

Schriftenverzeichnis

Monografien

- 2000 **Institutionenökonomische Betriebswirtschaftstheorie: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre auf sozial- und institutionentheoretischer Grundlage**, nbf 261, Wiesbaden: Gabler Verlag.
- 1995 **Galileische Idealisierung - Ein pragmatisches Konzept**. Perspektiven der Analytischen Philosophie, Bd. 4, Berlin u. a.: Walter de Gruyter Verlag.

Herausgeberschaften (Zeitschriften, Sammelbände und Proceedings)

- 2017 **Economic Responsibility. John Maurice Clark: A Classic on Economic Responsibility**. Heidelberg et al.: Springer Verlag.
- 2016 Special Issue des **Journal of Business Ethics** zum Thema Ideologies in Markets, Organizations, and Business Ethics (gemeinsam mit Emmanuel Raufflet).
- 2015 **Kundenintegration und Leistungslehre: Integrative Wertschöpfung in Dienstleistungen, Solutions und Entrepreneurship**. Festschrift für Michael Kleinaltenkamp (Hrsg. gemeinsam mit Sabine Fließ, Frank Jacob und Michael Ehret. SpringerGabler.
- 2014 Special Issue des **Journal of Business Economics (84, 9)** zum Thema „Ethics in Academia and Management“ (Hrsg. gemeinsam mit Günther Fandel, Dezember 2014)
- 2013 Special Issue des **Journal of Business Economics (83, 6)** zum Thema Sustainable Finance (Hrsg. gemeinsam mit Wolfgang Breuer und Claudia Breuer).
- 2012 Sustainable Development of Markets and Marketing Systems in a Globalized World (gemeinsam mit Michael Kleinaltenkamp). Proceedings of the **37th Annual Macromarketing Conference 2012**, Freie Universität Berlin, Berlin 2012.
- 2011 Band 22 der *sfwu – Schriftenreihe für Wirtschafts- und Unternehmensethik – Analysen und Impulse für die unternehmens- und wirtschaftsethische Ausbildung in den Wirtschaftswissenschaften* Band: **Ethics Education – Unternehmens- und Wirtschaftsethik in der wirtschaftswissenschaftlichen Ausbildung** (gemeinsam mit Sabine Mirkovic und Olaf J. Schumann). München und Mering: Rainer Hampp.
- 2010 Sonderheft der **Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik (zfwu)** zum Thema Ethics Education (gemeinsam mit Michael S. Aßländer, Alexander Brink und Olaf J. Schumann).

2008 **Trends in Business and Economic Ethics** (gemeinsam mit Chris Cowton), Heidelberg et al.: Springer Verlag.

Beiträge in Zeitschriften

Aufsätze

- 2017 Stream “Echoes of an Era – A Century of Organisational Studies”: John Maurice Clark’s Approach to Economic Responsibility – A Reconstruction Based on the Classical Model of Responsibility. **management revue - Socio-Economic Studies** 28 (4), S. 461-486.
- 2017 Alternative Economies as Marketing Systems? The Role of Value Creation and the Criticism of Economic Growth (gemeinsam mit Ingrid Becker und Doreén Pick). **Journal of Macromarketing**, First Published Online: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0276146717728776>.
- 2017 Die Ordonomik in semantisch-pragmatischer Sicht. Kommentar zum Hauptbeitrag von Ingo Pies „Ordonomik als Methode zur Generierung von Überbietungsargumenten – Eine Illustration anhand der Flüchtlings(politik)debatte.“ **Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik** (zfwu) 18 (2), S. 240-246.
- 2017 Ideologies in Markets, Organizations, and Business Ethics: Drafting a Map: Introduction to the Special Issue (gemeinsam mit Emmanuel Raufflet). **Journal of Business Ethics** 142 (4), S. 629-639.
- 2016 Teilen, Sharing 1 und Sharing 2: Die Sharing Economy im Licht theoretischer Zugänge (gemeinsam mit Doreén Pick). **Vierteljahreshefte zur Wirtschaftsforschung** (DIW Berlin), 85 (2), S. 13-33.
- 2016 Introduction on the Commentaries on Roger A. Layton's ‘There could be more to marketing than you might have thought!’ (Layton, 2016) (gemeinsam mit Michael Kleinaltenkamp), **Australian Marketing Journal** 24 (3), S. 238-240.
- 2016 Male Breadwinner Ideology and the Inclination to Establish Market Relationships: Model Development Using Data from Germany and a Mixed-Methods Research Strategy (gemeinsam mit Ingrid Becker, Alexander Nill, Clifford Shultz II, James W. Gentry). **Journal of Macromarketing**, 36 (2), S. 149-167.
- 2015 Values-Based Value Creation and Responsibility: On the Relationship of “Doing Business” and “Doing CSR”. **Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik** (zfwu), 15 (3), S. 339-368.
- 2015 Wir stellen die Fragen und geben auch die Antworten. **Erwägen Wissen Ethik** (EWE) 26 (3), S. 377-380.
- 2015 Gründe der Mitwirkung in der kommerziellen Sharing Economy (gemeinsam mit Doreén Pick). **Marketing Review St. Gallen** 4, S. 8-14.

- 2014 Editorial (gemeinsam mit Günter Fandel). **Journal of Business Economics** 84 (9), S. 1143-1150.
- 2013 S-D Logic as an Example of Non-Cumulative Scientific Progress in the Marketing Discipline (gemeinsam mit Michael Kleinaltenkamp). **Die Betriebswirtschaft** (DBW) 73 (2), S. 95-112.
- 2012 The Common Ground of Relationships and Transactions: Toward a Contractual Foundation of Marketing (gemeinsam mit Michael Ehret). **Journal of Business and Industrial Marketing** 27 (6), Special Issue: 9th American Marketing Association Relationship Marketing Conference, S. 447-455.
- 2012 **Value, Values, Symbols and Outcomes** (gemeinsam mit Christine Domegan, Kim Harris, Willem-Jan van den Heuvel, Carol Kelleher, Paul P. Maglio, Timo Meynhardt, Andrea Ordanini, Lisa Peñaloza). **Marketing Theory** 12 (1), S. 207-211.
- 2011 Service-Dominant Logic for Marketing – Konsequenzen des Sichtweisenwechsels in der Marketingtheorie für die Marketingethik. **Marketing ZFP** 33 (2), S. 98-111.
- 2011 Property Rights Design and Market Process: Implications for Market and Marketing Theory (gemeinsam mit Michael Kleinaltenkamp). **Journal of Macromarketing** 31 (2), S. 148-159.
- 2010 Mixed Methods Research beyond Paradigm Wars: How Pragmatics has neutralized the Neutrality of Epistemology and Furthered the Dualism between the Human and the Natural Sciences. Special Issue 4/2010 der **Zeitschrift für Betriebswirtschaft** (Hrsg. Thomas Wrona und Günter Fandel), S. 61 – 89.
- 2010 Die Herstellung von Transparenz als Abbau asymmetrischer Information. In: **Forum Wirtschaftsethik** 18 (3), S. 19-27.
- 2008 Customer Integration and Beyond: Towards a Business Economic-Ethical Theory of the Firm. **Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik** (zfwu) 9 (2), S. 196 – 221.
- 2008 Stakeholder Approach und Leistungslehre: Ansatzpunkte einer betriebswirtschaftlich-ethischen Theorie der Unternehmung. **Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik** (zfwu) 9 (1), S. 129 – 152.
- 2005 Metatheoretische Überlegungen zur Zusammenarbeit von Institutionenökonomik und Managementlehre. In: **Managementforschung** 15, S. 153 – 180.
- 2001 Diversität als transaktionsspezifisches Merkmal von Gütern. **Zeitschrift für Angewandte Umweltforschung**, Sonderheft 13/2001 (Vom Wert der Vielfalt), S. 170 – 181.
- 1997 Differences between Synchronic and Idealized Diachronic Theory-Elements: A Reply to Martti Kuokkanen and Timo Tuomivaara. **Journal for General Philosophy of Science**, Bd. 28, S. 359 – 366.
- 1996 Pragmatic Idealization and Structuralist Reconstructions of Theories. **Journal for General Philosophy of Science**, Bd. 27, S. 215 – 234.

Rezensionen

- 2017 Hermann Sautter. Verantwortlich wirtschaften: Die Ethik gesamtwirtschaftlicher Regelwerke und des unternehmerischen Handels. Marburg: Metropolis-Verlag 2017. 824 Seiten. **Zeitschrift für Sozialökonomie** 194/195 (November), 71-72.
- 2014 Michael J. Sandel. What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2012. **Journal of Macromarketing** 34 (1), 97-102.
- 2012 Birger P. Priddat, Wozu Wirtschaftsethik?, Metropolis Verlag, Marburg 2010. **Zeitschrift für Betriebswirtschaft** 82 (4), S. 435-438.
- 2012 Robert Jackall, Moral Mazes: The World of Corporate Managers, Oxford University Press, Oxford und New York 2010. **Management International Review** (mir) 52, S. 137 – 143.
- 2010 Stefan Otremba, Das Menschenbild in der Ökonomie – Reflexionen über eine moderne Wirtschaftsethik und deren Chancen in der realwirtschaftlichen Praxis“, Centaurus, Freiburg. **Forum Wirtschaftsethik** 18 (4), S. 38-42.
- 2010 Gerd Scholl, Marketing nachhaltiger Dienstleistungen – Bedingungen der Übernahme und Empfehlungen zur Vermarktung von eigentumsersetzenden Konsumpraktiken, Metropolis Verlag, Marburg 2009. **Zeitschrift für Betriebswirtschaft** 11 (November), S. 1231 – 1235.
- 2007 Rainer Willi Maurer, Zwischen Erkenntnisinteresse und Handlungsbedarf: Eine Einführung in die methodologischen Probleme der Wirtschaftswissenschaft, Metropolis-Verlag, Marburg 2004, 175 S. **Zeitschrift für Betriebswirtschaft** (Januar), S. 102 - 104.
- 2004 Business Ethics: Between Normativism, Illusion and Responsibility. Review Article des Buches von Zsolnai, Laszlo (Hrsg.): Ethics in the Economy. Handbook of Business Ethics, Oxford et al.: Peter Lang. **Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik** (zfwu) 5 (2), S. 193 – 198.
- 2001 Review Article des Buches von Constanza, Robert/ Cumberland, John/ Daly, Herman/ Goodland, Robert/Norgaard, Richard (2001): Einführung in die Ökologische Ökonomik, UTB 2190, Stuttgart: Lucius & Lucius. **Wirtschaft und Gesellschaft**, 27 (4), S. 546 – 554.

Proceedings

- 2016 Conflicts in Donation Systems – the case of the “Tafeln” in Germany (gemeinsam mit Doreén Pick). In: Campbell, N./Claudy, M./O’Driscoll, A. (Hrsg.): Macromarketing and Academic Activism. Proceedings of the 41th Macromarketing Conference, Dublin, Ireland, S. 794-798.
- 2016 Ideologies at Work: Forming the Marketing System for Alberta’s Oil Sands (gemeinsam mit Maik Günther). In: Campbell, N./Claudy, M./O’Driscoll, A. (Hrsg.):

- Macromarketing and Academic Activism. Proceedings of the 41th Macromarketing Conference, Dublin, Ireland, S. 245-269.
- 2016 Introduction to the Panel Discussion on Roger A. Layton's "There could be more to marketing than you might have thought!" (gemeinsam mit Michael Kleinaltenkamp). In: Campbell, N./Claudy, M./O'Driscoll, A. (Hrsg.): Macromarketing and Academic Activism. Proceedings of the 41th Macromarketing Conference, Dublin, Ireland, S. 616-619.
- 2015 Sharing and Alternative Economies – New Phenomena, New Theory? (Gemeinsam mit Doreén Pick), in: Proceedings of the 44th EMAC Conference, May, Leuven, Belgium.
- 2015 Designed for Post-Growth: „Alternative Economies“ Between Micro- and Macro-Analyses (gemeinsam mit Ingrid Becker und Doreén Pick), in: Shultz II, Clifford/Benton, Ray/Kravets, Olga (Hrsg.): Marketing as Provisioning Technology: Integrating Perspectives on Solutions for Sustainability. Proceedings of the 40th Annual Macromarketing Conference, Loyola University Chicago, Chicago, USA, S. 28-34.
- 2014 Sustainable Service in the Social Realm: What Can We Learn From Natural Service? Proceedings of the **39th Annual Macromarketing Conference 2014**, (edited by Alan Bradshaw, Mikko Lamaanen and Alex Reppel), S. 156-170.
- 2013 The Relevance of Male Breadwinner Ideology for the Analysis and Design of Marketing Systems (gemeinsam mit Ingrid Becker, Alexander Nill, Clifford J. Shultz II, James W. Gentry). Proceedings of the **38th Annual Macromarketing Conference 2013**, (edited by Detlev Zwick and Sammy Bonsu), S. 271-298.
- 2012 Ethical oil – on the role of ideology on business practices and the making of markets in the Canadian tar sands industry (gemeinsam mit Emmanuel Raufflet). Proceedings of the **37th Annual Macromarketing Conference 2012**, Sustainable Development of Markets and Marketing Systems in a Globalized World (edited by Michaela Haase and Michael Kleinaltenkamp), S. 377-391.
- 2011 Workshop Session "Embedded Capitalism and Business Ethics Education". Proceedings of the **International Association for Business and Society**, Vol. 22, 2011 conference (edited by Jamie A. Hendry and Anne Barraquier), <http://secure.pdcnet.org/iabsproc>, S. 75 - 85.
- 2011 Services-Based Business Models for Sustainable Resource Use (gemeinsam mit Michael Ehret). Proceedings of the **36th Annual Macromarketing Conference**, The New World: Macromarketing Yesterday, Today and Tomorrow Hrsg. von William Redmond/Don Rahtz/Anusorn Singhapakdi, S. 251 – 254.
- 2011 Living with PAUL – Usage Processes and the Making of Markets for AAL Solutions (gemeinsam mit Annette Spellerberg): Proceedings of the **36th Annual Macromarketing Conference**, The New World: Macromarketing Yesterday, Today and Tomorrow. Hrsg. von William Redmond/Don Rahtz/Anusorn Singhapakdi, S. 247 – 250.

- 2010 Relational Contracting and Property Rights: Breaking the Dichotomic View on Relationships and Transactions (gemeinsam mit Michael Ehret), *Exploring the Frontiers of Macromarketing: Proceedings of the 35th Annual Macromarketing Conference*, hrsg. von Terri L. Rittenburg/Mark Peterson, University of Wyoming, S. 439 – 458.
- 2009 Property rights design and market process: implications for market and marketing theory (gemeinsam mit Michael Kleinaltenkamp), *Rethinking Marketing in a Global Economy: Proceedings of the 34th Annual Macromarketing Conference*, hrsg. von T. H. Witkowski, Kristiansand, Norway: The Macromarketing Society, Inc. and the University of Agder, S. 428-449.

Beiträge in Sammelwerken

- 2017 Ökonomisch-kulturalistische Voraussetzungen der Unterscheidung zwischen kommerzieller und nicht-kommerzieller Sharing Economy (gemeinsam mit Doreén Pick). In: Forschungsgruppe Unternehmen und gesellschaftliche Organisation (FUGO) (Hrsg.): **Unternehmen der Gesellschaft. Interdisziplinäre Beiträge zu einer kritischen Theorie des Unternehmens**. Marburg: Metropolis Verlag, S. 71-98.
- 2015 The Cooperation of Marketing Theory and the Ethic of Responsibility: An Analysis with Focus on Two Views on Value Creation. In: **Handbook on Ethics and Marketing** (Hrsg. Alexander Nill), Cheltenham (UK) und Northampton (MA, USA): Edward Elgar, S. 125-149.
- 2015 „Beliefs in action“ – eine in Bezug auf den Umgang mit Ideologie kritische Analyse des Aufsatzes von Clark und Lee in: Pies, I. (Hrsg.): **Der Markt und seine moralischen Grundlagen**. Diskussionsmaterial zu einem Aufsatz von Jeff R. Clark und Dwight R. Lee, Freiburg und München, Karl Alber, S. 137-151.
- 2015 Value Creation in Sharing Networks: Towards a Typology of Sharing Networks (gemeinsam mit Doreén Pick), in: Bruhn, M./Hadwich, K. (Hrsg.): **Forum Dienstleistungsmanagement**. Interaktive Wertschöpfung durch Dienstleistungen, Gabler Verlag, Wiesbaden, S. 439-468.
- 2015 Kundenintegration und Leistungslehre – Einführung der Herausgeber (gemeinsam mit Sabine Fließ, Frank Jacob und Michael Ehret). In: Fließ, S./Haase, M./Jacob, F./Ehret, M. (Hrsg.): **Kundenintegration und Leistungslehre: Integrative Wertschöpfung in Dienstleistungen, Solutions und Entrepreneurship. Festschrift für Michael Kleinaltenkamp**. SpringerGabler, S. 1-23.
- 2015 Living with PAUL – Use Processes and the Design of AAL Solutions. In: Fließ, S./Haase, M./Jacob, F./Ehret, M. (Hrsg.): **Kundenintegration und Leistungslehre: Integrative Wertschöpfung in Dienstleistungen, Solutions und Ent-**

- repreneurship. Festschrift für Michael Kleinaltenkamp.** SpringerGabler, S. 157-177.
- 2015 Ethische Dimensionen von Marketingtheorien: Das Beispiel von Transaktionen und Beziehungen. In: Neck, R. (Hrsg.): **Wirtschaftsethische Perspektiven X.** Berlin: Duncker & Humblot, S. 217-242.
- 2015 Handlungstheoretische Voraussetzungen der Nachhaltigkeitsforschung und der Homo oeconomicus (gemeinsam mit Christian Neuhäuser). In: Löhr, A./Burkatzki, E. (Hrsg.): **Resozialisierung der ökonomischen Rationalität.** Marburg: Metropolis, S. 263-290.
- 2015 CSR – ein integraler Bestandteil der Management und Managerausbildung (gemeinsam mit Hans-Georg Lilge). Eingeladener Beitrag für: Rene Schmidpeter/Andreas Schneider (Hrsg.): **Corporate Social Responsibility – Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis.** Springer: Berlin und Heidelberg, zweite, überarbeitete Auflage, S. 667-682.
- 2014 Jenseits von normativer Rat- und Grenzenlosigkeit: Zum Zusammenspiel von ökonomischer und ethischer Verantwortung. In: Ulf Schrader & Viola Muster (Hrsg.): **Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen – Wege zu mehr Glaubwürdigkeit und Sichtbarkeit.** Marburg: Metropolis, S. 61-98.
- 2013 Ethics Education (gemeinsam mit Emmanuel Raufflet, Agata Rudnicka und Janusz Reichel). In: Idowu, S. O./Capaldi, N./Zu, L./Das Gupta, A. (Eds.): **Encyclopedia of Corporate Social Responsibility.** Berlin und Heidelberg: Springer Verlag, S. 1088-1094.
- 2012 CSR – ein integraler Bestandteil der Management- und Managerausbildung (gemeinsam mit Hans-Georg Lilge). Eingeladener Beitrag für: Rene Schmidpeter/Andreas Schneider (Hrsg.): **Corporate Social Responsibility – Verantwortungsvolle Unternehmensführung in Theorie und Praxis.** Springer: Berlin und Heidelberg, S. 417-433.
- 2012 A Cultural Approach to the Study of Business Ethics Education. In: Naukowa, R./ Szulczewski, G. (Hrsg.): **Etyka biznesu w perspektywie humanistycznej.** Warsaw: Warsaw School of Economics, S. 67-79.
- 2011 Good sports? Zur ethischen Verwahrlosung der Bankenlandschaft. In: Horster, D. (Hrsg.): **Markt und Staat – Was lehrt uns die Finanzkrise?** Hannah-Arendt-Lectures und Hannah-Arendt-Tage 2010. Weilerswist: Velbrück, S. 39-62.
- 2011 Einleitung (gemeinsam mit Sabine Mirkovic und Olaf J. Schumann). In: Haase, M./ Mirkovic, S./ Schumann, O.J. (Hrsg.): **Ethics Education – Unternehmens- und Wirtschaftsethik in der wirtschaftswissenschaftlichen Ausbildung.** München und Mering: Rainer Hampp, S. 7-14.
- 2009 A sketch of a mechanism-based explanation of cognitive path processes, lock-in of individual mental models and institutional rigidity (gemeinsam mit Marc Roedenbeck und Albrecht Söllner). In: Scherer, A./ Kaufmann, I. M./ Patzer,

- M. (Hrsg.): **Methoden in der Betriebswirtschaftslehre**, Wiesbaden: Gabler, S. 21 – 46.
- 2008 Aufgaben der Wissenschaftstheorie. In: Corsten, H./ Gössinger, R. (Hrsg.): **Lexikon der Betriebswirtschaftslehre**, 5. Auflage, München: Oldenbourg, S. 912 – 916.
- 2008 Konfliktlinien in der Wissenschaftstheorie. In: Corsten, H./ Gössinger, R. (Hrsg.): **Lexikon der Betriebswirtschaftslehre**, 5. Auflage, München: Oldenbourg, S. 916 – 920.
- 2008 Schulen der Wissenschaftstheorie. In: Corsten, H./ Gössinger, R. (Hrsg.): **Lexikon der Betriebswirtschaftslehre**, 5. Auflage, München: Oldenbourg, S. 920 – 924.
- 2008 Property Rights. In: Corsten, H./ Gössinger, R. (Hrsg.): **Lexikon der Betriebswirtschaftslehre**, 5. Auflage, München: Oldenbourg, S. 676 – 679.
- 2008 Property Rights Theory. In: Corsten, H./ Gössinger, R. (Hrsg.): **Lexikon der Betriebswirtschaftslehre**, 5. Auflage, München: Oldenbourg, S. 679 – 686.
- 2008 Introduction (gemeinsam mit Chris Cowton). In: Cowton, C./ Haase, M. (Hrsg.): **Trends in Business and Economic Ethics**, Heidelberg et al.: Springer Verlag, S. 1 – 9.
- 2008 Knowledge, Education, and Management Practice: On the Role of Business Ethics for Management Education at Business Schools or Universities. In: Cowton, C./ Haase, M. (Hrsg.): **Trends in Business and Economic Ethics**, Heidelberg et al.: Springer Verlag, S. 229 – 261.
- 2008 Wissensgrundlagen der Managementausbildung: Der Beitrag der Unternehmens- und Wirtschaftsethik zur Entwicklung der Kompetenzen von Business Schools und Universitäten. In: Scherer, A./ Patzer, M. (Hrsg.): **Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensethik**, Wiesbaden: Gabler, S. 203 – 228.
- 2007 (gemeinsam mit Michael Ehret und Martin Kaluza): Conceptions of Globalisation: The Institutional Prerequisites for the Integration of World Markets In: Homann, K./ Koslowski, P./ Luetge, C. (Hrsg.): **Globalisation and Business Ethics**, Aldershot/London: Ashgate, S. 11 – 26.
- 2007 Perspektiven eines interdisziplinären Verhaltensmodells. In: Führ, M./ Bizer, K./ Feindt, P. H. (Hrsg.): **Menschenbilder und Verhaltensmodelle in der wissenschaftlichen Politikberatung: Möglichkeiten und Grenzen interdisziplinärer Verständigung**. Baden-Baden: Nomos, S. 192 – 206.
- 2006 Rationales und soziales Handeln: Beiträge der ökonomischen und soziologischen Institutionentheorie. In: Schmid, M./ Maurer, A. (Hrsg.): **Ökonomischer und soziologischer Institutionalismus: Interdisziplinäre Beiträge und Perspektiven der Institutionentheorie und -analyse**, Marburg: Metropolis, S. 91 – 116 (zweite Auflage).
- 2006 Wissenschaftstheoretische Begriffe wissenschaftlichen Fortschritts und ihre Relevanz für die Betriebswirtschaftslehre. In: Zelewski, S./ Akca, N. (Hrsg.):

- Fortschritt in den Wirtschaftswissenschaften: Wissenschaftstheoretische Grundlagen und exemplarische Anwendungen.** Wiesbaden: DUV, S. 49 – 84.
- 2006 Wirtschaftsethik und Betriebswirtschaftslehre: zur Integration der Perspektiven aus wissensorientierter Sicht. In: Ebert, U. (Hrsg.): **Wirtschaftsethische Perspektiven VIII.** Berlin: Duncker & Humblot, S. 41 – 65.
- 2005 Dienstleistungsökonomik: Theorie der Dienstleistungsökonomie ohne Dienstleistung? In: Corsten, H./ Gössinger, R. (Hrsg.): **Dienstleistungsökonomie: Beiträge zu einer theoretischen Fundierung.** Berlin: Duncker & Humblot, S. 9 – 53.
- 2005 (gemeinsam mit Michael Ehret and Martin Kaluza): Konzepte der Globalisierung: von Bretton Woods über Cancún zu gerechter Globalisierung? In: Homann, K./ Koslowski, P./ Lütge, Ch. (Hrsg.): **Wirtschaftsethik der Globalisierung.** Tübingen: Paul Siebeck, S. 16 – 33.
- 2005 Die Perspektive der Informations- und Neuen Institutionenökonomik auf die Verbraucherforschung und -politik. In: Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. – vzbv (Hrsg.): **Verbraucherforschung in Deutschland.** Schriftenreihe des Verbraucherzentrale Bundesverbandes, Bd. 1, Berlin: BWV Berliner Wissenschafts-Verlag, S. 30 – 54.
- 2004 Repräsentation und Gestaltung unter ethisch-normativem Aspekt. In: Emunds, B./ Horntrich, G./ Kruij, G./ Ulshöfer, G. (Hrsg.): **Vom Sein zum Sollen und zurück: Zum Verhältnis von Faktizität und Normativität.** Frankfurt am Main: Haag + Herchen, S. 122 – 148.
- 2004 (gemeinsam mit Michael Ehret und Martin Kaluza): The Development of the E-Economy: Its Consequences for the Building of Theories in Economics and within the Economy. In: Koslowski, P./ Hubig, C./ Fischer, P. (Hrsg.): **Business Ethics and the Electronic Economy,** Berlin et al.: Springer, S. 3 – 33.
- 2004 (gemeinsam mit Michael Kleinaltenkamp): Verhaltenswissenschaftliche und institutionenökonomische Grundlagen des Marketing: Unterschiede und Gemeinsamkeiten. In: Wiedmann, K.-P. (Hrsg.): **Fundierung des Marketing: Verhaltenswissenschaftliche Erkenntnisse als Grundlage einer angewandten Marketingforschung,** Gabler, DUV: Wiesbaden, S. 31 – 41.
- 2004 Wissen und Information: Grundannahmen der Ökonomik und ihre Bedeutung für die Institutionenanalyse. In: Held, M./ Kubon-Gilke, G./ Storn, R. (Hrsg.): Jahrbuch Normative und institutionelle Grundfragen der Ökonomik, Band 3, **Ökonomik des Wissens,** Marburg: Metropolis, S. 67 – 96.
- 2004 Information und Interpretation: Wissensfragmentierung, Wissensrepräsentation und Wissensintegration in der Unternehmung. In: Wyssusek, B. (Hrsg. unter Mitarbeit von Martin Schwartz und Oliver Schliebs): **Wissensmanagement komplex: Perspektiven und soziale Praxis,** Berlin: Erich Schmidt, S. 55 – 83.

- 2004 Is there a Need for a Positive Constitutional Economics: Comment on Stefan Voigt's paper: Consequences of Popular Participation in Constitutional Choice – Towards a Comparative Analysis. In: Van Aaken, A./ List, C./ Lütge, C. (Hrsg.): **Deliberation and Decision: A Dialogue Between Economics, Constitutional Theory, and Deliberative Democracy**, Aldershot: Ashgate, S. 230 – 236.
- 2004 (gemeinsam mit Michael Kleinaltenkamp): From the Old Economy Towards the New Economy: Managing the Transformation from the Marketing Point of View. In: Fandel, G./ Backes-Gellner, U./ Schlüter, M./ Staufenbiel, J. E. (Hrsg.): **Modern Concepts of the Theory of the Firm: Managing Enterprises of the New Economy**, Berlin u. a.: Springer, S. 85 – 109.
- 2003 Die Analyse von Informationsprozessen in der Theorie der Unternehmung. In: Reimer, U./ Abecker, A./ Staab, S./ Stumme, G. (Hrsg.): **WM 2003: Professionelles Wissensmanagement – Erfahrungen und Visionen**, Bonn 2003: Köllen, S. 559 – 562.
- 2003 Rationales und soziales Handeln: Beiträge der ökonomischen und soziologischen Institutionentheorie. In: Schmid, M./ Maurer, A. (Hrsg.): **Ökonomischer und soziologischer Institutionalismus: Interdisziplinäre Beiträge und Perspektiven der Institutionentheorie und -analyse**, Marburg: Metropolis, S. 91 – 116.
- 2003 (gemeinsam mit Michael Ehret und Martin Kaluza): Die Entwicklung der E-Economy: Ihre Bedeutung für Theoriebildung in Ökonomik und Ökonomie. In: Fischer, P./ Hubig, Ch./ Koslowski, P. (Hrsg.): **Wirtschaftsethische Fragen der E-Economy**, Heidelberg: Physika, S. 3 – 36.
- 2000 Erfahrungsbegriffe in der Betriebswirtschaftslehre. In: Hampe, M./ Lotter, M.-S. (Hrsg.): **Die Erfahrungen, die wir machen, sprechen gegen die Erfahrungen, die wir haben: Über Formen der Erfahrung in den Wissenschaften**, Band 86 der Schriftenreihe „Erfahrung und Denken. Schriften zur Förderung der Beziehungen zwischen Philosophie und Einzelwissenschaften“, Berlin: Duncker & Humblot, S. 247 – 270.
- 1999 (gemeinsam mit Michael Kleinaltenkamp): Externe Faktoren in der Theorie der Unternehmung. In: Albach, H./ Eymann, E./ Luhmer, A./ Stevens, M. (Hrsg.): **Die Theorie der Unternehmung in Forschung und Praxis**, Berlin: Springer Verlag, S. 167 – 194.
- 1999 Als-ob-Realismus in der Theorie und Praxis der Unternehmensberatung. In: Schreyögg, G. (Hrsg.): **Organisation und Postmoderne: Grundfragen – Analysen – Perspektiven**, Wiesbaden: Gabler Verlag, S. 364 – 369.
- 1998 Neue Institutionenökonomik, axiomatische Methode und 'Rhetoric-of-Economics-approach' – zum Verhältnis von Betriebswirtschafts- und Wissenschaftstheorie. In: Gerum, E. (Hrsg.): **Innovation in der Betriebswirtschaftslehre**, Wiesbaden: Gabler Verlag, S. 65 – 90.

- 1997 Betriebswirtschaftslehre – weder deskriptiv noch normativ, sondern theoretisch. In: Kahle, E. (Hrsg.): **Betriebswirtschaftslehre und Managementlehre. Selbstverständnis – Herausforderungen – Konsequenzen**, Wiesbaden: Gabler Verlag, S. 27 – 54.
- 1997 Der Begriff Pragmatischer Idealisierung. In: Meggle, G. (Hrsg.): **Analysomen 2**, Proceedings of the 2nd Conference “Perspectives in Analytical Philosophy”, vol. I, Berlin u. a.: Walter de Gruyter Verlag, S. 366 – 373.

Miscellanea

- 2015 Teilen ist gut. DER TAGESSPIEGEL, Nr. 22317, 17.2.2015, S. 17.
- 2013 Die ökonomische und ethische Verantwortung von Anbieter und Nachfrager – Zur Sichtweise neuerer Ansätze in der Marketingwissenschaft. Schriftfassung des Vortrags in der Ringvorlesung „**Ethik der gesellschaftlichen Verantwortung – Eine Ringvorlesung quer durch Bayern**“, WS 12/13, Friedrich-Alexander Universität Erlangen-Nürnberg, 21.11.2012.
<http://www.verantwortung-leben.info/dokumentation/index.php>
- 2010 9. Workshop Ethik: Was heißt es, Ethik anzuwenden? In: **fiph Journal** 15 (April 2010), S. 21 – 22.
- 2008 (gemeinsam mit Samy Saab und Stefan Chatrath): **German and Anglo-Saxon Approaches to Services and Services Marketing**: Taking Sock – Looking ahead, Berliner Reihe zum Marketing, Arbeitspapier Nr. 4,
<http://www.wiwiss.fu-berlin/institute/marketing/forschung/arbeitspapiere/index.html>.
- 2007 Untersuchungsgegenstand und Informationsbedarf: Zur Relevanz von Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie für die Methodenwahl. In: Haase, Michaela (Hrsg.): **Kritische Reflexionen empirischer Forschungsmethodik**. Diskussionsbeiträge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin, Betriebswirtschaftliche Reihe, S. 38 – 64.
- 2007 Weltbild und Forschungsfrage: Zur Relevanz von Erkenntnis- und Wissenschaftstheorie für die Methodenwahl. In: Haase, Michaela (Hrsg.): Diskussionsbeiträge des Fachbereichs **Kritische Reflexionen empirischer Forschungsmethodik** Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin, Betriebswirtschaftliche Reihe, S. 35 – 37.
- 2006 (gemeinsam mit Tobias Müller-Prothmann): Networking for Knowledge and Information: Networking für erfolgreiches Unternehmertum. In: **fundiert**: Das Wissenschaftsmagazin der Freien Universität Berlin, 2/2006, S. 38 – 44.
- 2003 Die Perspektive der Informations- und Neuen Institutionenökonomik auf die Verbraucherforschung und -politik. In: **Verbraucherforschung in Deutschland**, Dokumentation der Tagung vom 8. Oktober 2003, S. 19 – 35.

- 2003 **Kommunikation in Produktionsprozessen: Information, Wissensentstehung und Wissensverwendung in der Theorie der Unternehmung.** Business to Business Marketing, Arbeitspapier Nr. 14 der Berliner Reihe, hrsg. von Michael Kleinaltenkamp.
- 2001 Die Unternehmung als ‚Governance Structure‘: Zur Relevanz von ‚market‘ und ‚resource based view‘. In: Kuß, A./ Schuchert-Güler, P./ Lütters, H./ Eisend, M. (Hrsg.): **Diskussionsbeiträge zur Forschungstagung Marketing**, 2. 10. 01 – 5. 10. 01 in der Evangelischen Akademie Berlin, Diskussionsbeiträge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin, Nr. 2001/20 (Betriebswirtschaftliche Reihe).