltgerechten Handelns einzugehen. Dies ist notwendig, um die Vielzahl von Handlungsmöglichkeiten einzugrenzen. Aufbauend auf diesen Erkenntnissen wird ein ökonomisches Umweltklassifizierungsmodell erarbeitet, mit dem sich umweltgerechtes Verhalten operationalisieren lässt.

3.1 Das „richtige“ umweltgerechte Handeln

Inwieweit Unternehmen ein umweltgerechtes Verhalten „leben“ müssen bzw. sollen, ist die zentrale Frage dieses Kapitels. Die Beantwortung kann anhand einer Bedingungstheorie und einer anschließenden Handlungstheorie erfolgen. Das Hinzuziehen von Ethikkonzepten ist nötig, da sie die Handlungen von Menschen begründen (vgl. RICKEN 1998: 10ff.).

3.1.1 Moralische versus unmoralische Handlungen

Die Auseinandersetzung mit Ethikansätzen in diesem Kapitel ist notwendig, da im täglichen Leben gesellschaftlich ebenso erwünschte wie unerwünschte Handlungen zu beobachten sind. So stehen vielfältige Meldungen über Umweltverschmutzungen (z.B. der Giftmüllskandal von Neuendettelsau⁷⁷) denen erfolgreicher und freiwilliger Umweltschutzmaßnahmen (z.B. Umweltpakt Bayern⁷⁸) gegenüber. Diese Beispiele zei-

⁷⁷ Im Umweltskandal von Neuendettelsau hatte ein Landwirt Giftmüll auf seinen Feldern entsorgt und diese damit verseucht. Für die Dekontaminierung der Flächen kam der Freistaat Bayern auf (vgl. StMLU 2002).

⁷⁸ Beim Umweltpakt Bayern handelt es sich um eine freiwillige Vereinbarung zwischen der bayerischen Staatsregierung und der bayerischen Wirtschaft. Der Zielkatalog umfasst z.B. quantifizierte Ziele in den Bereichen Klimaschutz, Ressourcenschonung und Umweltmanagement (vgl. StMLU 2003).

gen, dass einige Akteure ihre moralische Verantwortung erkennen und übernehmen, dies bei anderen Akteuren hingegen nicht der Fall ist.

Der mit diesem unterschiedlichen Verhalten zusammenhängende Diskurs über die „moralische Verantwortung von Handlungen“ ist in der Wirtschaft kein neues Phänomen. Dieses Themenfeld wird schon lange unter dem Etikett „soziale Verantwortung von Unternehmen“ diskutiert (vgl. HANSEN/SCHRADER 2005: 373ff.). Allerdings war das Postulat der sozialen Verantwortung nicht zielführend und so setzte sich Mitte der 1980er Jahre der allgemeinere Begriff der **Ethik** durch. Dies war notwendig, um eine Begründung für die soziale Verantwortung und deren Integration in die betriebliche Entscheidungsfindung zu formulieren (vgl. HOPFENBECK 1998: 594; KÜPPER 1988: 318).

Da in diesem Fall die Ethik Entscheidungshilfen für den Bereich der Wirtschaft aufzeigen soll, entwickelten sich eine Vielzahl von Ansätzen einer Wirtschafts- oder Unternehmensethik sozusagen als „angewandte Ethik“. Neuere Ethikansätze beschränken sich nicht nur darauf, moralische Handlungsempfehlungen für den Anwendungsbereich „Wirtschaft“ zu geben, der neben anderen Bereichen, wie z.B. der Medizin (Medizinethik), besteht, sondern nutzen darüber hinaus ökonomische Methoden, um moralische Probleme zu lösen⁷⁹ (vgl. HOMANN/LÜTGE 2005: 19).

Zur Umsetzung moralischer Forderungen müssen die relevanten Handlungen danach untersucht werden, ob sie „gut“ oder „schlecht“ bzw. „moralisch richtig“ oder „moralisch falsch“ sind. Es geht hierbei um eine Begründung und damit auch Bewertung der moralischen Forderung. So können z.B. im Gewinnstreben von Unternehmen Handlungsalternativen und Raum für die Berücksichtigung moralischer Normen gesehen werden. Daher sind die einzelnen Handlungsalternativen, sofern sie tatsächlich bestehen, zu untersuchen und zu bewerten. Für diese Bewertung kommen verschiedene Ethikansätze und damit ethische Urteile in Frage, aus denen moralische Normen und Werte resultieren.

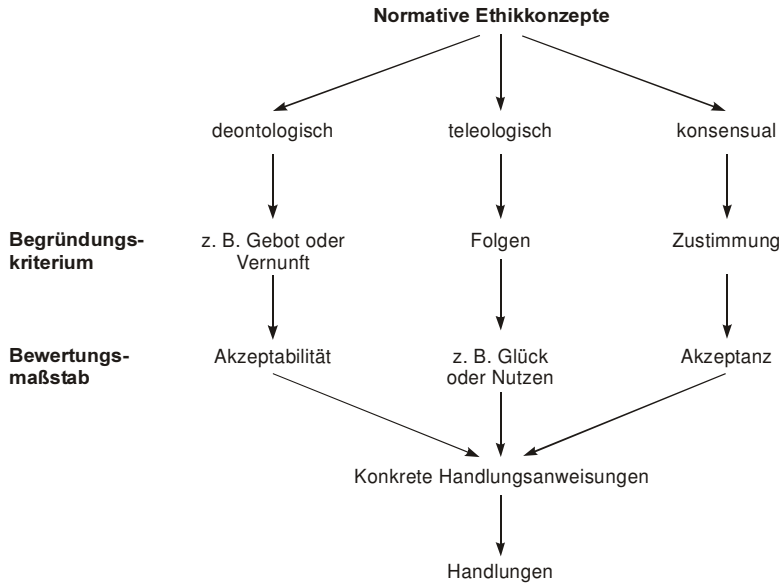
In einer ersten Einteilung von Ethikkonzepten lässt sich zwischen einer deskriptiven und einer normativen Ethik unterscheiden (vgl. HOMANN/LÜTGE 2005: 12). In der **deskriptiven Ethik** wird das reale moralische Verhalten beschrieben, ohne dabei eine Bewertung vorzunehmen. Allerdings existiert in der Literatur noch kein geschlossener

⁷⁹ Unter Moral wird die Gesamtheit von sittlichen Normen, Grundsätzen und Werten, die das zwischenmenschliche Verhalten in einer Gesellschaft regulieren, verstanden. Bei der Ethik handelt es sich um die wissenschaftliche Theorie der Moral (vgl. SUTOR 1997: 10; HOMANN/BLOEME-DREES 1992: 16).

deskriptiver Ansatz, sondern lediglich Verhaltensstudien zu bestimmten Problembereichen, aus denen sich Empfehlungen für Handlungsweisen ableiten lassen.

Im Rahmen der **normativen Ethik** sind Normen und Werte herzuleiten, anhand derer Entscheidungen getroffen werden (vgl. RICKEN 1998: 10ff. und 215ff.). Es lässt sich zwischen einer deontologischen, teleologischen und konsensualen Ethik unterscheiden.

Abbildung 15: Ethische Bewertungskonzepte



Quelle: Eigene Darstellung.

In der **deontologischen Ethik**⁸⁰ werden normative Forderungen und Sätze wie „Du musst ...“ oder „Du sollst ...“ erhoben. Zur Begründung dieser Forderungen ist z.B. auf das Gebot Gottes zu verweisen, womit es innerhalb einer Glaubensgemeinschaft keiner weiteren Begründung bedarf. Die Begründung einer moralischen Forderung kann

⁸⁰ Das griechische to deon bedeutet das Notwendige, d.h. das moralisch Notwendige oder das Gesollte.

aber auch in der Vernunft (KANT), in Institutionen, der Geschichte (MARX), der Natur oder im Diskurs (HABERMAS) liegen. Wird nach den Geboten gehandelt, so handelt man moralisch gut. Kritisch an einem solchen Konzept zu hinterfragen sind Begründung und damit Implementierbarkeit der Ethik in das reale Leben, da Gebote in der Regel nur solange befolgt werden, wie Sanktionen (z.B. von Gott) zu erwarten sind (z.B. ewige Verdammnis). Ein Problem ist hier die Abhängigkeit vom Grad der Gläubigkeit, denn spätestens bei Atheisten haben die genannten Sanktionsmöglichkeiten keine verhaltensrelevanten Wirkungen. Grundsätzlich liegt das Implementierungsproblem bei einer deontologischen Ethik in der Akzeptabilität (Annehmbarkeit) der Begründung einer moralischen Forderung, die vom Individuum in der Regel immer subjektiv bewertet wird (vgl. SUCHANECK 2001: 9f.; HAAG 1987: 19ff.).

In der **teleologischen Ethik**⁸¹ hingegen werden Handlungen nach einem vorgegebenen Ziel bewertet. Es handelt sich damit um eine Ethik der Ziele oder Güter. Ein übergeordnetes Ziel könnte z.B. „Glück“ sein (Eudämonismus), wobei der Begriff „Glück“ subjektiv zu definieren ist. Das Glück könnte z.B. in der Lust liegen (Hedonismus), womit alle lustspendenden Handlungen ethisch gut wären. Im Hinblick auf die Formulierung langfristiger Werte eignet sich dieses Ethikkonzept weniger, da z.B. die glücksbringenden Faktoren im Zeitablauf subjektiven Veränderungen unterworfen sind. Als „Teilgebiet“ der teleologischen Ethik ist der **Utilitarismus** zu nennen, der das zu erreichende Ziel in der Nutzenmaximierung sieht und damit für ökonomische Fragestellungen von besonderem Interesse ist. Im Allgemeinen handelt es sich bei der teleologischen Ethik um einen **Konsequentialismus**, d.h. nur die Konsequenzen des Handelns werden betrachtet, unabhängig von Zweck und Mitteleinsatz. Dies ist gleichzeitig der Kritikpunkt an diesem Ethikkonzept. Wird wie im Utilitarismus z.B. der Nutzen einer Volkswirtschaft maximiert, sagt dies noch nichts über die Verteilung der Nutzenstiftung innerhalb der Volkswirtschaft aus und kann somit Raum für unmoralische Handlungen bieten (vgl. OTT 1993: 116; SUCHANECK 2001: 10).

In einer **konsensualen Ethik** wird moralisches Handeln durch die Zustimmung der Akteure erreicht. In diesem modernen Ethikansatz unterliegen die Normen quasi einer kollektiven Selbstbindung. Die Akzeptanz der Normen ist durch die Zustimmung, also durch das Wollen aller Beteiligten, gegeben. Problematisch an diesem Ansatz ist, dass

⁸¹ To Telos bedeutet das Ziel .

sich mit steigender Zahl von Akteuren der Zustimmungprozess zu den moralischen Werten immer aufwendiger ausnimmt⁸² (vgl. SUCHANECK 2001: 11).

Die Grenzen zwischen den verschiedenen Ethikansätzen sind fließend. Bei der deontologischen und teleologischen Ethik ist dies zum Beispiel der Fall, wenn das Ziel des Lebens im Streben nach Vernunft zu sehen ist. Basierend auf diesen Ausführungen zur Bewertung von Handlungen wird nun im nächsten Kapitel auf die Bedingungs- bzw. Wirtschaftsethik als Gerüst einer Handlungsethik eingegangen.

3.1.2 Bedingungs- bzw. Wirtschaftsethik

Die Beschäftigung mit einer Bedingungs- bzw. Wirtschaftsethik⁸³ klärt, unter welchen Bedingungen ein Akteur bereit ist, eine Handlung auszuführen. Da in dieser Arbeit das unternehmerische Verhalten untersucht wird, sind die Handlungsbedingungen der Wirtschaft zu betrachten.

Allgemein ist unter dem Begriff „Wirtschaftsethik“ zum einen eine Ethik für die Wirtschaft (im Sinne von Akteuren), zum anderen eine Ethik, die Methoden der Wirtschaft (im Sinne von Ökonomik) verwendet, zu verstehen. Eine Verknüpfung dieser beiden Perspektiven wurde von HOMANN/BLOEME-DREES (1992) publiziert. Darin ist als wichtiger Bewertungsmaßstab für moralische Forderungen die Möglichkeit der **Implementierbarkeit** angesetzt. Denn Werte und Normen, aus denen Forderungen zur Übernahme von Verantwortung abzuleiten sind, die von den Akteuren, hier den Unternehmen, aber ignoriert werden, ändern nichts an angeprangerten Missständen. Damit sind diese Werte und Normen bezüglich der Realisierung moralischer Forderungen nicht zielführend (vgl. HOMANN/LÜTGE 2005: 20; HOMANN 2002: 236).

⁸² Zur Lösung der Problematik des Konsenses und der übergeordneten Theorie der Demokratie vgl. HOMANN/SUCHANEK 2000: 184ff.

⁸³ Die folgenden Ausführungen basieren auf dem Wirtschafts- und Unternehmensethikansatz von Homann, der den profiliertesten Ansatz in diesem Bereich darstellt (vgl. GERLACH 2002: 210 und 226).

Wichtig ist daher, dass ein Wirtschaftsethikansatz⁸⁴ aufzeigt, wie moralische Werte und Normen unter den Bedingungen einer modernen Wirtschaft in das Zielsystem der Unternehmen integriert werden können. Das Grundproblem, das eine Wirtschaftsethik zu lösen hat, besteht darin,

„... dass der für Marktwirtschaften typische Wettbewerb für moralische Vor- und Mehrleistungen Einzelner – Individuen, Unternehmen, Verbände, Staaten etc. – die zu Kostenerhöhungen oder Gewinneinbußen führen, keinen Raum lässt. Moral und Wettbewerb scheinen sich im Handlungsvollzug (oftmals) auszuschließen“ (GABLER WIRTSCHAFTLEXIKON 2004: 3358).

Es besteht also eine **Dilemmastruktur**⁸⁵. Moralische Mehrleistungen sind aufgrund des Wettbewerbs nicht möglich, da der so handelnde Akteur durch sein Verhalten ausbeutbar würde (vgl. HOMANN/LÜTGE 2005: 25). Die naheliegende Forderung, den Wettbewerb zu verbieten, ist aber nicht der richtige Ausweg aus diesem Dilemma, wie z.B. anhand der Entwicklung des Sozialismus deutlich wurde (vgl. HOMANN 2002: 4; SUCHANEK 2001: 77). Wird eine teleologische Ethikauffassung zugrunde gelegt, ist vielmehr der Wettbewerb wegen der überragenden Resultate, die er in Marktwirtschaften westlichen Typs erbracht hat, hier moralisch als „gut“ einzustufen. Beim **Wettbewerb** handelt es sich um eine soziale Ordnung zum Nutzen der Konsumenten, indem er die Anbieter zwingt, sich an den Interessen der Nachfrager zu orientieren und auf die Effizienz des Ressourceneinsatzes zu achten. Zudem schafft Wettbewerb Anreize zu Kreativität und Innovationen und erzeugt Disziplin unter Konkurrenten, da sie sich bemühen müssen, am Markt zu bestehen. Er schafft und zerstört Machtpositionen und sorgt für die Generierung und schnelle Diffusion von guten Problemlösungen und Wissen. Um im Wettbewerb einen Platz für Moral zu schaffen, ist diese im Rahmen von **allgemein verbindlichen Regeln** zu manifestieren, wodurch eine Wettbewerbsneutralität erzeugt wird (vgl. hierzu HOMANN/BLOEME-DREES 1992: 20ff.).

⁸⁴ Als zentraler Bewertungsmaßstab können bei anderen Fragestellungen auch andere Forderungen angeführt werden.

⁸⁵ Zur systematischen Analyse einer Dilemmastruktur bei Interaktionssituationen kann auf das Gefangenendilemma der Spieltheorie zurückgegriffen werden. Dieses stellt eine Situation dar, in der zwei Interaktionspartner ihren Anreizen folgen und sich dabei als rationale Nutzenmaximierer verhalten. Weiterhin sind beide Akteure untereinander interdependent und können keine glaubwürdige Verhaltensbindung (auch nicht durch moralisch motivierte Aufforderung zu kooperativem Verhalten) erreichen. Dadurch müssen die Akteure davon ausgehen, dass der eigene Beitrag zur Realisierung der gemeinsamen Interessen vom Gegenspieler „ausgebeutet“ wird, was zu einer „präventiven Gegenausbeutung“ führt. Defektieren wird damit zur dominanten Strategie, so dass keine Kooperationsgewinne realisiert werden (vgl. ausführlich dazu HOMANN/SUCHANEK 2000: 26ff. und 34ff.).

4 ERMITTLUNG UNTERNEHMRISCHER MOTIVE

Dieser Teil der Arbeit widmet sich den Motiven, die hinter den Handlungen von Akteuren stehen. Neben der Ermittlung der unternehmerischen Motive für ein umweltgerechtes Verhalten wird auch deren Einfluss auf ein umweltgerechtes Verhalten aufgezeigt.

4.1 Umweltbezogene Motive unternehmerischen Handelns

Nach einer Begriffsbestimmung erfolgt neben der sekundärstatistischen Ermittlung unternehmerischer Motive eines umweltgerechten Verhaltens eine Beschreibung von Möglichkeiten zu deren Aktivierung auf Grundlage des verhaltenswissenschaftlichen Ansatzes.

4.1.1 Hinführung

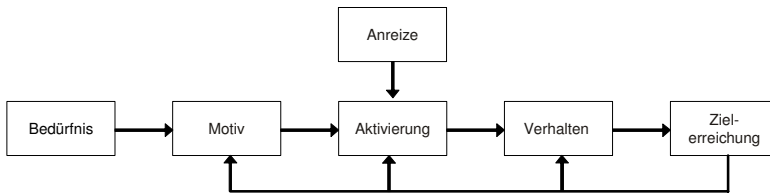
Motive, die einem umweltgerechten Verhalten zugrunde liegen, sind vielfältiger Art. Dies zeigte eine im Rahmen der Einführung eines betrieblichen Umweltmanagementsystems Anfang 2006 mit 24 Vertretern kleiner und mittlerer oberbayerischer Unternehmen aus den Bereichen Industrie, Handel und Gaststättengewerbe durchgeführte Gruppendiskussion⁹⁷. Dabei wurden folgende Motive, die zur Einführung eines Umweltmanagementsystems beitragen, genannt:

- Kosten senken durch höhere Effizienz, bessere Organisation und optimierte Bearbeitung von Behördenanfragen,
- Sensibilisierung der Mitarbeiter,
- Kundenwünsche,
- Imagegründe und Marketingzwecke,
- Rechtssicherheit verbessern,
- Reduktion von Haftungsansprüchen und möglicher Strafen,
- die Organisation des Umweltschutzes im Betrieb verbessern,
- die Umwelt entlasten und schützen,
- an die eigene Zukunft und die der Kinder denken.

⁹⁷ Die Veranstaltung fand am 3. März 2006 in der IHK für München und Oberbayern in München statt.

Neben den zu erwartenden „ökonomischen“ Motiven standen die „Sensibilisierung der Mitarbeiter“, aber auch weniger unternehmensbezogene Motive wie „die Umwelt entlasten“ und die „Zukunft der Kinder“ besonders im Vordergrund. Dies spiegelt die in Kapitel 1 beschriebene Bedeutung der Identifizierung von Motiven wider, um anreizkompatible Instrumente zur Förderung eines umweltgerechten Verhaltens zu entwickeln. Ökonomische und ordnungsrechtliche Motive sind ohne Zweifel von hoher Bedeutung, die Gruppenbefragung zeigte aber, dass auch andere Motive für das Handeln wichtig sind. Der theoretisch fundierte Zusammenhang zwischen Motiven und Handlungen zur Zielerreichung kann anhand von Abbildung 18 beschrieben werden.

Abbildung 18: Motivationsmodell



Quelle: THOMMEN/ACHLEITNER 2003: 695.

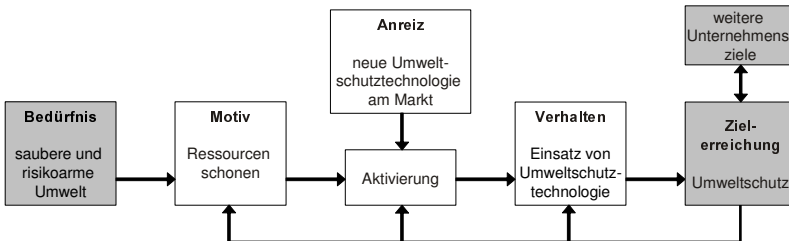
Bedürfnisse entstammen einem Mangelempfinden, woraus sich ein Motiv zu seiner Beseitigung ergibt. Ein **Motiv** (Handlungsbereitschaft) bezeichnet den Beweggrund (Ursache⁹⁸) für ein Verhalten. **Anreize** sind verhaltensbeeinflussende Reize, die das Bindeglied zwischen Motiven und Verhalten darstellen. Wenn sie in den Bedürfnissen bzw. Motiven eines Menschen ihre Entsprechung finden, können sie die Person zu einem bestimmten Verhalten veranlassen, es kommt zu einer Aktivierung von Bedürfnissen sowie einem motivierten Verhalten. Es lassen sich extrinsische (z.B. monetäre Belohnung, die in einem erwarteten äußeren Nutzen des Handelns liegt) und intrinsische Anreize, die in erwarteten positiven Erlebnissen während des Handelns bestehen (z.B. Spaß), unterscheiden. Das Wirksamwerden von Anreizen setzt die Wahrnehmung des Menschen voraus (Erkennen des Anreizcharakters einer Situation) (vgl. Kapitel 4.1.3). Der Begriff **Ziel** (Soll-Größe) bezeichnet einen in der Zukunft liegenden, gegenüber dem Gegenwärtigen im Allgemeinen veränderten, erstrebenswerten und angestrebten Zustand. Je nach Resultat des Verhaltens (Bedürfnisbefriedigung) kommt

⁹⁸ Die Notwendigkeit bzw. der Nutzen einer Handlung (Begründung).

es zu einer Korrektur des Motivs, einer erneuten Aktivierung und/oder einem neuen Verhalten (vgl. GOLLER 1995: 78; TROMMSDORF 2003: 113ff.; ROSENSTIEL/EWALD 1979: 136; GABLER WIRTSCHAFTSLEXIKON 2004: 128, 2088f. und 3432; THOMMEN/ACHLEITNER 2003: 694).

In Abbildung 19 ist das Modell aus Abbildung 18 auf die Fragestellung angepasst worden. Durch „Umweltängste“ und Umweltschäden, wie z.B. Ozonloch, Klimawandel, Waldsterben, Wasserverunreinigungen, Abgase, Bodenvergiftung, Radioaktivität, verseuchte Lebensmittel, Ausrottung von Tier- und Pflanzenarten, Industrienunfälle oder Giftmüll, kommt es zu einer Umweltsensibilität, die sich in einer Mangelempfindung⁹⁹ und der Forderung nach Umweltschutz (Ziel) äußert. Da eine zunehmend kritische Öffentlichkeit die Entscheidungen eines Unternehmens vor diesem „neuen“ Hintergrund bewertet und daraus gegebenenfalls negative Sanktionen ableitet, kommt es zu einer Veränderung des Unternehmensumfeldes und damit zu Anpassungshandlungen (vgl. GEGE 1994: 8985ff.).

Abbildung 19: Angepasstes Motivationsmodell



Quelle: Eigene Darstellung.

Um nun das Ziel „Umweltschutz“ zu erreichen und das Umweltschutzbedürfnis zu befriedigen, muss ein umweltgerechtes Verhalten¹⁰⁰ „erzeugt“ werden. Um dieses zu aktivieren, sind Anreize und Motive nötig. In Abbildung 19 wird das Motiv „Ressourcen schonen“ durch eine neue, am Markt erhältliche Umweltschutztechnologie aktiviert. Gegebenfalls haben weitere Anreize, wie z.B. Kosteneinsparung durch einen

⁹⁹ Das Bedürfnis nach einer sauberen und risikoarmen Umwelt dürfte in der näheren Zukunft weltweit kaum zu erfüllen sein, weshalb es als konstant angenommen werden kann und nicht weiter thematisiert wird.

¹⁰⁰ Die Möglichkeiten eines umweltgerechten Verhaltens sind ausführlich im Kapitel 2 dargelegt worden.

effizienteren Ressourceneinsatz, auf die Aktivierung eingewirkt. Die Identifizierung der unternehmerischen Motive und Anreize, die ein umweltgerechtes Verhalten determinieren, sind in Kapitel 4.1.2, ihre Aktivierung in Kapitel 4.1.3 zu behandeln.

Exkurs 6: Unternehmerische Ziele und Umweltschutz

Da Unternehmen im Gegensatz zu Haushalten einen Fremdbedarf decken, liegt ihr primäres Unternehmensziel in einer konkreten Bedürfnisbefriedigung für ihre Zielgruppen. Um diese Leistungen auch langfristig anzubieten und das unternehmerische Risiko abzudecken, müssen weitere Ziele beachtet werden. Die Unternehmensziele lassen sich in **Leistungs-** (z.B. Umwelt, Qualität, Soziales), **Markt-** (z.B. Umsatz, Marktanteile, neue Märkte) und **Ertragsziele** (z.B. Gewinn, Dividende, Eigenfinanzierung) unterteilen (vgl. STEGER 1988: 140). Sie können sich neutral, fördernd oder konkurrierend zueinander verhalten. Da empirische Studien ergeben haben, dass Umweltschutzziele eher im unteren Drittel der Rangordnung unternehmerischer Ziele rangieren (vgl. MÜLLER-CHRIST/HÜLSMANN 2003: 261), sollten sie mit den ökonomischen Zielen sinnvollerweise in einer Mittel-Zweck-Beziehung stehen, um an Bedeutung zu gewinnen (vgl. CANSIER 1996: 276). Dies ist unter anderem durch Zielallianzen zu erreichen. Beispielsweise werden bei Lebensmitteln Umweltziele an Aspekte wie Natürlichkeit, Gesundheit, Geschmack und Frische gekoppelt und können dann einen Mehrwert, z.B. über höhere Preise, erzielen (vgl. BELZ 2005: 33ff.; BELZ/DITZE 2005: 85). Die Idee, das gesamte Unternehmen auf ein einheitliches Zielsystem auszurichten, wurde auch durch das Controllinginstrument der „Balanced Scorecard“ aufgegriffen, um den Unternehmenserfolg langfristig zu sichern (vgl. KÜPPER 2005: 173f.; THOMMEN/ACHLEITNER 2003: 934f.).

4.1.2 Identifizierung von Motiven eines umweltgerechten Verhaltens (Literaturanalyse)

Das Bedürfnis nach Umweltschutz ist – Unternehmen des Umweltschutztechnologie-Marktes ausgenommen – kein unternehmerisches Ziel im eigentlichen Sinne. In der Regel werden vorrangig andere Bedürfnisse befriedigt und Umweltschutzziele, da sie kein dominantes Unternehmensziel darstellen, bestenfalls als Mittel zum Zweck (z.B. als gesundheitsfördernder Zusatznutzen) angesehen. Um nun das gesellschaftliche Ziel eines verbesserten Umweltschutzes auch zu einem Unternehmensziel, gegebenenfalls auch zu einem mit hoher Priorität, zu machen, müssen Beweggründe (Motive) für das umweltgerechte Verhalten vorhanden sein. Eine maßgebliche Rolle spie-

5 ANREGUNGEN FÜR EINE ZUKÜNFTIGE GESTALTUNG UMWELTPOLITISCHER INSTRUMENTE

Das Ziel wissenschaftlicher Forschung ist es, Problembereiche zu beschreiben, zu erklären und zu gestalten (vgl. HOMANN 2000: 27). Das Problem „Umweltbelastung“ ist in der Literatur bereits hinreichend beschrieben worden, Erklärungen über ihr Zustandekommen sind ausreichend thematisiert. Bei der Gestaltung von Umweltbelastungen – also deren Reduktion – sind hingegen noch Maßnahmen, wie z.B. eine optimierte Gestaltung von Umweltschutzinstrumenten, nötig. Vor dem gedanklichen Hintergrund, Umweltschutz nicht gegen, sondern mit einer ökonomischen Logik umzusetzen, ist es ein Kernanliegen der vorliegenden Arbeit, für diese Optimierung einen Beitrag zu leisten und aufzuzeigen, wie sich Umweltschutz für Unternehmen auszahlt, wenn er klug und innovativ praktiziert wird (vgl. HOMANN/LÜTGE 2005: 105).

Der Ansatzpunkt hierfür liegt darin, die unternehmerischen Motive für ein umweltgerechtes Verhalten zu fördern bzw. durch entsprechende Anreize die Optimierung des betrieblichen Umweltschutzes, quasi von innen heraus, zu aktivieren. Hierfür musste zuerst das „umweltgerechte Verhalten“ anhand eines Modells in die ökonomische Terminologie überführt werden, damit es sich in die betriebliche Entscheidungsfindung implementieren lässt. Ein entscheidender umweltökonomischer Fortschritt liegt – stellvertretend für die oft vernachlässigten ökologischen Aspekte in ökonomischen Theorien – in der Aufnahme von Raumbezügen (Mehr), die auch zur Weiterentwicklung einer umweltbezogenen Wirtschaftsgeographie beiträgt (vgl. Exkurs 8).

Exkurs 8: Zur Weiterentwicklung einer umweltbezogenen Wirtschaftsgeographie

Als Schnittstelle zwischen Wirtschafts- und Naturwissenschaften ist die Wirtschaftsgeographie eigentlich prädestiniert, natürlich-ökologische Aspekte in unternehmerische Entscheidungen zu integrieren. Allerdings fehlt bisher ein fester Gesamtrahmen, und es wurden nur selektive Teilbereiche der Wirtschaftsgeographie unter natürlich-ökologischen Aspekten untersucht oder entwickelt.

Vor diesem Hintergrund war es daher ein Ziel dieser Arbeit, die verschiedenen Aspekte einer umweltbezogenen Wirtschaftsgeographie systematisch zu erfassen und die wesentlichen herauszuarbeiten. Es handelt sich dabei um die Umweltwahrnehmung, aus der sich ein aktionsräumliches Verhalten ableiten lässt, die Wirkung raumstruktu-

reller Einflussfaktoren auf Entscheidungen sowie die Analyse ebenenübergreifender Wirkungen. Weitere Entscheidungsfelder liegen in einer unter ökologischen Gesichtspunkten optimierten Ressourcennutzung, der Standortwahl und der Gestaltung von Stoffströmen sowie dem Aufbau von Netzwerken zur Prozessoptimierung.

In der empirischen Erhebung konnten der Stellenwert, das ökologische Entwicklungspotenzial sowie die Anreize und Motive zur Aktivierung der umweltbezogenen Kernkompetenzen der Wirtschaftsgeographie ermittelt werden. Die Ergebnisse machen deutlich, dass der Stellenwert raumbezogener Umweltschutzmaßnahmen in Unternehmen zwar recht gering ist, ihnen aber ein bedeutender ökologischer Nutzen zugebilligt wird. Zusammenfassend zeigt sich, dass die Motive zur Förderung raumbezogener Umweltschutzmaßnahmen längerfristig orientiert sind und in Wertsteigerungspotenzialen sowie der Kostenreduktion liegen.

Um raumbezogenen Umweltschutzmaßnahmen einen höheren Stellenwert in Unternehmen zu verschaffen, müsste die wissenschaftliche Aufarbeitung der Themenfelder verstärkt und die praktische Relevanz stärker herausgearbeitet werden. Es ist sozusagen ein Marketing für raumbezogene Umweltschutzmaßnahmen nötig, das praktische Umsetzungsmöglichkeiten aufzeigt. Hierfür sind vor allem die **Kernkompetenzen** aus den identifizierten wirtschaftsgeographischen Forschungsfeldern verstärkt zu bearbeiten:

- Die größte praktische Relevanz liegt in der **übergreifenden Mehrebenenbetrachtung** und damit im Management und in der Optimierung von Stoffströmen im Sinne einer nachhaltigen Nutzung. Hierfür bieten sich auf globaler Ebene die Global Commodity Chain, auf regionaler Ebene das Stoffstrommanagement sowie überbetriebliche Stoffflussanalysen oder regionale Produktionsnetzwerke an. Zudem ist die Analyse der Wirkung lokaler Umweltgesetze oder Umwelt-NGOs auf globale Prozesse bzw. umgekehrt zu vertiefen.
- Beim Aufbau und der Gestaltung von **Umweltnetzwerken** können wirtschaftsgeographische Expertisen zu einer umweltgerechten Gestaltung von Prozessen sowie zur Aufdeckung zentraler Akteure, deren Verbindungen und Relationen zueinander beitragen.
- Bei der umweltbezogenen **Standortforschung** ist die Berücksichtigung von Naturfaktoren bei der Standortwahl anzuführen, d.h. die Identifikation ökologischer Wirkungszusammenhänge (z.B. Natur- und Umweltrisiken), bestehender und neuer Standortstrukturen (Verkehrsanbindungen), der Ressourcenausstattung, von Nutzungsräumen sowie Nutzungsveränderungen.

ANHANG

Auswertungen

Tabelle 8: Regressionsanalyse: Zusammenhang zwischen dem Stellenwert von Umweltschutzmaßnahmen und dem ökologischen Nutzen

	Mittelwert	Standard- abweichung	N
Stellenwert	4,06	0,69	33
Ökologischer Nutzen	4,08	0,60	33
Modellzusammenfassung			
R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers
0,945	0,893	0,890	0,232
Durbin-Watson-Statistik (Änderung in Signifikanz von F)			
0,000	1,133		

Quelle: Eigene Erhebung.

Tabelle 9: Deskriptive Auswertung des Stellenwerts und des ökologischen Nutzens von Umweltschutzmaßnahmen

Variable	Stellenwert			Ökolog. Nutzen			Delta Δ
	N	MW	SA	N	MW	SA	
Umweltgerechtes Leistungs- bzw. Produktionsprogramm	47	4,59	1,37	44	4,32	1,55	0,27
Umweltschutz entlang des gesamten Produktlebensweges	46	4,41	1,31	45	4,13	1,41	0,28
Angebot an umweltfreundlichen Zusatzleistungen zum Kernprogramm	44	3,19	1,40	43	3,20	1,30	-0,01
Ökologieorientierte Markenpolitik	45	3,52	1,58	44	3,52	1,54	0,00
Nutzung von Umweltsiegeln	47	3,34	1,53	46	3,09	1,52	0,25
Hervorhebung der Umweltaspekte durch Marketingmaßnahmen	46	3,71	1,32	46	3,52	1,37	0,19
Umweltfreundliche Preispolitik (z.B. Rabatte auf Öko-Produkte)	43	2,10	1,30	41	2,46	1,40	-0,36
Umweltfreundliche Logistik (Mehrwegverpackungen/Fahrtoptimierungen)	46	4,76	1,26	45	4,82	1,27	-0,06
Aktive umweltbezogene Unternehmenspolitik und -ziele	47	4,80	1,09	45	4,67	1,17	0,13
Einrichtung eines Umweltmanagementsystems	47	5,29	1,23	46	4,97	1,18	0,32

Unternehmerische Motive eines umweltgerechten Verhaltens

Organisatorische Verankerung von Umweltschutz im Unternehmen	47	5,03	1,11	46	4,97	1,15	0,06
Schulung und Information des Personals in Umweltthemen	47	4,77	1,04	46	4,82	1,25	-0,05
Umweltgerechtes Mobilitätsmanagement	44	3,50	1,37	43	4,03	1,33	-0,53
Umweltgerechter Bürobetrieb	45	3,88	1,41	44	3,97	1,26	-0,09
Umweltfreundliches Gebäude- und Flächenmanagement	45	4,47	1,30	44	4,65	1,09	-0,18
Ökologische Unternehmensbewertung durch Umweltcontrollinginstrumente	45	3,82	1,53	44	3,91	1,33	-0,09
Ökologische Produktbewertung durch Umweltcontrollinginstrumente	45	3,64	1,39	44	3,63	1,34	0,01
Ökologisches Innovations-, Forschungs- und Entwicklungskonzept	45	4,15	1,50	44	4,13	1,39	0,02
Prozessbezogener Umweltschutz („front-of-pipe“-Technologien)	45	4,82	1,27	44	4,97	1,21	-0,15
Einsatz von „end-of-pipe“-Technologien (z.B. Recyclingmaßnahmen)	46	4,56	1,24	45	4,42	1,30	0,14
Einsatz von Umweltdienstleistungen	44	3,59	1,32	42	3,73	1,44	-0,14
Umweltfreundliche Beschaffung und Materialwirtschaft	46	4,32	1,25	45	4,18	1,24	0,14
Abfall- und Kreislaufwirtschaftskonzepte	47	4,74	1,10	45	4,67	1,29	0,07
Durchsetzung von Umweltstandards beim Outsourcing von Leistungen	45	4,15	1,48	44	4,31	1,26	-0,16
Durchsetzung von Umweltstandards bei Unternehmenstöchtern	44	4,84	1,06	43	4,81	1,20	0,03
Standortwahl nach ökologischen Kriterien	41	3,31	1,68	40	3,75	1,45	-0,44
Optimierung der betrieblichen Stoffströme nach ökologischen Kriterien	42	4,00	1,48	42	4,23	1,36	-0,23
Einsatz umweltfreundlicher Ressourcen (z.B. nachwachsender Rohstoffe)	45	3,52	1,62	43	3,84	1,48	-0,32
Beteiligung an Umweltnetzwerken zur Prozessoptimierung	39	3,41	1,73	37	3,84	1,54	-0,43
Umweltschutz als ordnungspolitische Maßnahme	40	3,33	1,61	40	3,52	1,50	-0,19
Umweltschutz als Wettbewerbsstrategie	45	3,94	1,35	45	3,82	1,42	0,12
Umweltschutz als Teil der Unternehmensleitlinien (Codes of Conduct)	47	4,86	1,25	46	4,35	1,47	0,51
Sponsoring und umweltbezogene gesellschaftliche Aktivitäten	45	3,55	1,71	44	3,53	1,50	0,02
Mittelwerte	45	4,06	1,37	44	4,08	1,35	0,24

N= Anzahl der Fälle; MW = Mittelwert; SA = Standardabweichung;
 Werte: 1 = geringer Stellenwert bzw. Nutzen, 6 = hoher Stellenwert bzw. Nutzen;
 Grau hinterlegte Felder = überdurchschnittlicher Mittelwert.

Quelle: Eigene Erhebung.

Wirtschaft und Raum

Eine Reihe der Münchener Universitätschriften

herausgegeben von

Prof. Dr. Hans-Dieter Haas
Universität München

- Band 13: Michael Oechsle: **Erweiterung von Geschäftsfeldern im Non-Aviation-Bereich an europäischen Flughäfen unter besonderer Berücksichtigung des Standorts München**
2005 · 400 Seiten · ISBN 3-8316-0544-0
- Band 12: Hans-Martin Zademach: **Spatial Dynamics in the Markets of M&A** · Essays on the Geographical Determination and Implications of Corporate Takeovers and Mergers in Germany and Europe
2005 · 150 Seiten · ISBN 3-8316-0478-9
- Band 11: Johannes Rehner: **Netzwerke und Kultur** · Unternehmerisches Handeln deutscher Manager in Mexiko
2004 · 268 Seiten · ISBN 3-8316-0352-9
- Band 10: Norbert Schultes: **Deutsche Außenwirtschaftsförderung** · Ökonomische Analyse unter Berücksichtigung der Aktivitäten und Programme in Japan
2003 · 304 Seiten · ISBN 3-89481-452-7
vergriffen – kein Nachdruck geplant
- Band 9: Petra Oexler: **Citylogistik-Dienste** · Präferenzanalysen bei Citylogistik-Akteuren und Bewertung eines Pilotbetriebs dargestellt am Beispiel der dienstleistungsorientierten Citylogistik Regensburg (RegLog(r))
2002 · 418 Seiten · ISBN 3-89481-450-0
vergriffen – kein Nachdruck geplant
- Band 8: Eckhard Störmer: **Ökologieorientierte Unternehmensnetzwerke** · Regionale umweltinformationsorientierte Unternehmensnetzwerke als Ansatz für eine ökologisch nachhaltige Wirtschaftsentwicklung
2001 · 410 Seiten · ISBN 3-8316-8410-3
- Band 7: Jochen Scharrer: **Internationalisierung und Länderselektion** · Eine empirische Analyse mittelständischer Unternehmen in Bayern
2001 · 231 Seiten · ISBN 3-8316-8407-3
- Band 6: Romed Kelp: **Strategische Entscheidungen der europäischen LKW-Hersteller im internationalen Wettbewerb**
2000 · 231 Seiten · ISBN 3-8316-8390-5
- Band 5: Mathias von Tucher: **Die Rolle der Auslandsmontage in den internationalen Wertschöpfungsnetzwerken der Automobilhersteller**
1999 · 270 Seiten · ISBN 3-8316-8369-7
- Band 4: Claudia Lübbert: **Qualitätsorientiertes Umweltschutzmanagement im Tourismus**
1999 · 275 Seiten · ISBN 3-89481-359-8
vergriffen – kein Nachdruck geplant
- Band 3: Christian Michael Schwald: **Religionsgeprägte Weltkulturen in ökonomischen Theorien**
1999 · 228 Seiten · ISBN 3-8316-8355-7

Band 2: Martin Heß: **Glokalisierung, industrieller Wandel und Standortstruktur – das Beispiel der EU-Schienefahrzeugindustrie**
1998 · 218 Seiten · ISBN 3-8316-8335-2

Band 1: Till Werneck: **Deutsche Direktinvestitionen in den USA – Determinanten und Wirkungen am Beispiel der Bundesstaaten Georgia, North Carolina und South Carolina**
1998 · 298 Seiten · ISBN 3-8316-8334-4

Erhältlich im Buchhandel oder direkt beim Verlag:
Herbert Utz Verlag GmbH, München
089-277791-00 · info@utz.de

Gesamtverzeichnis mit mehr als 2500 lieferbaren Titeln: www.utz.de