



Hochschule für
Philosophie

München

Unternehmerischen Erfolg neu denken

Zur Verantwortung von Unternehmen für das Gemeinwohl

Referent:

Prof. DDr. Johannes Wallacher

Datum:

3. März 2015

Anlass:

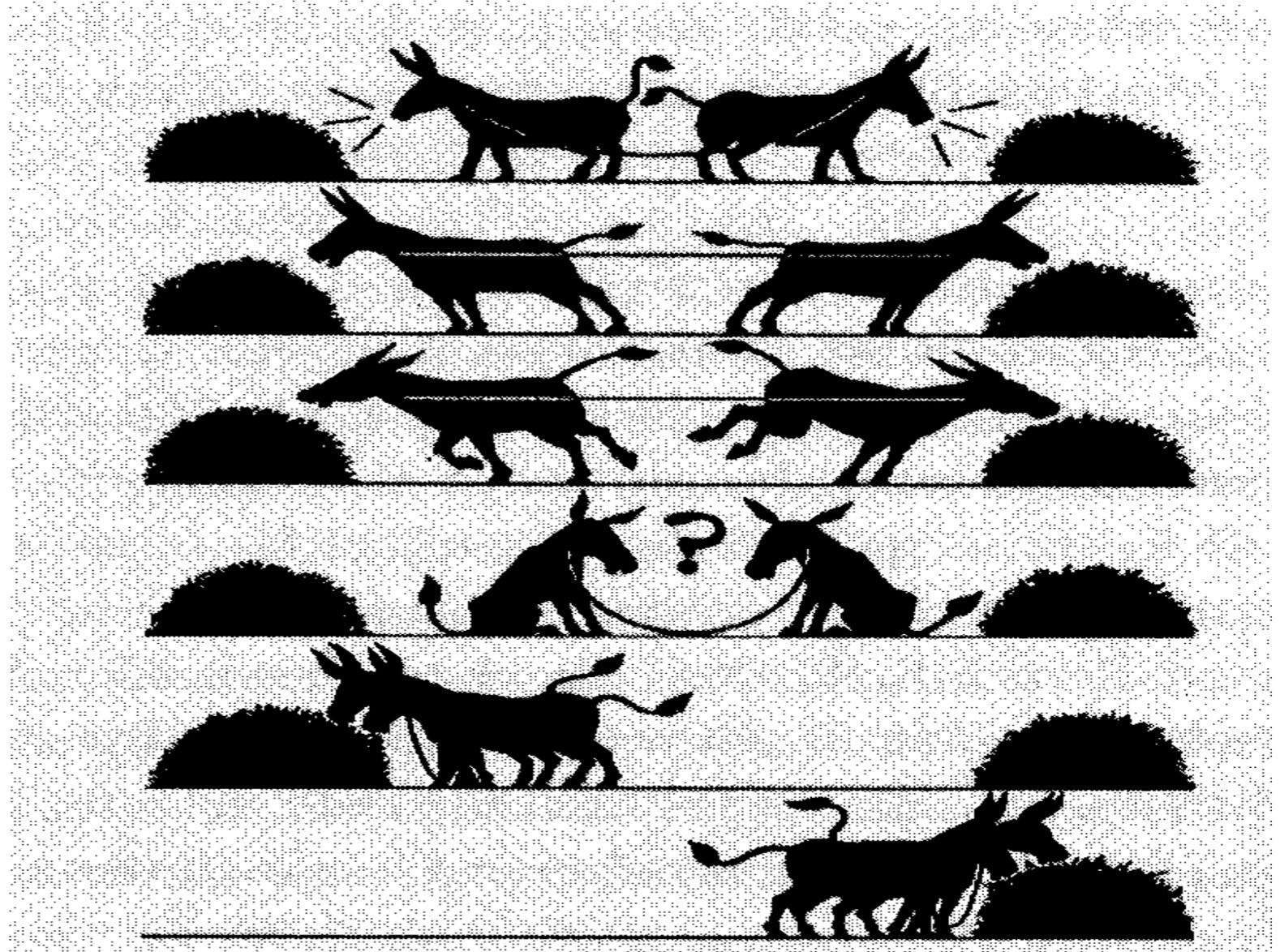
Auftaktveranstaltung der Unternehmerakademie, Tegernsee

„Wirtschaftsethik – ein Widerspruch in sich selbst?“

Konkurrenz

versus

Kooperation?



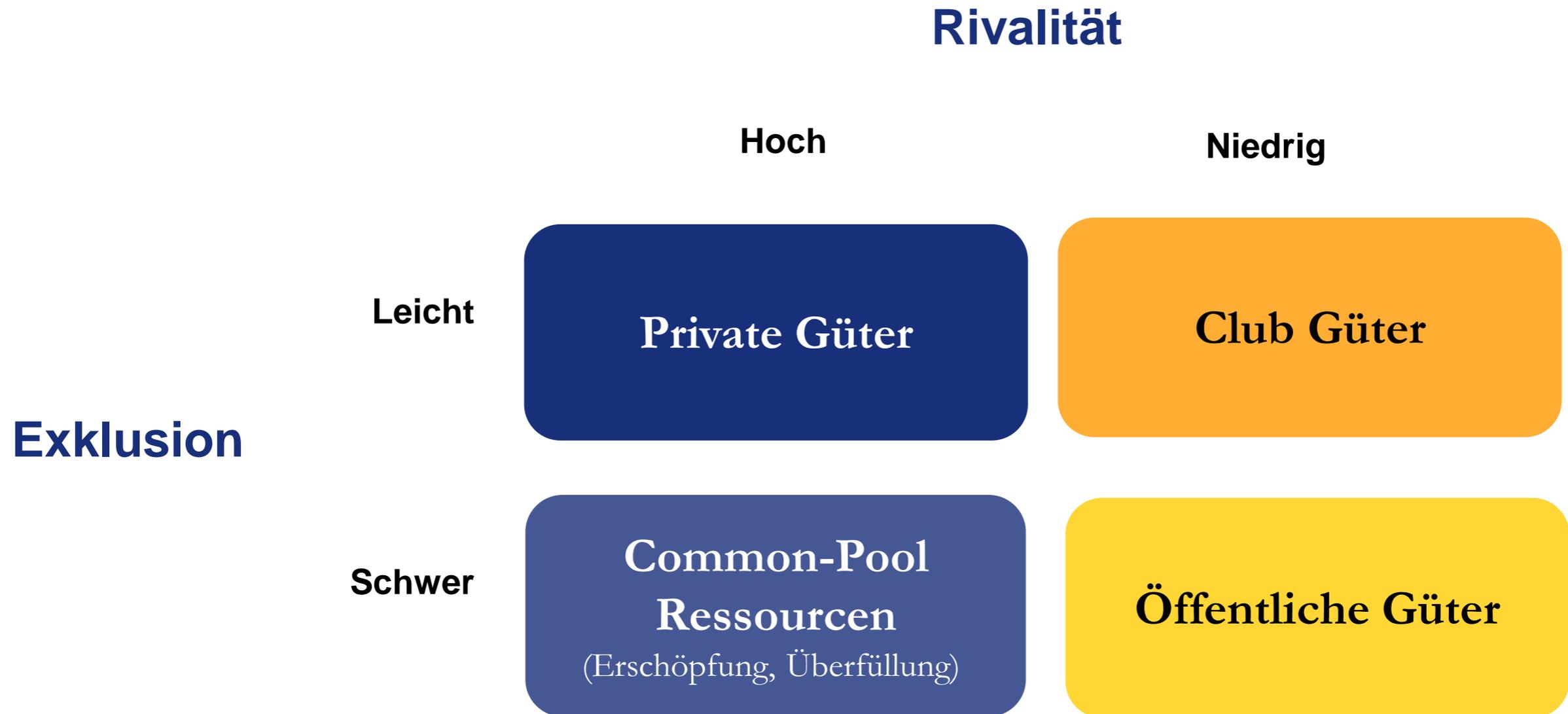
Aufgaben der Wirtschaftsethik

Integrative Betrachtung von Ethik und Wirtschaft

- 1) Erklärung und sozialetische Würdigung der Marktwirtschaft
- 2) Aufdecken des normativen Gehalts ökonomischer Leitbilder
- 3) Orientierung und Begründung normativer Maßstäbe

Gemeinwohl in Zeiten der Globalisierung

Was sind Gemeingüter?



Die Rolle von Gemeingütern im 21. Jahrhundert

Social

Natural

Sub-
Global

- **Trust** (wrt free-riding)
- **Roads** (if congested)
- **Public Transport** (congested)
- **Other networks** (if congested)
- **Schools** (if congested)
- **Hospitals** (if congested)

- **Land**
- **Air**
- **Freshwater**
- **Coastal fisheries**
- **Natural amenities**

Global

- **Trust** (wrt free-riding)
- **Peace and Security**
- **Knowledge, Technology**
- **Global infrastructure,**
e.g. **Internet**

- **Atmosphere** (GHG & ODS sink)
- **Oceans** (minerals, fish etc, sinks)
- **Rain Forests** (biodiversity, GHG sink)
- **Land** (global food & biomass)
- **Freshwater** (global food & biomass)

„Tragik der Allemende“: Ausbeutung bzw. Unterversorgung von Gemeingütern als Ergebnis von ...

- systematischem Marktversagen (free-rider-Problematik)
- Staatsversagen (national wie international)

Mögliche „Change Agents“

- Transformierte Nationalstaaten
- Zivilgesellschaft
- Unternehmen

Unternehmerische Verantwortung

Das Prinzip Verantwortung

Klassisches Verantwortungskonzept

- ursprünglich Gleichsetzung von Verantwortung und Rechtfertigung (Rechenschaft geben auf Anklage)
- Kriterien für die Zurechenbarkeit von Handlungen bei Aristoteles: Freiwilligkeit, Wissentlichkeit, Willentlichkeit

Moderne erweiterte Verantwortungskonzepte

- Notwendigkeit erweiterter Verantwortungskonzepte angesichts arbeitsteiliger und funktional ausdifferenzierter Gesellschaften (Max Weber, Hans Jonas).
- Übertragung des Verantwortungskonzepts auf komplexe soziale Prozesse lässt Vielschichtigkeit hervortreten
- Ergebnisse lassen sich nicht einfach kausal auf Einzelhandlungen zurückführen

Dimensionen, Grade und Modalitäten der Verantwortung

Dimensionen der Verantwortung

- Subjekt, Objekt und Instanz der Verantwortung

Bipolare Struktur der Verantwortung

- Retrospektive Verantwortung (Rechenschaft geben für Anklage)
- Prospektive Verantwortung (Antwort geben auf Herausforderung)

Modalitäten der Verantwortung

- Rollenverantwortung
- Kausalverantwortung
- Haftungsverantwortung
- Fähigkeitenverantwortung

Verpflichtungsgrade der Verantwortung

- Apodiktische Verantwortung („Muss“-Dimension)
- Assertorische Verantwortung („Soll“-Dimension)
- Problematische Verantwortung („Kann“-Dimension)

Begründung gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung

Strategische Konzepte von Unternehmensverantwortung

1) „The Social Responsibility of Business is to increase its profits“ (Milton Friedman 1970)

- „Ethische Richtigkeitsvermutung der Gewinnmaximierung“
- Idealbild vollkommener Märkte
- Neoklassische Freihandelstheorie komparativer Kostenvorteile („Trickle-down-Theorie“)

2) Strategisches Stakeholder-Konzept (Robert Edward Freeman 1984)

- Neben Ansprüchen der Anteilseigner sind auch Interessen anderer Stakeholder (u.a. Arbeitnehmer, Kunden, Gesellschaft) zu berücksichtigen
- Maßstab dafür: Inwieweit sind Stakeholder in der Lage, Unternehmenserfolg zu beeinflussen oder zu gefährden?
- Anknüpfung zur Unternehmensethik als Moralökonomik

Strategische Konzepte von Unternehmensverantwortung (2)

„The role of companies in society is undergoing a profound and fundamental change. Social expectations are very different from what they were ten or even five years ago. No longer are only products being assessed by consumers; the companies behind the products are being assessed as well. ... Companies are seeing a **real competitive advantage in adopting a positive corporate social profile**, not just a marketing advantage.“

(Milton Friedman 2002)

3) Unternehmerische Verantwortung als „Licence to operate“

Volkswirtschaftliche Perspektive

Zustimmung zur marktwirtschaftlichen Grundordnung davon abhängig, „dass Graben zwischen Wirtschaft und Gesellschaft nicht zu groß wird“

(M. Beise, Das Volk und die Firmen, SZ vom 17.11.2007).

Jenseits strategischer Konzepte von gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung

- Brücke von „Gemeinverstrickung“ zur „Gemeinhaftung“ (als beiden Pfeilern der Solidarität nach Oswald von Nell-Breuning)
- Republikanische Unternehmensethik: Doppeltes Rollenverständnis von Unternehmenbürgern („Corporate Citizens“) als „Privatbürger“ und „Staatsbürger“
- Gemeinwohl: „Gemeinsames Interesse“ nicht als bloße Aggregation von Einzelinteressen, sondern bestimmt durch kommunikativen Prozess
- Unternehmer als „Change Agents“
 - Unternehmen als Träger von Rechten und Pflichten in der politischen Gemeinschaft
 - Unternehmen als wirtschaftliche Akteure und (Teil-)Subjekte der politischen Steuerung der Globalisierung (ordnungspolitische Mitverantwortung)

Unternehmerischer Erfolg neu denken

Die Macht gesellschaftlicher Leitbilder

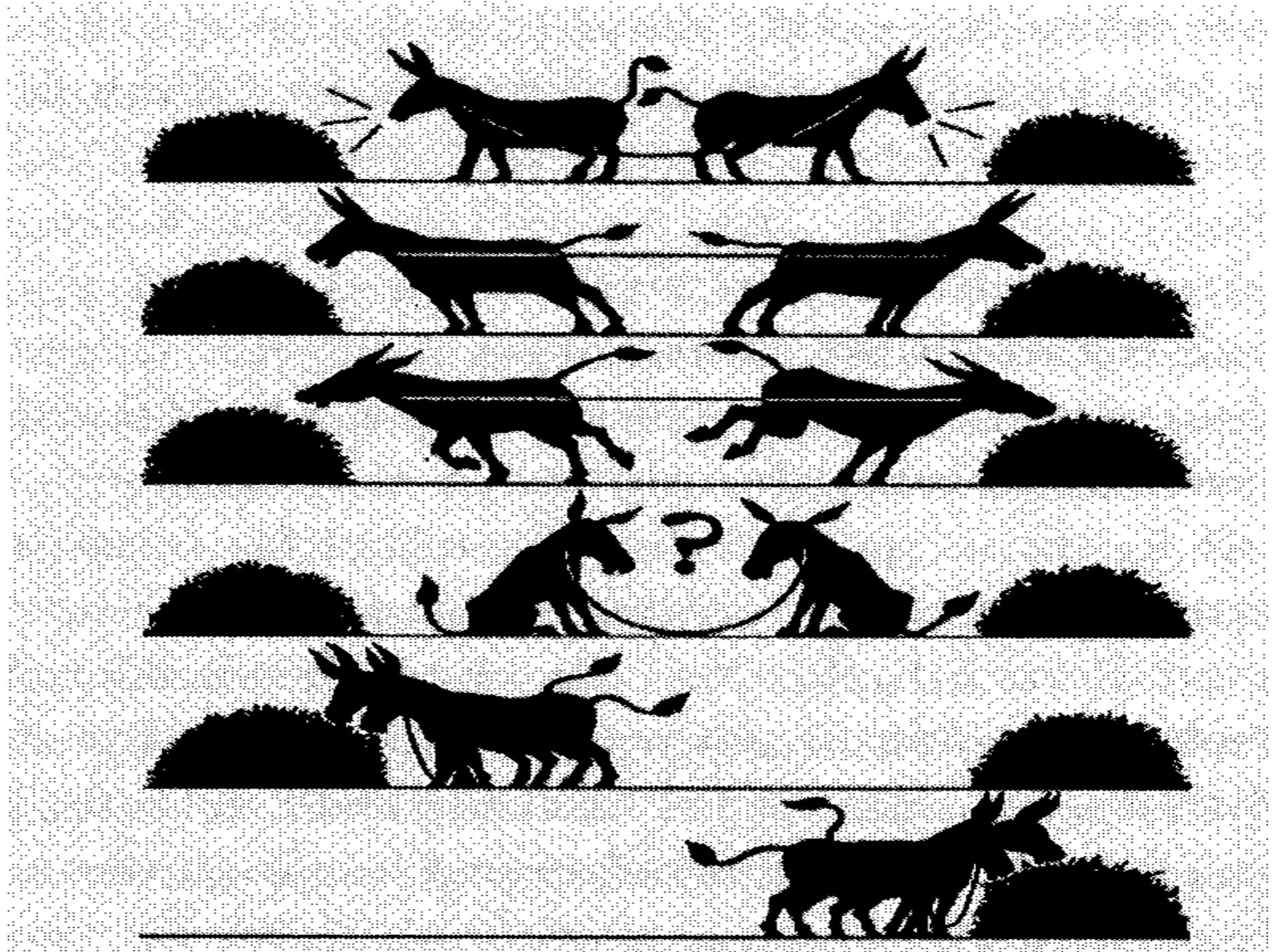
Unternehmerischer Erfolg neu denken

- von der Gewinnmaximierung zur legitimen Gewinnorientierung
- Was treibt den Unternehmer an? (J. Schumpeter)
- Das Unternehmen als „Treuhand“ von Gemeingütern
- Ordnungspolitische Mit-Verantwortung von Unternehmen
- Lackmustest: Freiwillige Selbstverpflichtungen versus rechtlich verbindliche Vereinbarungen
Oder: Freiwillige Selbstverpflichtungen ergänzend zu rechtlich verbindliche Vereinbarungen.

„Wirtschaftsethik – ein Widerspruch in sich selbst?“

Arbeitsteilige
Wirtschaft:

Für eine neue
Balance von
Konkurrenz und
Kooperation





Hochschule für
Philosophie

München

Vielen Dank für
Ihre Aufmerksamkeit.

