

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)

- 2022 Gegenstände, Bedingungen und Möglichkeiten der Ideologiekritik (in) der Ökonomik (gemeinsam mit Ingrid Becker und Marc Hübscher). **Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik (zfwu) 23 (1)**.
- 2017 **Economic Responsibility. John Maurice Clark: A Classic on Economic Responsibility**. Heidelberg et al.: Springer Verlag.
- 2016 Ideologies in Markets, Organizations, and Business Ethics (gemeinsam mit Emmanuel Raufflet), Special Issue des **Journal of Business Ethics, 142 (4)**.
- 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** 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 ZeitschriftenAufsätze

- 2024 Prerequisites for the Positioning of Scientific Disciplines: An Analysis Considering Values, Norms, and Science-Related Issues. **Perspectives on Science**. https://direct.mit.edu/posc/article-abstract/doi/10.1162/posc_a_00631/124374/Prerequisites-for-the-Positioning-of-Scientific?redirectedFrom=PDF
- 2024 Erkundung, Positionierung und Konsolidierung einer philosophischen Disziplin (gemeinsam mit Susanne Hahn, Ludger Heidbrink, Matthias Kettner, Birger P. Priddat und Peter Seele). **Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik (zfwu)** **23 (2)**, 292-306.
- 2024 The Nexus of Knowledge, Action, and Values, and the Philosophical, Social, and Normative Foundations of Marketing. **Journal of Macromarketing**. Online first. <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/02761467241256027>.
- 2022 Wissenschaftliche Kritik und ‚positivistische Ideologiekritik‘: Zur Relevanz zweier Kriterien für die zeitgenössische (Ideologie-)Kritik. **Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik (zfwu)** **23 (2)**, 226-258.
- 2022 Replik auf die Beiträge dieser Ausgabe: Rückschau und Ausblick (gemeinsam mit Ingrid Becker). **Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik (zfwu)** **23 (1)**, 118-126.
- 2022 Editorial (gemeinsam mit Ingrid Becker und Marc Hübscher). **Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik (zfwu)** **23 (1)**, 3-5.
- 2021 Kulturalistische (Wirtschafts)ethik - Anmerkungen zu einem Arbeitsprogramm. **Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik (zfwu)**, 22 (3), S. 422-426.
- 2021 Wirtschaftsethik der ‚always embedded market economy‘: Überlegungen zu einer Idee von Karl Polanyi. **Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik (zfwu)**, 22 (2), S. 231-265.
- 2021 Social Value Cocreation: A Mode of Value Cocreation. **Social Enterprise Journal**, 17 (4), 493-512.
- 2020 Resource Making and Proto-Institutions in Context: The Example of the German Tafel System (gemeinsam mit Ingrid Becker). **Journal of Contextual Economics**, 140 (1), 31-63.
- 2020 Die wertebedingte Krise des Ökosystems: Eine Verbindung systemtheoretischer und wertphilosophischer Überlegungen (gemeinsam mit Michael Ehret). **Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik (zfwu)**, Sonderband „Lehren aus Corona: Impulse aus der Wirtschafts- und Unternehmensethik“, hrsg. von Alexander Brink, Bettina Hollstein, Christian Neuhäuser und Marc C. Hübscher, S. 45-54.
- 2020 Considering Value-related Concepts in Service-oriented Approaches to Marketing Studies in Light of Philosophical and Economic Value Theories. **Journal of Service Management Research, Special Issue “Turning the Sounds of Service: Essays in Honour of Michael Kleinaltenkamp”** 4 (2-3), S. 133-144.
- 2018 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** 38 (1), S. 57-72.

- 2017 Stellungnahmen: Wirtschaftsethik als Teil der Managementlehre. Stellungnahmen von Michaela Haase, Christoph Lütge, Ingo Pies und Birger P. Priddat. **Information Philosophie**, Dezember 2017, S. 42-51 (eingeladen).
- 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 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 (eingeladen).
- 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), 16 (3), S. 339-368.
- 2015 Gründe der Mitwirkung in der kommerziellen Sharing Economy (gemeinsam mit Doreén Pick). **Marketing Review St. Gallen** 4, S. 8-14.
- 2015 Wir stellen die Fragen und geben auch die Antworten. **Erwägen Wissen Ethik** (EWE) 26 (3), S. 377-380 (eingeladen).
- 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 & Industrial Marketing** 27 (6), 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. 2012. What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets. New York: Farrar, Straus and Giroux. **Journal of Macromarketing** 34 (1), S. 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 Ökonomie, UTB 2190, Stuttgart: Lucius & Lucius. **Wirtschaft und Gesellschaft**, 27 (4), S. 546 – 554.

Proceedings / Books of Abstracts

- 2024 Social and Ecological Value Cocreation: An Approach to Advancing Degrowth-oriented Practices. In: Repo, Petteri, Pia Polsa and Saara Kallio eds. Proceedings of the 49th Macromarketing Conference. Hanken School of Economics and University of Helsinki, Finland. Macromarketing Society, S. 125-161.
- 2022 Ideas Matter: The Impact of (Economic) Ideas on the Understanding of the ‚Social Enterprise Phenomenon‘. In: Pedrini, Matteo, Molteni, Mario, Ciambotti, Giacomo (Eds.): Enabling the change! Social innovation and enterprises for a better future. Proceedings of the 13th International Social Innovation Research Conference, Conference (ISIRC 2021), Milan, 8-10 September 2021, Milano: EGEA S.p.A., S. 32-36.
- 2021 The Three Dichotomies Model, the Self-understanding of Macromarketing and the Determination of its Domain. In: Wooliscroft, Ben, Conejo, Francisco, Ganglmair-Wooliscroft, Alexandra, Samuel, Anthony (Hrsg.): Macromarketing Putting the Local into Global, Auckland, New Zealand, Cardiff, Wales and Denver, 2021, S. 56-62.
- 2020 Benefit, value, and value co-creation, ISIRC 2020, Book of Abstracts, S. 6. <https://isirconference.com>.
- 2019 Social and Economic Value (Co-)Creation in Social Enterprises: An Analysis Based on Marketing and Institutional Perspectives. In: 11th International Social Innovation Research Conference (ISIRC) Book of Abstracts, Glasgow Caledonian University, Glasgow 2019, 2.-4.9.2019, S. 98.
- 2018 Marketing and Economic Responsibility: Historical Roots and Contemporary Interpretations. In: Löbler, Helge, Mörstedt, Jannine, Wloka, Michael, Barriga, Pablo und Sebastian Stieler: **Proceedings of the 43th Macromarketing Conference**, Leipzig 2018, <http://society.macromarketing.org/assets/proceedings/2018-macromarketing-proceedings.pdf>, S. 443-444.
- 2018 The German Tafel System’s Missions and Conflicts: Approaching a Context-Sensitive and Discursive Understanding (gemeinsam mit Ingrid Becker). In: Löbler, Helge, Mörstedt, Jannine, Wloka, Michael, Barriga, Pablo und Sebastian Stieler: **Proceedings of the 43th Macromarketing Conference**, Leipzig 2018, <http://society.macromarketing.org/assets/proceedings/2018-macromarketing-proceedings.pdf>, S. 1062-1065.

- 2018 How to Address Culture in Marketing Studies: An Analysis Using the Example of the Marketing-Systems Approach. In: Löbler, Helge, Mörstedt, Jannine, Wloka, Michael, Barriga, Pablo und Sebastian Stieler (Hrsg.): **Proceedings of the 43th Macromarketing Conference**, Leipzig 2018, <http://society.macromarketing.org/assets/proceedings/2018-macromarketing-proceedings.pdf>, S. 535-562.
- 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?, in: Bradshaw, A./Lamaanen, M./Reppel, A. (Eds): Macromarketing and the Crisis of the Social Imagination. **Proceedings of the 39th Annual Macromarketing Conference 2014**, 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 Shultz II, James W. Gentry). **Proceedings of the 38th Annual Macromarketing Conference 2013**, (hrsg. von Detlev Zwick und 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 (hrsg. von 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

- 2023 B2B Marketing Theory, Institutional Economics and Austrian Economics on the Business Relationship in Light of Relationality and Organizationality. In: Aichner, Thomas (Hrsg.): **Serving the Customer: The Role of Selling and Sales. Festschrift für Frank Jacob**. Wiesbaden: Springer, S. 143-174.
- 2023 Marketing. In: Rendtorff, Jacob D./Bonnafoos-Boucher, Maria (Hrsg.): **Encyclopedia of Stakeholder Management**. Cheltenham, UK, and Northampton, MA: Edward Elgar, S. 212-218.
- 2022 The COVID-19 Outbreaks in the German Meat Industry: A Culturalistic Explanation (gemeinsam mit Anne Schade). In: Shultz II, Clifford J./Rahtz, Don R./Sirgy, M. Joseph (Hrsg.): **Community, Economy and COVID-19: Lessons from Multi-Country Analyses of a Global Pandemic**. Springer, S. 205-231.
- 2021 How to Adress Culture in Marketing Studies. An Analysis Using the Example of the Marketing-systems Approach. In: Beschoner, Thomas/Sindermann, Dana (Hrsg.): **Wirtschaft ist Kultur**, Marburg: Metropolis, S. 289-319.
- 2021 Idee, Wert und *Belief* in der Verbindung der sozialen und der ideenbasierten Dimensionen von Ideologien. In: Matiaske, Wenzel/Nienhüser, Werner (Hrsg.): **Ökonomie und Ideologie**, Marburg: Metropolis, S. 21-71.
- 2020 Legitimacy-related Research in Organization Studies, Stakeholder Theory, and Marketing Studies. In: Rendtorff, Jacob D. (Hrsg.): **Handbook of Business Legitimacy: Responsibility, Ethics and Society (Vol. 1)**, Cham: Springer, S. 571-604.
- 2020 The Extension of Service Thought from the Social Realm to the Realm of Nature: An Investigation Giving Focus to Sustainability and Values. In: Stieler, Sebastian (Hrsg.): **Marketing as a Social Science: Festschrift für Universitätsprofessor Dr. Dr. h.c. Helge Löbler**. Norderstedt: Books on Demand, S. 97-119.
- 2019 Möglichkeiten und Wirklichkeiten der Marketingwissenschaft. Eine Annäherung. In: Hochmann, Lars, Graupe, Silja, Korbun, Thomas, Panther, Stefan und Uwe Schnei-

- dewind (Hrsg.): **Möglichkeitswissenschaften: Ökonomie mit Möglichkeitssinn**. Marburg: Metropolis, S. 333-358.
- 2018 Kommentar zum Beitrag von Herrn Küpper „Unternehmensethik – ein umstrittener Gegenstand betriebswirtschaftlicher Forschung und Lehre“. In: Matiaske, Wenzel/Weber Wolfgang (Hrsg.): **Ideengeschichte der BWL**, Springer Gabler, S. 71-82.
- 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 Marketing Theory and the Concept of Responsibility: A Story of Three Interpretations. 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 Entrepreneurship. Festschrift für Michael Kleinaltenkamp. SpringerGabler, S. 157-177.
- 2015 Von industriellen zu postindustriellen Austauschbeziehungen: Argumente für die Modifizierung der Marketingethik. 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: Naukova, 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./Patzner, 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./Patzner, M. (Hrsg.): **Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensethik**, Wiesbaden: Gabler, S. 203 – 228.
- 2007 Conceptions of Globalisation: The Institutional Prerequisites for the Integration of World Markets (gemeinsam mit Michael Ehret und Martin Kaluza): 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: Ebers, 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./ Sturn, 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.): **Analyomen 2**, Proceedings of the 2nd Conference "Perspectives in Analytical Philosophy", vol. I, Berlin u. a.: Walter de Gruyter Verlag, S. 366 – 373.

Miscellanea

- 2021 100 Jahre VHB und 100 Jahre Hans Albert – Werturteile in der Wissenschaftstheorie des Kritischen Rationalismus und in der BWL. <https://vhb-online.org/ueber-uns/100-jahre-vhb/100-schlaglichter-der-bwl/100-jahre-vhb-hans-albert>
- 2017 The Changing Basis of Economic Responsibility: Zur Bedeutung und Rezeption von John Maurice Clarks Artikel zur ökonomischen Verantwortung. **Diskussionsbeiträge des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaft der Freien Universität Berlin**. <http://www.wiwiss.fu-berlin.de/forschung/diskussionsbeitraege/index.html>.
- 2015 Teilen ist gut. DER TAGESPIEGEL, 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.
- 2010 9. Workshop Ethik: Was heißt es, Ethik anzuwenden? In: **fiph Journal** 15 (April 2010), S. 21 – 22.
- 2008 German and Anglo-Saxon Approaches to Services and Services Marketing: Taking Sock – Looking ahead (gemeinsam mit Samy Saab und Stefan Chatrath), **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: **fundierte**: 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).