

# Inhaltsverzeichnis

<b>Geleitwort</b> .....	<b>I</b>
<b>Vorwort</b> .....	<b>III</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>X</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>XIII</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Zielsetzung und Methodik der Arbeit .....	3
1.3 Aufbau der Arbeit.....	8
<b>2 Grundlagen</b> .....	<b>11</b>
2.1 Supply Chain Management .....	11
2.1.1 Definition Supply Chain Management.....	12
2.1.2 Merkmale des Supply Chain Managements .....	15
2.2 Nachhaltige Entwicklung .....	20
2.2.1 Grundlagen des Konzepts der nachhaltigen Entwicklung.....	20
2.2.2 Nachhaltige Entwicklung und unternehmerische Tätigkeiten.....	23
2.3 Umwelt- und Sozialstandards.....	26
2.4 Unternehmen und Stakeholderansprüche .....	30
2.4.1 Stakeholder.....	31
2.4.2 Unternehmerische Erfolgskriterien .....	34
<b>3 Neo-Institutionalismus</b> .....	<b>42</b>
3.1 Neo-soziologischer Institutionalismus .....	42
3.2 Der neue und der alte Institutionalismus.....	46
3.3 Grundbegriffe des NSI .....	51
3.4 Effizienz- und Legitimitätsaspekte.....	63
3.5 Der Isomorphiebegriff.....	68

---

3.6	World Polity .....	72
3.7	Kritische Würdigung des NSI .....	77
3.8	Der NSI im Zusammenhang mit Umwelt- und Sozialstandards .....	84
<b>4</b>	<b>Forschungsmethodik .....</b>	<b>92</b>
4.1	Qualitative Forschung .....	92
4.1.1	Das qualitative Design .....	94
4.1.2	Erhebung .....	97
4.1.3	Die Aufbereitung und Auswertung .....	101
4.2	Auswahl der Interviewpersonen .....	104
4.3	Der Leitfadenaufbau .....	106
4.4	Gütekriterien qualitativer Forschung .....	109
4.5	Datenbasis der vorliegenden Untersuchung .....	113
4.5.1	Dokumentenanalyse .....	113
4.5.2	Interviewdurchführung .....	114
<b>5</b>	<b>Darstellung ausgewählter Standards .....</b>	<b>117</b>
5.1	Forest Stewardship Council .....	119
5.1.1	Die Vorgeschichte .....	119
5.1.2	Gründung und Entwicklung des FSC .....	122
5.1.3	Kritische Betrachtung des FSC .....	134
5.1.4	Erwartungen und Effekte .....	146
5.2	Marine Stewardship Council .....	161
5.2.1	Die Vorgeschichte .....	161
5.2.2	Gründung und Entwicklung des MSC .....	166
5.2.3	Kritische Betrachtung des MSC .....	175
5.2.4	Erwartungen und Effekte .....	182
5.3	Flower Label Programm .....	195
5.3.1	Die Vorgeschichte .....	195
5.3.2	Gründung und Entwicklung des FLP .....	197
5.3.3	Kritische Betrachtung des FLP .....	202
5.3.4	Erwartungen und Effekte .....	205

---

5.4	Common Code for the Coffee Community .....	214
5.4.1	Die Vorgeschichte .....	214
5.4.2	Gründung und Entwicklung des 4C .....	215
5.4.3	Kritische Betrachtung des 4C .....	222
5.4.4	Erwartungen und Effekte.....	228
<b>6</b>	<b>Empirische Untersuchung .....</b>	<b>233</b>
6.1	FSC .....	234
6.1.1	Problemphase .....	234
6.1.2	Zielformulierung .....	242
6.1.3	Entscheidung und Planung .....	245
6.1.4	Anweisung und Realisierung .....	249
6.1.4.1	Verantwortlichkeiten in den Organisationseinheiten .....	250
6.1.4.2	Kommunikation des Labels.....	254
6.1.4.3	Umsetzungserfordernisse .....	256
6.1.4.4	Unternehmensreaktion.....	258
6.1.5	Kontrolle und Sicherung .....	265
6.2	MSC .....	267
6.2.1	Problemphase .....	267
6.2.2	Zielformulierung .....	271
6.2.3	Entscheidung und Planung .....	273
6.2.4	Anweisung und Realisierung .....	276
6.2.4.1	Verantwortlichkeiten in den Organisationseinheiten .....	276
6.2.4.2	Kommunikation des Labels.....	278
6.2.4.3	Umsetzungserfordernisse .....	280
6.2.4.4	Unternehmensreaktion.....	282
6.2.5	Kontrolle und Sicherung .....	284
6.3	FLP .....	286
6.3.1	Problemphase .....	286
6.3.2	Zielformulierung .....	289
6.3.3	Entscheidung und Planung .....	290
6.3.4	Anweisung und Realisierung .....	293
6.3.4.1	Verantwortlichkeiten in den Organisationseinheiten .....	293
6.3.4.2	Kommunikation des Labels.....	294

---

6.3.4.3	Umsetzungserfordernisse .....	295
6.3.4.4	Unternehmensreaktion.....	295
6.3.5	Kontrolle und Sicherung .....	295
6.4	4C .....	296
6.4.1	Problemphase .....	297
6.4.2	Zielformulierung .....	299
6.4.3	Entscheidung und Planung .....	300
6.4.4	Anweisung und Realisierung .....	301
6.4.4.1	Verantwortlichkeiten in den Organisationseinheiten .....	301
6.4.4.2	Kommunikation des Labels.....	302
6.4.4.3	Umsetzungserfordernisse .....	302
6.4.4.4	Unternehmensreaktion.....	302
6.4.5	Kontrolle und Sicherung .....	302
6.5	Zusammenfassung der Ergebnisse .....	305
6.6	Schlussfolgerungen .....	308
6.6.1	Entwicklung und Diffusion von Umwelt- und Sozialstandards.....	308
6.6.1.1	Institutionelle Entrepreneurs und unterstützende Akteure .....	310
6.6.1.1.1	(Multinationale) Unternehmen .....	314
6.6.1.1.2	(Internationale) NROs .....	319
6.6.1.1.3	Weitere unterstützende Akteure .....	323
6.6.1.2	Isomorphismus-Mechanismen .....	326
6.6.1.3	Einfluss weiterer Faktoren.....	331
6.6.2	Standardumsetzung .....	334
6.6.2.1	Verantwortlichkeiten in den Organisationseinheiten .....	335
6.6.2.2	Kommunikation von Umwelt- und Sozialstandards .....	338
6.6.2.2.1	Außenkommunikation .....	338
6.6.2.2.2	Unternehmensinterne Kommunikation .....	341
6.6.2.3	Reaktionsweisen von Unternehmen .....	346
6.6.2.4	Entkopplungsthese .....	350
6.6.2.5	Deinstitutionalisierung .....	353
6.6.3	Wirkung von Umwelt- und Sozialstandards .....	358
6.6.4	Insitutionalisierungsmuster begünstigende und gefährdende Faktoren .....	363
6.6.4.1	Chancen.....	364
6.6.4.2	Risiken.....	370
6.6.4.2.1	Opponenten .....	370
6.6.4.2.2	Weitere Faktoren .....	370

---

<b>7</b>	<b>Schlussbetrachtung .....</b>	<b>376</b>
	<b>Anhang .....</b>	<b>XIV</b>
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>XXV</b>