

Regina Schwegler

Moralisches Handeln von Unternehmen

Eine Weiterentwicklung des
neuen St. Galler Management-Modells
und der Ökonomischen Ethik

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Harald Dyckhoff

GABLER EDITION WISSENSCHAFT

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Vorwort.....	VII
Inhaltsübersicht.....	IX
Inhaltsverzeichnis.....	XI
Darstellungverzeichnis.....	XV
Abkürzungsverzeichnis.....	XVII
1. Einleitung.....	1
1.1 Möglichkeiten und Grenzen moralischen Handelns von Unternehmen.....	1
1.2 Das neue St. Galler Management-Modell als adäquater Bezugsrahmen.....	5
1.3 Gang der Forschung.....	6
Teil I: Metatheorien	
2. Neue Institutionenökonomik.....	13
2.1 Grundlagen.....	13
2.1.1 Gegenstand der Institutionenökonomik.....	13
2.1.2 Homo Oeconomicus.....	15
2.1.3 Ökonomischer Imperialismus.....	18
2.1.4 Ökonomische Vertragstheorie.....	20
2.2 Marktliche Institutionen: Transaktionskostentheorie.....	25
2.2.1 Ursprünge und Grundlagen der Transaktionskostentheorie.....	25
2.2.2 Messkostenansatz.....	27
2.2.3 Governancekostenansatz.....	31
2.3 Nicht-marktliche Institutionen.....	37
2.3.1 Konstitutionelle Politische Ökonomik.....	37
2.3.2 Property-Rights-Theorie.....	43
3. Neuere Systemtheorie.....	47
3.1 Eine Theorie komplexer Systeme.....	47
3.1.1 Grundlagen der neueren Systemtheorie.....	47
3.1.2 Grundproblem der Komplexität und Kontingenz.....	49
3.1.3 Das Ganze und seine Teile: emergente Eigenschaften.....	56
3.2 Sinn und Grenzziehung komplexer Systeme.....	59
3.2.1 Sinn und Grenzen von Systemen.....	59
3.2.2 Autopoiese-Konzept.....	61
3.2.3 Beobachtung.....	64
3.2.4 Prozesse der Strukturierung: Bildung von Identität.....	66
3.2.5 Strukturelle Kopplung und Resonanz.....	68
3.3 Funktionale Differenzierung und deren Probleme.....	69
3.3.1 Funktionale Differenzierung der modernen Gesellschaft.....	69
3.3.2 Codes und Programme.....	71
3.3.3 Symbolisch generalisierte Steuerungsmedien.....	73
3.3.4 Integrations- und Steuerungsprobleme.....	76
3.3.5 Intervention.....	80

3.4	Spezielle gesellschaftliche Teilsysteme.....	82
3.4.1	Wirtschaft.....	82
3.4.2	Moral.....	84
3.4.3	Organisationen.....	92
3.4.4	Unternehmen.....	96
Teil II: Kritische Würdigung des neuen St. Galler Management-Modells		
4.	Geschichte des St. Galler Management-Modells.....	105
4.1	Modelle der ersten Generation von Ulrich und Krieg.....	105
4.2	Modelle der zweiten Generation von Bleicher.....	107
5.	Modelle der dritten Generation von Rüegg-Stürm.....	113
5.1	Das neue St. Galler Management-Modell.....	113
5.1.1	Überblick über das Modell.....	113
5.1.2	Wechselspiel zwischen Ordnungsmomenten und Prozessen.....	118
5.2	Organisation und organisationaler Wandel.....	120
5.2.1	Wirklichkeitskonstruktion und soziale Strukturen.....	120
5.2.2	Routinisierung und Wandel unternehmerischen Handelns.....	124
5.3	Inkonsistenter moralischer Anspruch.....	127
5.3.1	Wissenschaftstheoretische Anforderungen.....	127
5.3.2	Moralische Inkonsistenz.....	132
5.3.3	Hinweise der metatheoretischen Grundlagen.....	135
5.3.4	Wie kann die moralische Inkonsistenz beseitigt werden?.....	140
Teil III: Unternehmensethische Ansätze		
6.	Die Ökonomische Ethik von Homann.....	147
6.1	Darstellung der Ökonomischen Ethik.....	147
6.1.1	Normative Grundlagen.....	147
6.1.2	Wirtschaftsethik.....	154
6.1.3	Unternehmensethik.....	157
6.2	Diskussion und Weiterentwicklung der Ökonomischen Ethik.....	160
6.2.1	Die Ökonomische Ethik als umfassender und zweckmäßiger Ansatz.....	160
6.2.2	Sind Unternehmen prinzipielle Orte der Moral?.....	164
6.2.3	Ist die Moral ein Funktionssystem der Gesellschaft?.....	174
7.	Die Governanceethik von Wieland.....	189
7.1	Die Ökonomik der Transaktionsatmosphäre.....	189
7.1.1	Systemtheoretische Grundlagen.....	189
7.1.2	Institutionenökonomische Grundlagen.....	193
7.1.3	Moralische Verhaltensstandards von Unternehmen.....	199
7.1.4	Reputation als ökonomischer Faktor.....	203
7.1.5	Tugendethische Moral als Unternehmensressource.....	209
7.2	Das Management von Moral.....	213
7.2.1	Governanceethik.....	214
7.2.2	Signalisierung von Glaubwürdigkeit.....	216
7.2.3	Wertemanagementsystem.....	221
7.3	Diskussion und Weiterentwicklung der Governanceethik.....	226

7.3.1	Die Governanceethik und die Ökonomische Ethik als kompatible Ansätze.....	227
7.3.2	Die Governanceethik als Ergänzung der Ökonomischen Ethik	230
7.3.3	Ist der Homo Oeconomicus ein geeignetes Akteursmodell?.....	235
7.3.4	Wie steuern Governancestrukturen die moralische Dimension einer Transaktion?.....	237
7.3.5	Was sind die Stufen eines Wertemanagementsystems?.....	240

Teil IV: Weiterentwicklung und Anwendung des neuen St. Galler Management-Modells

8.	Erweiterung des theoretischen Bezugsrahmens.....	245
8.1	Umgestaltungen des neuen St. Galler Management-Modells.....	245
8.2	Ethischer Ansatz auf Basis von Homann und Wieland.....	246
8.2.1	Moralisches Handeln von Unternehmen: Möglichkeiten und Grenzen.....	247
8.2.2	Orte der Moral: Regeln unternehmerischen Handelns.....	250
8.3	Rahmenbedingungen des Unternehmens.....	252
8.3.1	Umweltsphären.....	252
8.3.2	Stakeholder.....	255
8.3.3	Interaktionsthemen.....	256
8.4	Kriterien für eine effiziente und effektive Implementierung.....	257
8.4.1	Kriterium der Gerechtigkeit: umfassendes Anreizmanagement.....	257
8.4.2	Kriterium der Glaubwürdigkeit: genuine Moral.....	258
8.4.3	Kriterium der Wirtschaftlichkeit: Moral in Wirtschaft übersetzen.....	258
8.5	Integration eines Wertemanagements in die Ordnungsmomente.....	259
8.5.1	Moralstrategien.....	260
8.5.2	Moralstrukturen.....	265
8.5.3	Moralkultur.....	270
9.	Praxisfragen unternehmerischer Moral.....	275
9.1	Möglichkeiten und Grenzen des Umweltschutzes.....	276
9.2	Otto: Kontinuierliche Verbesserung des Nachhaltigkeitsmanagements.....	284
9.2.1	Die Geschäftstätigkeit der Otto-Handelsgruppe.....	284
9.2.2	Das Nachhaltigkeitsmanagement bei Otto.....	286
9.2.3	Wurden ökonomische und ökologische Zielkonflikte optimal gelöst?.....	290
9.2.4	Welche Strukturen und Kulturen braucht die Nachhaltigkeit?.....	296
9.2.5	Welche Verbesserungspotenziale bargen die Strukturen und Kulturen bei Otto?.....	301
9.2.6	Otto auf dem Weg einer kontinuierlichen Verbesserung.....	305
9.3	Möglichkeiten und Grenzen des Korruptionsverzichts.....	307
9.3.1	Korruption – eine gesellschaftliche Bedrohung.....	308
9.3.2	Lohnt sich Korruption wirtschaftlich?.....	313
9.3.3	Kann von Unternehmen Korruptionsverzicht gefordert werden?.....	319
9.4	Siemens: Erfolgreich dank Korruptionsstrategie?.....	323
9.4.1	Korruptionsfälle bei Siemens.....	323
9.4.2	Wirtschaftliche Auswirkungen der Affären.....	327
9.4.3	Korruption – ein wirtschaftlicher Erfolgsfaktor?.....	333
9.4.4	Hätte von Siemens Korruptionsverzicht gefordert werden können?.....	338

10. Synthese: Sind Wirtschaft und Moral Gegensätze?.....	341
10.1 Ausgangslage: Polarisierungen versperren den Blick für das Ganze.....	341
10.2 Prozess: Auf dem Weg zu Ganzheitlichkeit.....	342
10.3 Ergebnis: Alles ist mit allem verbunden.....	343
10.4 Ausblick: Erweiterte Perspektiven und deren Horizont.....	345
Literaturverzeichnis.....	349
Interviewverzeichnis.....	379