

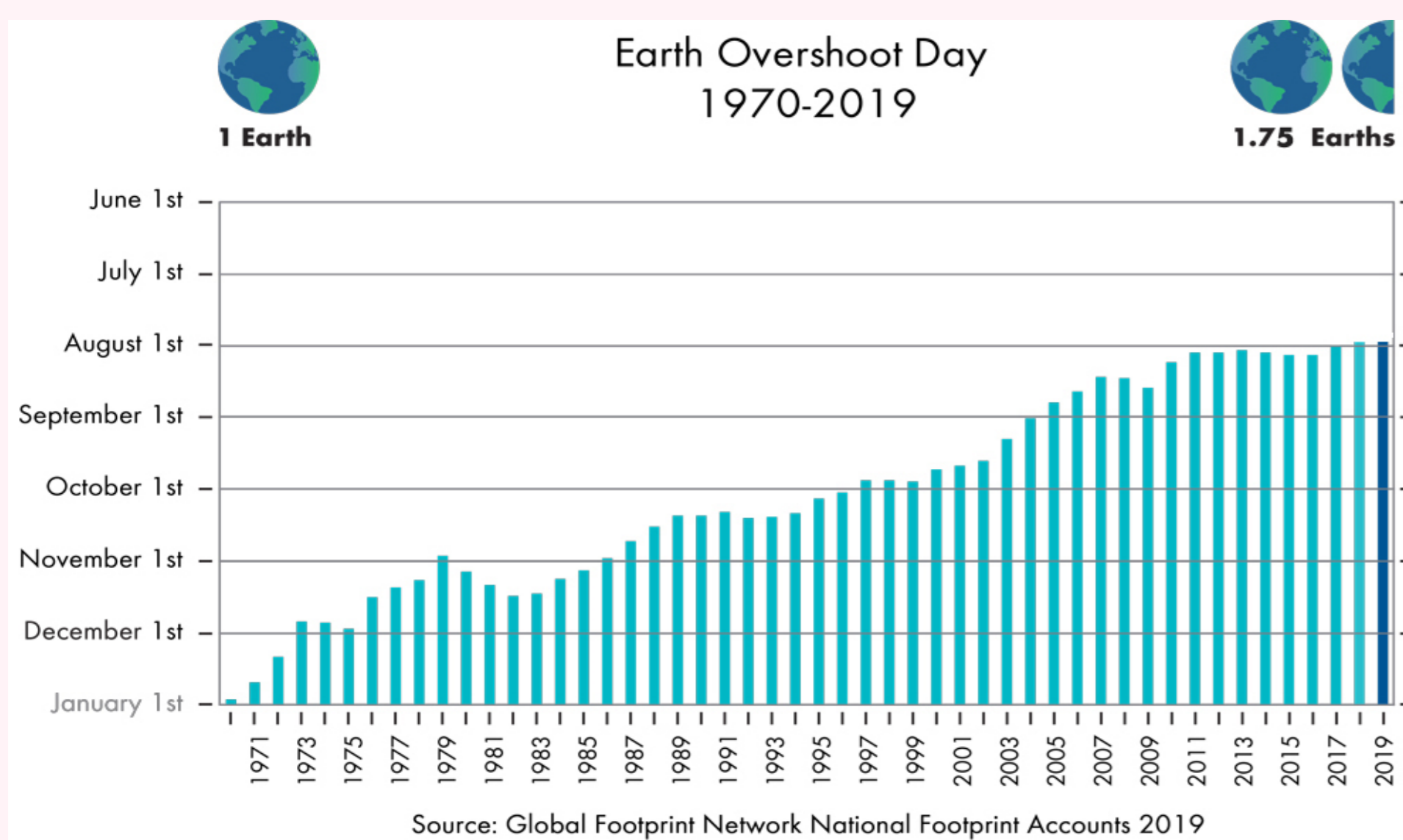


# Die Diffusion und Adoption sozial-ökologischer Unternehmenspraktiken im Branchenvergleich: Eine neoinstitutionalistische Analyse

Sabrina Schmidt, M. Sc.

Betreuung: Jun.-Prof. Dr. Matthias Rätzer

## 1. Motivation



**Earth Overshoot Day:** Der Tag, an dem die Menschheit die pro Jahr regenerierbaren Ressourcen der Erde verbraucht hat

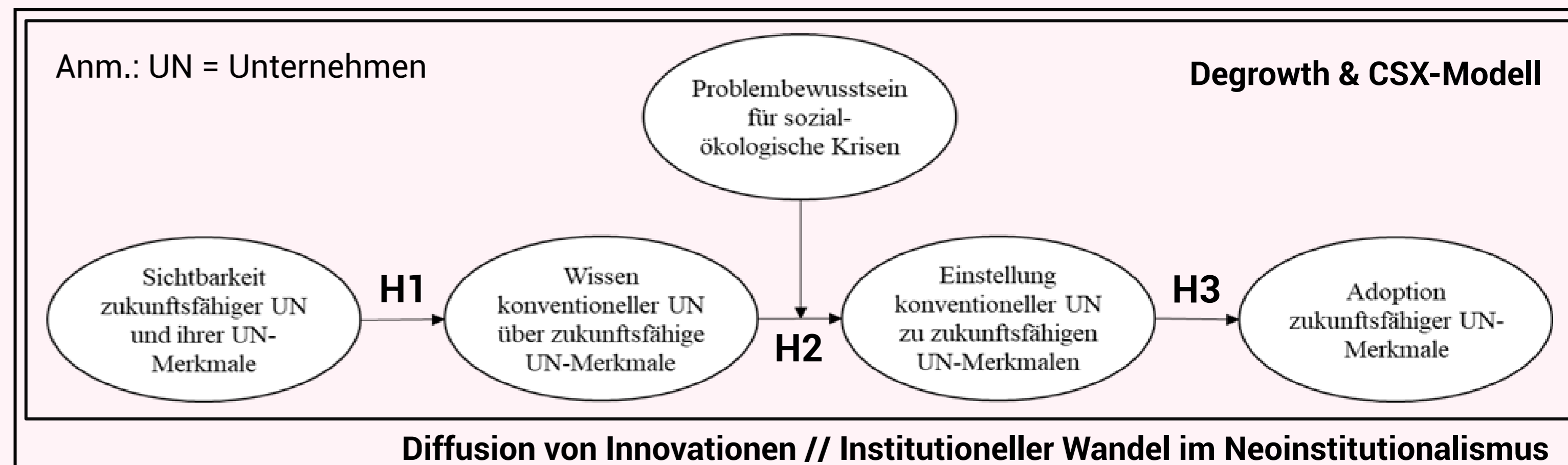
**Annahme:** Globales industrielles und dienstleistungsbasiertes Wirtschaften in Verknüpfung mit dem Wachstumsparadigma erzeugt immer offensichtlichere ökologische und soziale Krisen<sup>1</sup>.

Ref. 1) Meadows, D. H., Randers, J. & Meadows, D. L. (2009). *Grenzen des Wachstums, das 30-Jahre-Update. Signal zum Kurswechsel* (3. Aufl.). Stuttgart: Hirzel

## 2. Zentrale Forschungsfragen

1. Agieren zukunftsfähige Unternehmen als Impulsgeber eines institutionellen Wandels?
2. Wird die Diffusion zukunftsfähiger Unternehmenspraktiken durch das Bewusstsein für ökologische und soziale Probleme auf Seiten der konventionellen Unternehmen beeinflusst?

## 3. Theoretisches Modell



**Hypothese 1 (H1):** Die Sichtbarkeit zukunftsfähiger Unternehmen steht in einem positiven Zusammenhang zur Kenntnis von zukunftsfähigen Unternehmen und ihren Unternehmenspraktiken.

**Hypothese 2 (H2):** Die Kenntnis von zukunftsfähigen Unternehmen und ihren Unternehmenspraktiken steht in einem positiven Zusammenhang zu positiven Einstellungen zu zukunftsfähigen Unternehmensmerkmalen. Der Effekt nimmt durch ein Bewusstsein für sozial-ökologische Krisen zu.

**Hypothese 3 (H3):** Unternehmen mit einer positiven Einstellung zu zukunftsfähigen Unternehmensmerkmalen adoptieren eher ebendiese Unternehmensmerkmale.

## 4. Methoden

### Datenerhebung:

1. Identifikation von Pionierunternehmen + Bestimmung ihrer Sichtbarkeit in Tages- und Wochenzeitungen sowie Fachzeitschriften
2. Erstellung eines Online-Fragebogens
  - I. Bewusstsein für sozial-ökologische Krisen
  - II. Wissen über zukunftsfähige Unternehmen und ihre Praktiken (operationalisiert via 11-dimensionales CSX-Modell<sup>2</sup>)
  - III. Einstellungen zu und Adoptionsbereitschaft gegenüber zukunftsfähigen Unternehmenselementen
  - IV. Weitere Angaben zum Unternehmen

**Stichprobe:** 50 Brauereien, 44 Druckereien

Ref. 2) Rommel, M. (2017). *Transformative Wirtschaftsgemeinschaften (CSX). Übertragung der CSA-Logik auf andere Versorgungsfelder. Diagnostica*, 1–12. <https://doi.org/10.1026/0012-1924/a000202>

## 5. Ergebnisse

### Entwicklung von zwei Erhebungsinstrumenten

#### 1. CFA der Skala zur Erfassung des Bewusstseins für sozial-ökologische Krisen: Zweifaktorielle Lösung

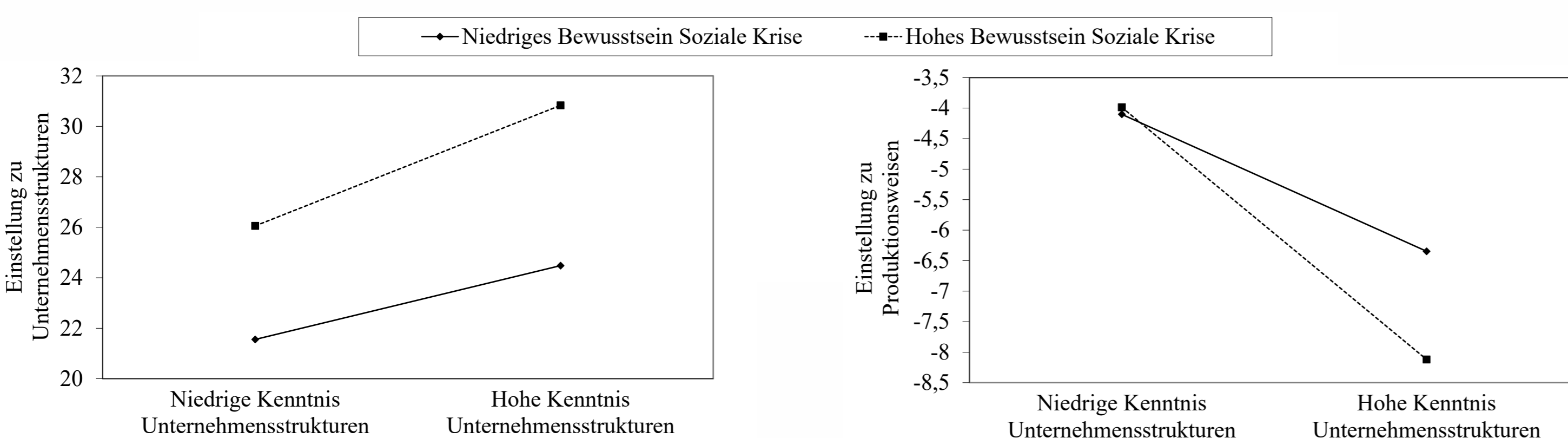
Bewusstsein Ökokrise<sup>3</sup> (Cronbach's  $\alpha = .75$ )

Bewusstsein soziale Krise (Cronbach's  $\alpha = .72$ )

Ref. 3) Schleyer-Lindenmann, A., Ittner, H., Dauvier, B. & Piolat, M. (2018). Die NEP-Skala – hinter den (deutschen) Kulissen des Umweltbewusstseins. *Diagnostica*, 1–12. <https://doi.org/10.1026/0012-1924/a000202>

#### 2. Einstellungs- und Adoptionsskala:

- EFA der Einstellungsskala: Zweifaktorielle Lösung
  - Zukunftsfähige Unternehmensstrukturen (15 Items, Cronbach's  $\alpha = .87$ )
  - Regionale und umweltfreundliche Produktion (5 Items, Cronbach's  $\alpha = .71$ )
- CFA der Adoptionsskala: Zweifaktorielle Lösung
  - Zukunftsfähige Unternehmensstrukturen (15 Items, Cronbach's  $\alpha = .79$ )
  - Regionale und umweltfreundliche Produktion (5 Items, Cronbach's  $\alpha = .67$ )



Zwei Beispiele der Darstellung der Moderation (siehe H2) in der Brauereistichprobe

### Deskriptive und inferenzstatistische Datenanalyse

- In den Merkmalsausprägungen meist keine signifikanten Unterschiede zwischen den Branchen feststellbar
- **H1 weitgehend bestätigt:** Sichtbarkeit von Pionierunternehmen erhöht ihre Bekanntheit
- **H2 muss differenziert betrachtet werden:** Prädiktor und Moderator inhaltlich komplementär → Bestätigung H2 Kriterium und Moderator inhaltlich konträr → formale Ablehnung H2 → **H2 muss modifiziert werden**
- **H3 bestätigt bei inhaltlicher Komplementarität:** positive Einstellung zu zukunftsfähigen Unternehmensmerkmalen führt zu erhöhter Übernahmebereitschaft ebendieser
- Direkter Einfluss von zukunftsfähigen Unternehmen als Impulsgeber ist dennoch statistisch nicht belegbar
- **Qualitatives Zusatzergebnis:** Wahrgenommene Differenz zwischen orthodoxen Unternehmenspraktiken und den abgefragten Unternehmensmerkmalen existiert und diese werden negativ bewertet
- Untersuchungsgegenstand sowohl aus Perspektive der Diffusionstheorie als auch des Neoinstitutionalismus **gut interpretierbar**

### Implikationen für die Praxis:

- Ohne erfolgreiche Theoretisierung (= Herstellung eines kausalen

Zusammenhangs zwischen unternehmerischem Problem und innovativer Lösung) verbreiten sich zukunftsfähige Unternehmenspraktiken nicht → Fazit: **Theoretisierung muss durch gesellschaftlich anerkannte Akteure** (nicht Pionierunternehmen selbst) **erfolgen**

- **Schwerpunktsetzung** (sozial oder ökologisch) **bei der Vermittlung zukunftsfähiger Unternehmenspraktiken** muss an Problembewusstsein (sozial oder ökologisch) im adressierten Unternehmen angepasst sein