



Hochschule für
Philosophie

München

Wirtschafts- und Unternehmensethik

Grundlagenmodul Weiterbildender Master:
Teilmodul: Bereichsethiken

Sommersemester 2014

Referent: Prof. DDr. Johannes Wallacher
Datum: 12.04.2014

Gliederung der Einheit

1. Einführung in die Wirtschaftsethik
2. Unternehmensethik im Kontext der Globalisierung

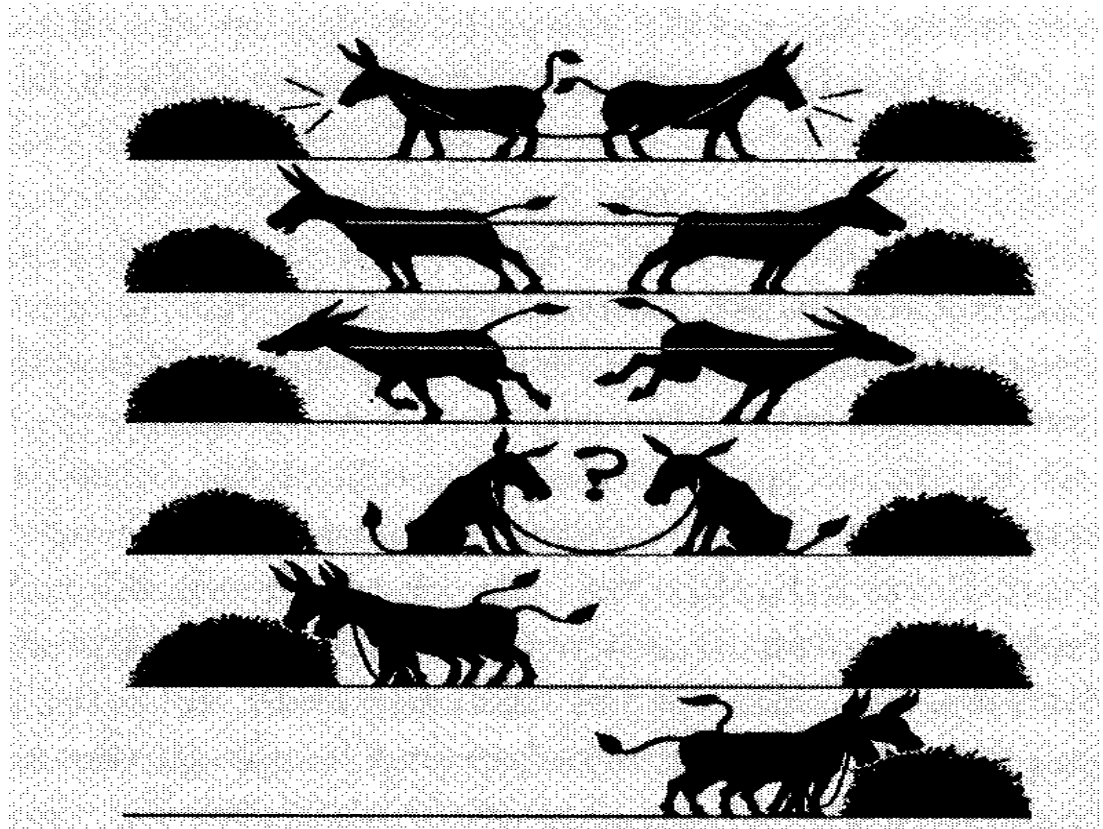
1 EINFÜHRUNG IN DIE WIRTSCHAFTSETHIK

„Wirtschaftsethik – ein Widerspruch in sich selbst?“

Konkurrenz

versus

Kooperation?



„Wirtschaftsethik – ein Widerspruch in sich selbst?“

Ursachen dieser populären „Zwei-Welten-These“:

- 1) **Unterschiedliche Meinungen zur moralischen Qualität der Marktwirtschaft**
 - Zwischen „Glorifizierung“ und „Dämonisierung“
- 2) **Abweichende Gesellschaftskonzepte**
 - Gesellschaft als soziales System gleichrangiger Teilsysteme
 - Gesellschaft als Marktwirtschaft
 - Gesellschaft als demokratisches Gemeinwesen
- 3) **Steigender Konkurrenz- und Wettbewerbsdruck**
- 4) **Viele Fehlentwicklungen der jüngeren Vergangenheit**

Die klassische Schule nach Adam Smith

Adam Smith: Ahnherr der modernen Ökonomie

Smith: Protagonist des Eigeninteresses und Vorreiter des Wirtschaftsliberalismus?

„Wohlstand der Nationen“ (WN) von 1776:

„Nicht von dem Wohlwollen des Fleischers, Brauers oder Bäckers erwarten wir unsere Mahlzeit, sondern von ihrer Bedachtnahme auf ihr eigenes Interesse. Wir wenden uns nicht an ihre Humanität, sondern an ihre Eigenliebe, und sprechen ihnen nie von unseren Bedürfnissen, sondern von ihren Vorteilen.“

(WN I. Buch, 2. Kapitel, dt. 17)

Die klassische Schule nach Adam Smith

Adam Smith als Moralphilosoph

„Theorie der moralischen Gefühle“ (TMG) von 1759:

„Versuch einer Analyse der Prinzipien, mittels welcher die Menschen naturgemäß zunächst das Verhalten und den Charakter ihrer Nächsten und sodann auch ihr eigenes Verhalten und ihren eigenen Charakter beurteilen“

„Man mag den Menschen für noch so egoistisch halten, es liegen doch offenbar gewisse Prinzipien in seiner Natur, die ihn dazu bestimmen, an dem Schicksal anderer Anteil zu nehmen, und die ihm selbst die Glückseligkeit dieser anderen zum Bedürfnis machen, obgleich er keinen anderen Vorteil daraus zieht, als das Vergnügen, Zeuge davon zu sein.“

(TMG, I. Teil, 1. Abschnitt, 1. Kapitel, 1)

Modelle der Zuordnung von Ethik und Ökonomie

Wirtschaftsethik

... als eigenständige Forschungsrichtung und wissenschaftliche Disziplin seit den 1970er Jahren

- erheblich variierende Auffassungen über den Begriff, Inhalte, Aufgaben und Methoden der Wirtschaftsethik
- Unterschiedliche Begriffe von Wirtschaft
- Verschiedene Zuordnung von Ethik und Ökonomie

Modelle der Zuordnung von Ethik und Ökonomie

Verschiedene Begriffe von Wirtschaft und Ökonomie (1)

Materiale Wirtschaftsbegriffe:

„Das natürliche und lobenswerte, ethische Ziel der Ökonomie ist daher die Versorgung mit Gütern bzw. die Sicherung der materiellen Basis des „guten Lebens“ der griechischen Bürger

(Aristoteles, Politik I 1258a,b)

„Wirtschaft ist menschlicher Handlungszusammenhang mit dem Ziel der Unterhaltsfürsorge, d.h. der Versorgung mit allem, dessen der Mensch als raum- und zeitgebundenes Geist-Leib-Wesen bedarf, um als einzelner und in Gemeinschaft ein seiner Menschenwürde entsprechendes („kulturelles“) Leben führen zu können“

(Oswald v. Nell-Breuning 1963)

Modelle der Zuordnung von Ethik und Ökonomie

Verschiedene Begriffe von Wirtschaft und Ökonomie (2)

Formaler Wirtschaftsbegriff:

„Economics is the science which studies human behavior as a relationship between ends and scarce means which have alternative uses“

(Lionel C. Robbins 1931)

Wirtschaftliche Grundzusammenhänge

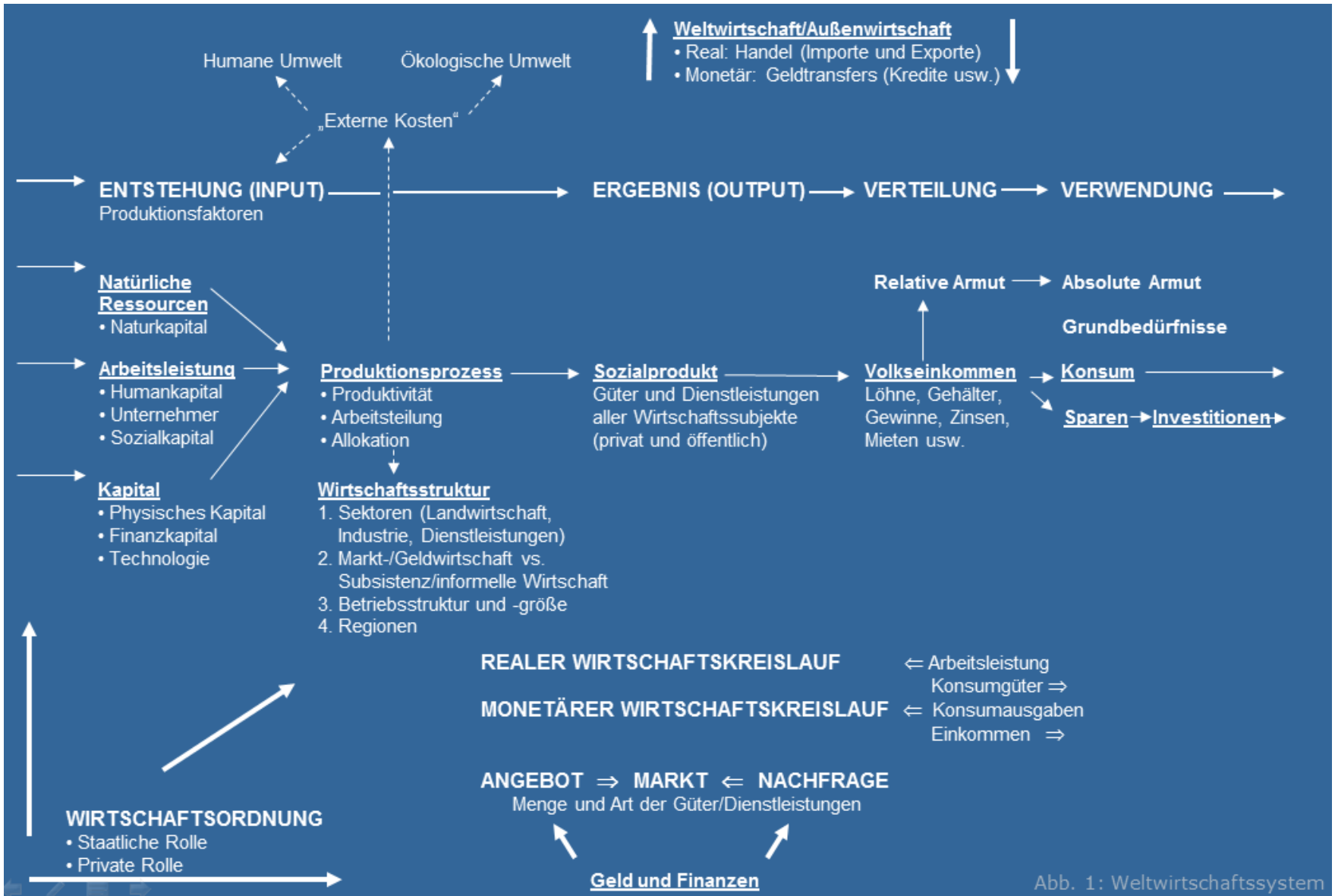


Abb. 1: Weltwirtschaftssystem

Modelle der Zuordnung von Ethik und Ökonomie

- 1) **Ökonomik als Ausgangsparadigma**
- 2) **Ethik als Ausgangsparadigma**
- 3) **Komplementäre Zuordnung von Ethik und Ökonomie**

Modelle der Zuordnung von Ethik und Ökonomie

Begriff von Wirtschaftsethik ausgehend von Ökonomik

Moralökonomik / Ethik mit ökonomischer Methode:

„Wirtschaftsethik (bzw. Unternehmensethik) befasst sich mit der Frage, welche moralischen Normen und Ideale unter den Bedingungen der modernen Wirtschaft und Gesellschaft (von den Unternehmen) zur Geltung gebracht werden können.“

(Homann/Blome-Drees 1992, 14)

Modelle der Zuordnung von Ethik und Ökonomie

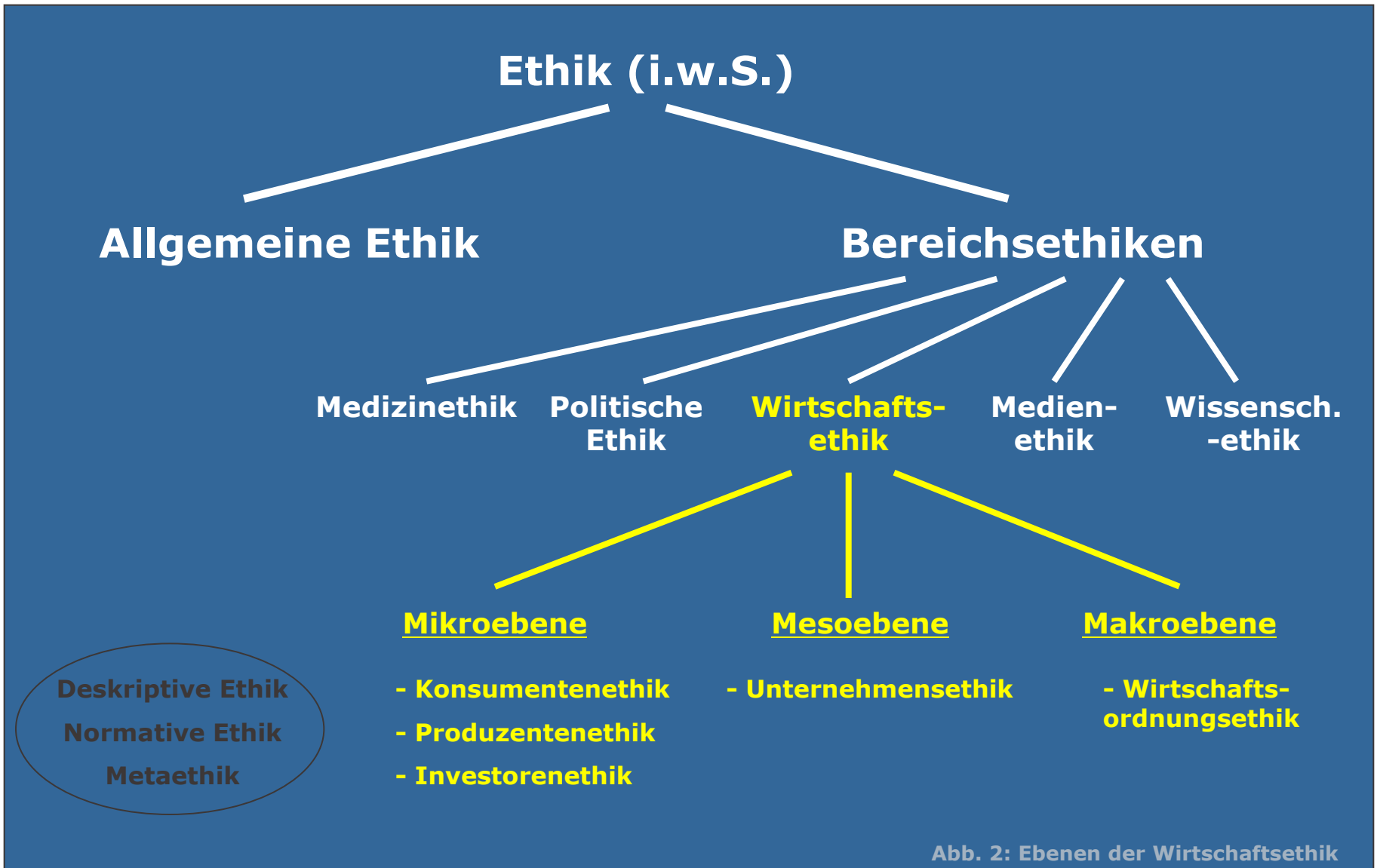
Begriff von Wirtschaftsethik ausgehend von Ethik

Vernunftethik des Wirtschaftens:

„Wirtschaftsethik als systematische Reflexion des Verhältnisses von ökonomischer Sachlogik und ethischer Vernunft“

(Peter Ulrich 1998, 12)

Wirtschaftsethik als Bereichsethik mit verschiedenen Ebenen



Aufgaben der Wirtschaftsethik

Komplementäre Zuordnung von Ethik und Ökonomie

- 1) Erklärung und sozialetische Würdigung der ökonomischen Logik
- 2) Aufdecken des normativen Gehalts ökonomischer Theorien
- 3) Orientierung und Begründung normativer Kriterien

Sozialethische Würdigung von Markt und Wettbewerb

Grundentscheidung für freiheitliche Marktordnung

- hohe Leistungsfähigkeit freiheitlicher Marktordnung
(Effizienz von Konkurrenz und Wettbewerb)
- ethischer Eigenwert freiheitlicher Marktordnung
(Tausch als soziale Interaktion)

Sozialethische Würdigung von Markt und Wettbewerb

Grenzen der ethischen Rechtfertigung von Markt und Wettbewerb

1) Diskrepanz zwischen ökonomischer Wirklichkeit und ökonomischer Idealtheorie

Modellannahmen eines vollkommenen Marktes:

- homogene und vollständig substituierbare Güter
- vollständige Konkurrenz
- vollständige Transparenz

Sozialethische Würdigung von Markt und Wettbewerb

Grenzen der ethischen Rechtfertigung von Markt und Wettbewerb

2) Verschiedene Formen von systematischem Marktversagen

a) Schutz und Bereitstellung öffentlicher Güter

- Öffentliche Güter:
Nicht-rivalisierend und nicht-exklusiv
- Individueller und kollektiver Nutzen öffentlicher Güter
(positive externe Effekte)
- Mischformen privater und öffentlicher Güter

Sozialethische Würdigung von Markt und Wettbewerb

Grenzen der ethischen Rechtfertigung von Markt und Wettbewerb

2) Verschiedene Formen von systematischem Marktversagen (2)

- Mischformen privater und öffentlicher Güter

	Rivalität im Konsum	Nicht-Rivalität im Konsum
Exklusivität im Konsum	Private Güter	Meritorische Güter
Nicht-Exklusivität im Konsum	„Common-Pool“-Güter	Reine öffentliche Güter

- „Tragik der Allmende“ bzw. „Trittbrettfahrer-Problematik“

Sozialethische Würdigung von Markt und Wettbewerb

Grenzen der ethischen Rechtfertigung von Markt und Wettbewerb

2) Verschiedene Formen von systematischem Marktversagen

b) Informationsungleichgewichte

- Verletzung des Transparenzgebots (Finanzbereich, Werbung)

c) Marktzugang und Kontrolle wirtschaftlicher Macht

- Bedürfnis versus kaufkräftiger Nachfrage
- Sicherung des Wettbewerbs

❖ Bedarf an Ordnungspolitik zur Korrektur von Marktversagen

Ansätze der Wirtschaftsethik

Wirtschaftsethik als Moralökonomik

- **Ökonomische Zweck-Mittel-Rationalität als Ausgangspunkt (wirtschafts-)ethischer Begründung (David Gauthier, James M. Buchanan, Karl Homann)**

Hintergrund dafür:

- methodischer Individualismus
- ökonomisches Verhaltensmodell
- libertäre Vertragstheorie

Grundlegende These der individualistisch-rationalen Moraltheorie:
Moral wird auf wohlverstandenes Eigeninteresse der Individuen zurückgeführt

Wirtschaftsethik als Moralökonomik

Grundargumentation der Moralökonomik

- Ableitung normativer Kategorien aus dem instrumentellen Rationalitätsverständnis der Ökonomie
- Ökonomik als spezifische Methode der Vorteilskalkulation
- Wirtschaftsethik eingebettet in umfassendes Programm der „Neuen Interaktionsökonomik“: Vom persönlichen Vorteilsstreben zur Kooperation zum gegenseitigen Vorteil

Wirtschaftsethik als Moralökonomik

Grundargumentation der Moralökonomik

Weitreichende Konsequenzen für Verständnis von Moral:

- Zugang zur Moral soll nicht gegen, sondern durch die ökonomische Vorteilskalkulation eröffnet werden
- Übersetzung von moralischen Normen in Vorteilskalküle (terms of economics)
- Schwerpunkt liegt auf „Implementierungsdiskurs“

Konzeption der Moralökonomik als Ordnungs- und Anreizethik

- Spielmetapher mit „Spielregeln“ und „Spielzügen“
- Homo-Oeconomicus-Modell als problemadäquates Analyseinstrument für alternative institutionelle Arrangements
- Motivation der Regeleinhaltung erwächst aus der Aussicht auf längerfristig größeren Eigennutz

Wirtschaftsethik als Moralökonomik

Spieltheorie und ihre Erklärung sozialer Dilemmasituationen

Spieltheorie zur modellhaften Erklärung sozialer Interaktionen

- Erfolgsorientierung einzelner Akteure bzw. „Spieler“ wechselseitig miteinander verknüpft

Zwei grundlegende **Annahmen**:

- CKR – Common Knowledge of Rationality: Jeder Spieler handelt zweckrational und geht davon aus, dass auch alle anderen Mitspieler zweckrational handeln
- CAB – Consistent Alignment of Beliefs: Rationale Spieler ziehen aus den ihnen zur Verfügung stehenden Informationen jeweils den selben Schluss

Spieltheorie und ihre Erklärung soz. Dilemmasituationen

Gefangenendilemma (Tucker, Albert: 1950):

Zwei Untersuchungsgefangene – A und B – werden vor Haftrichter geführt und wollen ihre Haftstrafe minimieren.

Mögliche Strategien

- Straftat leugnen
- Straftat gestehen

A/B	leugnen	gestehen
leugnen	2,2	20,0
gestehen	0,20	10,10

- Lösung: Beiderseitiges Gestehen
- Soziales Dilemma: Individuelles vs. kollektives Optimum
- “Trittbrettfahrer-Problematik”: Anreiz zur Ausbeutung der Kooperationsbereitschaft Anderer
- Zwangsbewährter Vertrag zur Sicherung der Kooperation

Wirtschaftsethik als Moralökonomik

Kritische Würdigung der Moralökonomik

- Symmetrie versus Asymmetrie der Ausgangsverteilung?
- Implementierungs- und/oder Begründungsdiskurs?
- Unzureichende Berücksichtigung der notwendigen Ergänzung der Strukturenethik durch die Individualethik
- Lösung des „Trittbrettfahrerproblems“ erfordert rechtlich verbindliche Vereinbarung
- Kluft zwischen Recht und Moral
- Fragwürdiger Prozess der Regelbildung: Absoluter Vorrang eines uneingeschränkten Eigentumsrechts und unangefochtene Legitimierung des Status-Quo
- Unzureichende Berücksichtigung der existentiellen Interessen nachfolgender Generationen

Integrative Wirtschaftsethik auf der Basis der normativen Logik der Zwischenmenschlichkeit (P. Ulrich)

Moralität als Grunddisposition des Menschen

- Stellung nehmen als Beziehen eines gedanklichen „Standpunkts“, von dem unser eigenes Handeln und das anderer Personen in moralischen Kategorien beurteilt werden kann.
- „Moralität als unabweisbarer Selbstanspruch des Menschen als eines Subjekts, das sich als prinzipiell frei und autonom begreift“ (P. Ulrich)
- ❖ Ideen der Freiheit und der Moralität untrennbar miteinander verknüpft

Integrative Wirtschaftsethik

Übergang von ökonomischer Zweck-Mittel-Rationalität zur Vernunftftrationalität

Normative Logik der Zwischenmenschlichkeit als normativer Standpunkt (P. Ulrich)

- 1) Verletzlichkeit und Schutzbedürftigkeit der humanen Subjektqualität als anthropologische Wurzel der Moralität
- 2) Fähigkeit zum gedanklichen Rollentausch
- 3) Zwischenmenschliche Reziprozität der moralischen Ansprüche und Rechte
- 4) Die rationale Verallgemeinerbarkeit des moralischen Reziprozitätsprinzips

Sozialökonomische Rationalität als regulative Idee

Integration zweier unterschiedlicher Rationalitätsverständnisse der Moderne:

Vorrang der

- normativen Logik der Zwischenmenschlichkeit
vor dem
 - Ökonomische Zweck-Mittel-Rationalität
- ❖ Primat der Ethik und der Politik entspricht instrumentelles
Marktverständnis

Harmonisierungsinstanz

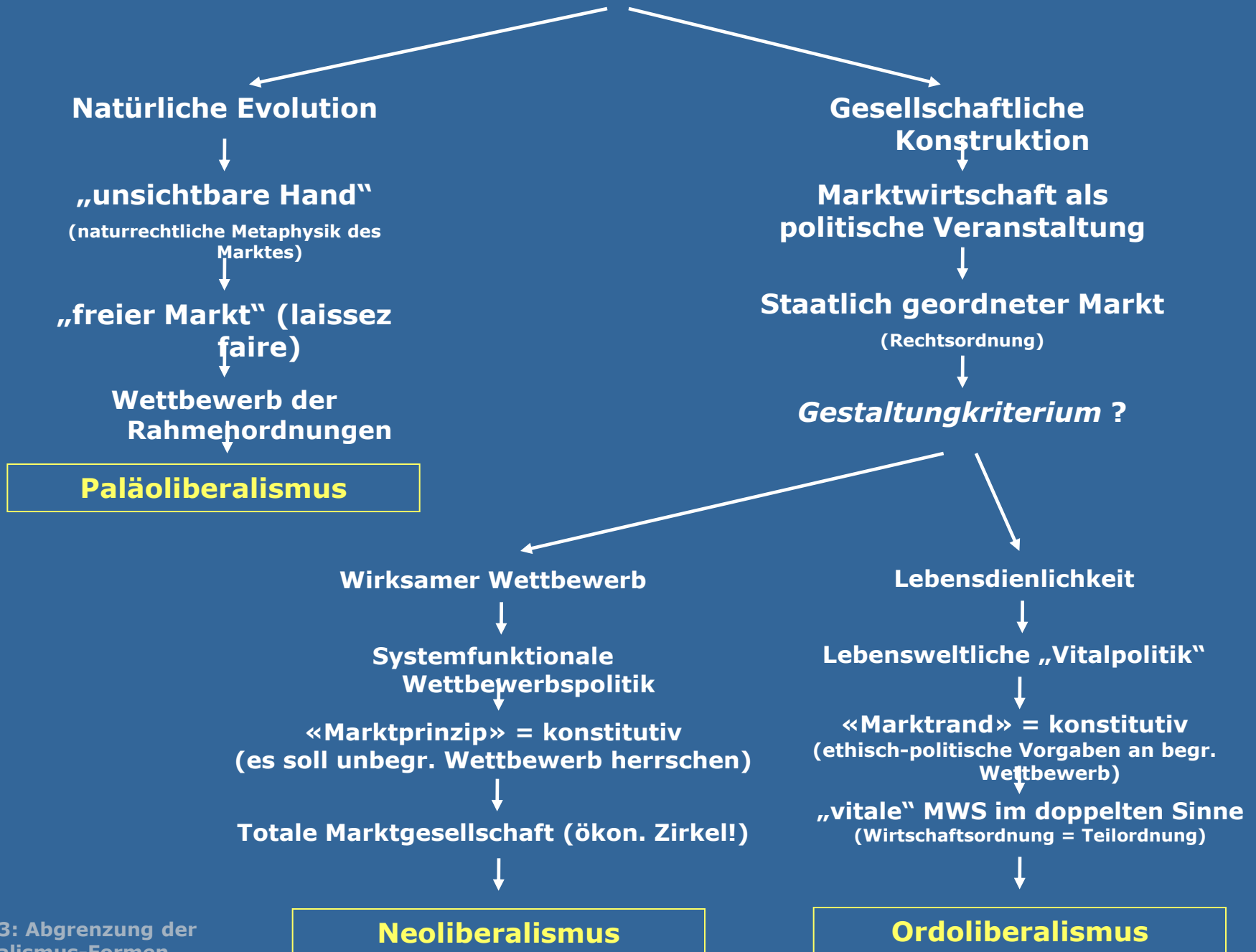


Abb. 3: Abgrenzung der
Liberalismus-Formen

Zwei Grunddimensionen lebensdienlichen Wirtschaftens

<p>Sinnfrage:</p> <p><i>Welche Werte sind zu schaffen?</i></p> <ul style="list-style-type: none">- lebenspraktisch sinnvolles Wirtschaften <p><i>Wie wollen wir in Zukunft leben?</i></p> <ul style="list-style-type: none">- kulturelle Motive: attraktive Lebensform <p><i>Ist unser Wirtschaften uns selbst zuträglich?</i></p> <ul style="list-style-type: none">- gutes Leben/Wirtschaften (individuelle Lebensqualität) <p>Primat der Lebenswelt vor dem „Eigensinn“ des ökonomischen Systems (Erfüllungsrichtung)</p>	<p>Legitimationsfrage:</p> <p><i>Für wen sind Werte zu schaffen?</i></p> <ul style="list-style-type: none">- gesellschaftlich legitimes Wirtschaften <p><i>Wie sollen wir zusammenleben?</i></p> <ul style="list-style-type: none">- soziale Regeln: wohlgeordnete Gesellschaft <p><i>Ist unser Wirtschaften gegenüber allen vertretbar?</i></p> <ul style="list-style-type: none">- gerechtes Zusammenleben (soziale Lebensqualität) <p>Primat der Politik vor den „Sachzwängen“ des Marktes (normative Voraussetzungen)</p>
--	---

Quelle: P. Ulrich, Integrative Wirtschaftsethik, 205

Gliederung der Vorlesung

1. Einführung in die Wirtschaftsethik
2. Unternehmensethik im Kontext der Globalisierung

Gliederung der Vorlesung

1. Einführung in die Wirtschaftsethik
2. Unternehmensethik im Kontext der Globalisierung

Teil 2: Unternehmensethik im Kontext der Globalisierung

Globalisierung verändert Rahmenbedingungen für unternehmerisches Handeln

- Globalisierung (technologisch, politisch) schafft zusätzliche unternehmerische Handlungsspielräume

Transnationale Unternehmen als Impulsgeber der Globalisierung

- Rapides Wachstum ausländischer Direktinvestitionen
- TNU und veränderte Struktur weltwirtschaftlicher Arbeitsteilung

2 UNTERNEHMENSETHIK IM KONTEXT DER GLOBALISIERUNG

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

- 2.1 Begriffliche und inhaltliche Bestimmungen zu Corporate Social Responsibility (CSR)
- 2.2 Begründung gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung
- 2.3 Instrumente gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung

2.1 Begriffliche und inhaltliche Bestimmungen zu CSR

Verstärkter Ruf nach gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung

Inflationärer und häufig unscharfer Gebrauch von

- Corporate Social Responsibility (CSR)
- Corporate Citizenship (CC)

was sich bezieht auf ...

- Inhalt,
- Wirkungsbereich,
- Begründung
- Instrumente zur konkreten Umsetzung

2.1 Begriffliche und inhaltliche Bestimmungen zu CSR

Stakeholder versus Shareholder

Stakeholder (Anspruchsberechtigter bzw. Interessenvertreter):

Individuen oder gesellschaftliche Gruppen, die von Aktivitäten des Unternehmens beeinflusst werden, werden können oder Einfluss auf Unternehmen haben.

Shareholder: Anteilseigner des Unternehmens

2.1 Begriffliche und inhaltliche Bestimmungen zu CSR

Strukturierung gesellschaftlicher Erwartungen

Identifikation konkreter Stakeholder, denen gegenüber eine gesellschaftliche Verantwortung besteht



Quelle: Pommerening, Thilo: Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Eine Abgrenzung der Konzepte von Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship

<http://freenet.homepage.de/worldone/Download/Pommerening2005.pdf>

2.1 Begriffliche und inhaltliche Bestimmungen zu CSR

Strukturierung gesellschaftlicher Erwartungen

Unterschiedliche Grund-
auffassungen von CSR und CC

Abgrenzung beider Konzepte
nach Wirkungsbereich der
Unternehmensverantwortung

- eigentliche
Geschäftstätigkeit:
- unternehmerisches
Engagement darüber
hinaus: Sponsoring,
gemeinnützige Stiftung etc.



2.1 Begriffliche und inhaltliche Bestimmungen zu CSR

CSR und CC in Europa

CSR als „ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren“ (EU-Kommission)

CC als „bürgerschaftliches Engagement von Unternehmen“:

Quelle: Pommerening 2005, 22.

2.1 Begriffliche und inhaltliche Bestimmungen zu CSR

CC und CSR und in den USA

„Corporate citizenship can be defined as the ways in which a company’s strategies and operating practices impact stakeholders and nature, that is, how the business model or ways of doing business affect society in general.“ (Waddock 2006, 148)

„Corporate Social Responsibility“ can be contrasted with Corporate citizenship, which involves a company’s explicit efforts to benefit society directly, which in some cases may have little to do with the business model or practices“ (ebd.).

2.2 Begründung gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung

CSR als strategisches Konzept (1)

(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“)

2.2 Begründung gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung

CSR als strategisches Konzept (2)

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

- Neben Ansprüchen der Anteilseigner müssen auch Interessen anderer Stakeholder berücksichtigt werden
- Maßstab dafür: Inwieweit sind Stakeholder in der Lage, Unternehmenserfolg zu beeinflussen oder zu gefährden?
- Anknüpfung zur Unternehmensethik als Moralökonomik

2.2 Begründung gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung

CSR als strategisches Konzept (3)

„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)

2.2 Begründung gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung

CSR als strategisches Konzept (4)

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)

2.2 Begründung gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung

Normativ-kritische Stakeholder-Interpretation

- Umfassende Verständigung mit allen Anspruchsträgern, unabhängig davon, ob Stakeholder über Sanktionsmacht verfügen oder nicht
- Moralischer Standpunkt: Regulative Idee der sozialökonomischen Rationalität (vgl. P. Ulrich)
- Erst eine umfassende Verständigung mit allen Anspruchsträgern sichert die ethische Legitimität und ein stabiles unternehmenspolitisches Verständigungspotenzial, was einen fundamentalen Unterschied zur bloßen Akzeptanzsicherung unternehmerischen Handelns markiert.

2.2 Begründung gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung

Republikanische Unternehmensethik

- Republikanisches Politikmodell mit doppeltem Rollenverständnis der Bürger („Corporate Citizens“) als „Privatbürger“ und „Staatsbürger“
- „Gemeinsames Interesse“ nicht als bloße Aggregation von Einzelinteressen, sondern bestimmt durch kommunikativen Prozess
- Unternehmensethik als Beitrag zur Erhaltung und Ergänzung der Rahmenordnung
- Unternehmen als Träger von Rechten und Pflichten in der politischen Gemeinschaft

2.2 Begründung gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung

Corporate Citizenship-Ansatz von Matten & Crane

- Unternehmen als Garanten von Bürger- bzw. Menschenrechten
- Respektierung, Schutz und Gewährleistung von Menschenrechten
- Moralische Pflichten und/oder verbindliche Gesetze?
- Unternehmen als partielle Völkerrechtssubjekte?
- Offene Fragen: „Complicity“ und „Spheres of influence“

2.3 Instrumente gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung

Gesellschaftliche Verantwortung zwischen Freiwilligkeit und Zwang

- Gesetzliche Vorschriften derzeit schwierig
- „Corporate Social Responsibility“ als neue Form politischer Steuerung (Lernprozesse, Vertrauensbildung)
- Rechtliche Unverbindlichkeit freiwilliger Verhaltenskodizes
- Unternehmerische Initiativen divergieren sowohl in ihrer inhaltlichen Substanz als auch im Grad an Verbindlichkeit
- Überzeugung und/oder Reaktion auf öffentlichen Druck?
- Pragmatische Strategie: Freiwillige Instrumente nutzen und verbessern

2.3 Instrumente gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung

Selbstverpflichtung und rechtlich verbindliche Regeln müssen sich ergänzen

Report des Sonderbeauftragten des Generalsekretärs der VN für
Wirtschaft und Menschenrechte vom 28.3.2007

- 1) Staatliche Schutzpflicht vor Menschenrechtsverletzungen
- 2) Steuerungsmechanismen jenseits von Nationalstaaten (vgl. Alien Tort Claims Act der USA)
- 3) Dynamische Rechtsentwicklungen im Völkerrecht (TNU als partielle Völkerrechtssubjekte)
- 4) Multistakeholder-Initiativen
- 5) Codes of Conduct