

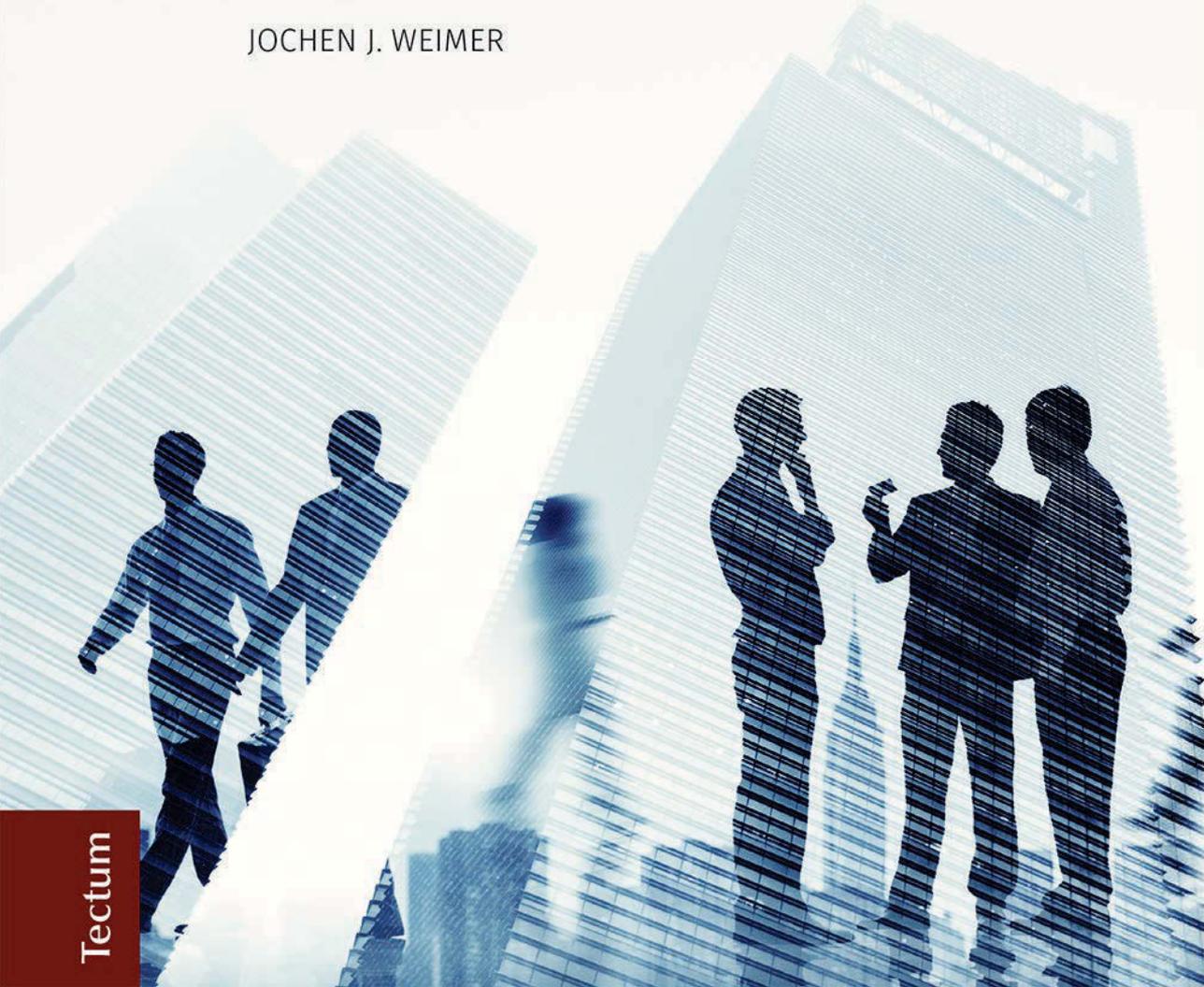
Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag
Reihe: Philosophie

Band 26

ÖKONOMISCHE HERMENEUTIK

UNTERNEHMEN VERANTWORTLICH FÜHREN

JOCHEN J. WEIMER

The background of the cover features a low-angle, upward-looking view of several modern skyscrapers with glass facades. In the foreground, the silhouettes of several business professionals are visible. On the left, two people are walking towards the right. In the center, a person is blurred, suggesting movement. On the right, three people are standing and talking. The overall color palette is light blue and white, with the silhouettes in dark blue/black.

Tectum

Wissenschaftliche Beiträge
aus dem Tectum Verlag
Reihe Philosophie

Wissenschaftliche Beiträge
aus dem Tectum Verlag

Reihe: Philosophie
Band 26

Jochen J. Weimer

Ökonomische Hermeneutik

Unternehmen verantwortlich führen

Tectum Verlag

Jochen J. Weimer

Ökonomische Hermeneutik. Unternehmen verantwortlich führen

Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag

Reihe: Philosophie; Bd. 26

© Tectum Verlag Marburg, 2016

Zugl. Diss. Johannes Gutenberg-Universität Mainz, 2016

ISBN: 978-3-8288-6554-9

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Buch unter
der ISBN 978-3-8288-3812-3 im Tectum Verlag erschienen.)

Umschlagabbildung: shutterstock.com © Rawpixel.com

Autorenfoto: © Enrico Bosten

Satz, Layout, Umschlaggestaltung: Mareike Gill | Tectum Verlag

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet

www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind im
Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

„Auf alles zu hören, was uns etwas sagt, und es uns gesagt sein zu lassen, darin liegt der hohe Anspruch, der an jeden Menschen gestellt ist. Sich für sich selbst daran zu erinnern ist eines jeden eigenste Sache. Es für alle und für alle überzeugend zu tun ist die Aufgabe der Philosophie.“

Gadamer, Die Aufgabe der Philosophie.

Danksagung

Die vorliegende Publikation will einen innovativen philosophischen Beitrag zur wissenschaftlichen Diskussion um die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen leisten. Sie verdankt ihr Entstehen einer intensiven Beschäftigung und Auseinandersetzung mit dem Themenfeld sowie der fachlichen und menschlichen Unterstützung einiger Personen, die an dieser Stelle eine besondere Erwähnung verdienen. So gilt mein Dank zunächst Professor Stephan Grätzel, der meinen philosophischen Werdegang in entscheidender Weise beeinflusst und das Dissertationsprojekt an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz als Betreuer maßgeblich unterstützt hat. Mein akademischer Dank richtet sich auch an den korreferenten Professor Volker Hentschel sowie an Professor Marco Meneguzzo, durch den mein Aufenthalt als Austauschdoktorand am ‚Dipartimento di studi d’impresa, governo e filosofia‘ an der Università degli Studi di Roma ‚Tor Vergata‘ ermöglicht wurde. Persönlich danken möchte ich meinen Eltern Renate und Wolfgang sowie meinem Bruder Sebastian, die in der Zeit meines Romaufenthaltes in unserem Familienunternehmen Außergewöhnliches geleistet haben. Die Offenheit und Vertrautheit wahrer Freundschaft hat mich in herausfordernden Momenten darin bestärkt, das akademische Vorhaben weiter und zu Ende zu führen. Hierfür danke ich meinen Freunden Enrico Bosten und Rocco Morrone. Ein Dank für kurzweilige philosophische Stunden geht an Tina, Florian, Giovanni, Ingo und Max. Dass aus dem Doktorandenkolloquium ein illustrier Philosophenkreis hervorgegangen ist, hat das Promotionsprojekt für mich im Rückblick noch wertvoller werden lassen. Für die Gesamtgestaltung der Publikation danke ich Mareike Gill vom Tectum Verlag. Mein besonderer Dank gilt auch Charlotte Kettner und Professor Rudolf Schopf.

Jochen J. Weimer

Mainz, im Juli 2016

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XIII
1 Einleitung	1
1.1 Hintergrund, Kernthese und Forschungsfragen	1
1.2 Kurze inhaltliche Skizze der folgenden Kapitel	7
2 Die Theorie der Unternehmung in den modernen Wirtschaftswissenschaften und unternehmensethische Erweiterungsansätze.	13
2.1 Methodologische Grundlagen der modernen Wirtschaftswissenschaften	13
2.2 Die neoklassische Theorie der Unternehmung	16
2.3 Warum existieren Unternehmen? – The nature of the firm.	18
2.4 Die institutionenökonomische Unternehmenstheorie – das Unternehmen als Kooperationsprojekt	20
2.4.1 Der Property-Rights-Ansatz	20
2.4.2 Der Principal-Agent-Ansatz	22
2.4.3 Der Transaktionskostenansatz von Oliver E. Williamson	24
2.5 Unternehmensethik als Institutionenethik – der governanceethische Ansatz	26
2.6 Evolutorische Ökonomik – die Unternehmung als Ressourcenprojekt.	31
2.7 Unternehmensethik als Individual- und Institutionenethik – der handlungstheoretische Ansatz	35
2.8 Vorüberlegungen zur Konzeption einer ökonomischen Hermeneutik als komplementäre philosophische Ergänzung der vorgestellten unternehmensethischen Ansätze	40

3	Konstituenten gesellschaftlicher Verantwortung, Implementierungsansätze und Nachhaltigkeitsberichterstattung	43
3.1	Nachhaltigkeit – Begriffsursprung und Begriffsentwicklung	44
3.1.1	Nachhaltigkeit als globales Entwicklungsleitbild im Brundtland-Bericht ...	46
3.1.2	Kritische Würdigung des Brundtland-Berichts und das Konzept der nachhaltigen Wirtschaftsweise von Nutzinger und Radke	48
3.2	Corporate Social Responsibility (CSR)	51
3.2.1	CSR-Definitionen der Europäischen Kommission	55
3.2.2	Das CSR-Reifegradmodell und Entwicklungsperspektiven des CSR-Konzeptes	59
3.3	Integrität und Compliance	62
3.4	International anerkannte Grundsätze und Leitlinien	66
3.4.1	Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen	67
3.4.2	Der UN Global Compact	68
3.4.3	Die DIN ISO 26000	69
3.4.4	Die Dreigliedrige Grundsatzerklärung des Internationalen Arbeitsamtes (IAA)	74
3.4.5	Die UN Guiding Principles on Business and Human Rights	75
3.5	Kommunikation und Nachhaltigkeitsberichterstattung (Reporting)	77
3.5.1	Bedeutung und Formen der Kommunikation	77
3.5.2	Reporting am Beispiel der Global Reporting Initiative (GRI)	80
4	Gadammers philosophische Hermeneutik als Grundlage der ökonomischen Hermeneutik	83
4.1	Die Wahrheitsfrage und das Verstehen in den Geisteswissenschaften	83
4.2	Verstehen als natürliche Fähigkeit des Menschen	90
4.3	Geschichtlichkeit des Verstehens als hermeneutisches Prinzip	92
4.4	Der Modellcharakter der aristotelischen Phronesis für die in der hermeneutischen Aufgabe gelegenen Probleme	96

4.5	Bedingungen und Struktur des Verstehens und der hermeneutischen Erfahrung . . .	98
4.6	Die Relevanz der Sprache im Kontext einer hermeneutischen Ontologie	103
5	Die ökonomische Hermeneutik – Verstehen hört nicht auf, wo Wirtschaft anfängt	107
5.1	Giambattista Vico – Antonio Genovesi – Hans-Georg Gadamer. Parallelen und Berührungspunkte im Reflektieren über Hermeneutik und Ökonomie	107
5.2	Argumente gegen eine Trennung von menschlich-verstehender und wirtschaftlicher Existenz	114
5.3	Hermeneutische Kompetenzen im Kontext der Kompatibilisierung von Gewinn und Moral	120
5.4	Begriffsdefinitionen zur ökonomischen Hermeneutik	125
6	Erfolgspotentiale und Erfolgsmessung einer gesellschaftlich verantwortlichen Unternehmensführung – auch aus hermeneutischer Perspektive	127
6.1	Der Business Case „CSR“ – eine Typologisierung	127
6.1.1	Theoretische Konzepte zum Business-Case-Typ „Risikoreduktion“	131
6.1.2	Das Shared-value-Prinzip von Porter und Kramer als Beispiel für den Business-Case-Typ „Synergistische Wertschöpfung“	134
6.2	Der Business Case „ökonomische Hermeneutik“	138
6.2.1	Der Business-Case-Typ „Sinnerfüllung“	139
6.2.2	Der Business-Case-Typ „Unternehmenskultur“	144
6.2.3	Der Business-Case-Typ „Vertrauensaufbau“	150
6.3	Überlegungen zu einem ganzheitlichen Business Case nachhaltiger gesellschaftlicher Wertschöpfung	154
6.4	Corporate Social Performance Measurement	157
6.4.1	Der Begriff der Corporate Social Performance und grundsätzliche Überlegungen zu dessen Measurement	157
6.4.2	Erweiterungsansätze zur Balanced Scorecard	161

6.4.3	Das Konzept des „Performance Prism“	168
6.4.4	Abschließende Überlegungen zum Measurement der Corporate Social Performance aus Perspektive der ökonomischen Hermeneutik	172
7	Die ökonomische Hermeneutik als praktischer Stakeholder-Ansatz	175
7.1	Der Stakeholder-Ansatz	175
7.2	Aspekte und Differenzierungskriterien der Stakeholdertheorie	178
7.3	Stakeholderidentifikation	181
7.4	Normative Überlegungen zu einer „Shared-Value-Stakeholdertheorie“	183
7.5	Der Beitrag der ökonomischen Hermeneutik zum Shared-Value-Stakeholder- Ansatz und zu einer gesellschaftlich verantwortlichen Unternehmensführung... ..	186
8	Schlussfolgerungen und Forschungsperspektiven	191
	Literaturverzeichnis	XV
	Internetquellen	XXVII

Abkürzungsverzeichnis

CFP	Corporate Financial Performance
CSP	Corporate Social Performance
CSR	Corporate Social Responsibility
GC	United Nations Global Compact
GRI	Global Reporting Initiative
IAA	Internationales Arbeitsamt
ILO	International Labour Organization
ISO	International Organization for Standardisation
KMU	Kleine und mittlere Unternehmen
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
SBSC	Sustainability Balanced Scorecard
UNEP	United Nations Environment Programme

1 Einleitung

1.1 Hintergrund, Kernthese und Forschungsfragen

Unternehmensskandale, Gehaltsexzesse und die immer noch anhaltende Wirtschafts- und Finanzkrise haben das gesellschaftliche Vertrauen in Manager¹, Unternehmen und die Marktwirtschaft gemindert. Dass das marktwirtschaftliche System seit Jahren zunehmend an gesellschaftlicher Akzeptanz verliert ist besorgniserregend, da bisher kein alternatives Wirtschaftssystem bekannt ist, welches in der Lage wäre die Koordination des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Zusammenlebens so zu gestalten, dass die Versorgung von Milliarden von Menschen mit Gütern und Dienstleistungen in Aussicht gestellt werden kann.² Der angesprochene Prozess der *Vertrauenserosion* stimmt allerdings nicht nur aufgrund des Fehlens einer wirklichen Alternative zum marktwirtschaftlichen System nachdenklich, sondern auch aufgrund der Tatsache, dass im globalen Zeitalter die Komplexität des Wirtschaftsgeschehens durch Ausdifferenzierung und Digitalisierung zugenommen hat und der *Bedarfan Vertrauen* zur Komplexitätsreduktion somit gestiegen ist. Vertrauen ist des Weiteren eine wesentliche Voraussetzung für die *Kooperation mit Stakeholdern*³, deren Ansprüche ebenfalls an Ausmaß gewonnen haben und die es zu erfüllen gilt, wie das folgende Zitat Beschorners zeigt:⁴

„Die sich generell durchsetzende Einsicht besteht darin, dass Unternehmen nicht nur in Marktstrukturen, sondern auch in ein Beziehungsgeflecht

1 Lediglich aus sprachökonomischen und stilistischen Gründen werden in der Arbeit primär die männlichen Rollen- und Berufsbezeichnungen genutzt. Eine geschlechterspezifische Wertung ist daher an keiner Stelle beabsichtigt.

2 Vgl. Suchanek, Andreas; Lin-Hi, Nick (2010): Gute und verantwortungsvolle Unternehmensführung als Zusammenarbeit zum gegenseitigen Vorteil. In: Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik (Hrsg.). Diskussionspapier 2010-3, S. 1–13, dort S. 2–6.

3 Zur Definition des Begriffs des Stakeholders siehe Kapitel 7.1.

4 Vgl. von Broock, Martin; Suchanek, Andreas (2009): Investitionen in den Faktor Vertrauen. In: Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik (Hrsg.). Diskussionspapier 2009-3, S. 1–19, dort S. 2–3. Vgl. auch die Ausführungen unter 6.2.3.

nichtmarktlicher Anspruchsgruppen eingebunden sind und die von diesen erhobenen Ansprüche – aus strategischen Gründen – ebenso erfüllen müssen wie die der Marktteilnehmer.“⁵

Auch Maak betont im Kontext seiner Überlegungen zum *Responsible Leadership*, dass Unternehmen und ihre Führungskräfte in zunehmendem Maße von vielfältigen Stakeholdern und von der Gesellschaft für ihr Handeln und Nicht-Handeln zur Rechenschaft gezogen werden und dass von *Corporate Leaders* erwartet wird, ihre Organisation so auszurichten, dass diese einen Beitrag zu einer nachhaltigen Zukunft leisten kann.⁶ Hiermit deutet sich bereits an, dass die Handlungsbedingungen von Menschen und Unternehmen nicht durch ein rein ökonomisches Gewinnprinzip charakterisiert werden können. Vielmehr sind die Handlungsbedingungen auch durch gesetzliche Regelwerke sowie von kulturellen und moralischen Standards beeinflusst⁷, die in den modernen Wirtschaftswissenschaften, welche insbesondere durch die *neoklassische Ökonomie* geprägt sind, üblicherweise keine Berücksichtigung finden:

“The methodological individualism of neoclassical economics teaches that human beings always seek to maximize their own interest, and that this interest is invariably economic. Hence, a two-fold reduction is effected: that of interest to self-interest, and that of self-interest to economic self-interest.”⁸

Auf die problematischen Folgen des an dieser Stelle angesprochenen *methodologischen Individualismus* weist unter anderem Dierksmeier hin, indem er erläutert, dass dadurch eine simplifizierte Wahrnehmung sozioökonomischer Realitäten erzeugt wird. Des Weiteren spricht er die Ausblendung außerökonomischer und nicht quantifizierbarer Einflussfaktoren der Ökonomie kritisch an, da hierdurch falsche Schlussfolgerungen für die Wirtschaftspolitik und die Unternehmenspraxis gezogen würden.⁹ Ghoshal geht sogar noch einen Schritt weiter, wenn er so formuliert:

5 Beschorner, Thomas (2002): *Ökonomie als Handlungstheorie*. Marburg: Metropolis Verlag, S. 209–210.

6 Maak, Thomas (2007): *Responsible leadership, stakeholder engagement, and the emergence of social capital*. *Journal of Business Ethics*, 74, S. 329–343, dort S. 329 und S. 340.

7 Vgl. Beschorner (2002), a.a. O., S. 134.

8 Fontrodona, Joan; Sison, Alejo José G. (2006): *The nature of the firm, agency theory and shareholder theory: a critique from philosophical anthropology*. *Journal of Business Ethics*, 66, S. 33–42, dort S. 37.

9 Vgl. Dierksmeier, Claus (2011): *The freedom-responsibility nexus in management philosophy and business ethics*. *Journal of Business Ethics*, 101, S. 263–283, dort S. 272 und S. 276.

“Nothing is as dangerous as a bad theory. I have so far developed the proposition that bad management theories are, at present, destroying good management practices.”¹⁰

Insbesondere an der Tatsache, dass Managementtheorien durch das pessimistische Modell des Menschen als ausschließlich selbstinteressiertes Wesen geprägt sind, obwohl sowohl der *Common Sense* als auch die empirische Evidenz das Gegenteil nahelegen, nimmt Ghoshal Anstoß. Er zeigt darüber hinaus auf, dass es vor allem ideologische Gründe sind, die dazu führen, dass Wirtschaft wissenschaftlich mit Hilfe eines *physikalistischen Paradigmas* behandelt wird und die es daher verhindern, dass das Themenfeld der *Corporate Governance*¹¹ mit Bezugnahme auf den *Common Sense* fundamental überdacht werden kann. Aus seinen Überlegungen folgert er unter anderem, dass es gilt, vollständigere Managementtheorien zu entwickeln, die sich von den reduktionistischen und partiellen Theorien der vergangenen dreißig Jahre unterscheiden.¹² Die *Notwendigkeit der Entwicklung neuer ökonomischer Theorien*, die den Menschen als gesellschaftlich eingebundenes Wesen mit moralischer Orientierungsfähigkeit berücksichtigen, erkennt auch Dierksmeier:

“Instead of deducing unrealistic theories from counterfactual assumptions about a hypothetical *homo oeconomicus*, economics must observe the real, socially embedded and morally oriented human being.”¹³

Dierksmeier führt in diesem Kontext weiter aus, dass die Ablösung des physikalistischen Paradigmas durch alternative Ideen ein *umfassendes Verständnis* der *conditio humana* voraussetzt, durch welches der *homo oeconomicus* zu ersetzen ist:¹⁴

10 Ghoshal, Sumatra (2005): Bad management theories are destroying good management practices. *Academy of Management Learning & Education*, Vol. 4, No. 1, S. 75–91, dort S. 86.

11 „*Corporate Governance* bezeichnet in einer Kurzformel den rechtlichen und faktischen Ordnungsrahmen für die Leitung und Überwachung eines Unternehmens.“ Werder, Axel v. (2015): *Führungsorganisation. Grundlagen der Corporate Governance, Spitzen- und Leitungsorganisation*. Wiesbaden: Springer Gabler, S. 3. Alle Hervorhebungen in Zitaten (auch im Weiteren) Hervorhebungen im Original.

12 Vgl. ebd. S. 81–87.

13 Dierksmeier, a. a. O., S. 279.

14 Vgl. ebd.

“[...] we must also replace the *homo economicus* with a comprehensive understanding of the *conditio humana* in all its facets: the interconnected dimensions of human life in relation with nature, society, and culture, the historicity of human existence, and the uncertainty and fluidity of human knowledge about themselves and their life-world.”¹⁵

Dass es sinnvoll erscheint, das atomistische Modell des *homo oeconomicus* durch Forschungsansätze zu ersetzen, oder zumindest zu ergänzen, die der *relationalen Natur des Menschen* gerecht werden¹⁶, ergibt sich auch aus den zu Beginn angesprochenen Problemlagen und Herausforderungen. Beispielsweise gilt es zu fragen, wie der Vertrauenserosion entgegengewirkt werden kann und wodurch Vertrauen in Kooperationsbeziehungen aufgebaut werden kann. Es gilt aber auch zu klären, wie Unternehmen ihre Rolle im Beziehungsgeflecht mit verschiedenen Anspruchsgruppen interpretieren und wie sie den Ansprüchen, einen *Beitrag zu einer nachhaltigen gesellschaftlichen Entwicklung* zu leisten, begegnen und gerecht werden können. Der Bedarf und Wunsch, diese Fragen zu erörtern und in der Praxis zu klären, kommt unter anderem in der in den vergangenen Jahren zunehmenden Entwicklung von teilweise *international anerkannten Grundsätzen und Leitlinien* zur Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung zum Ausdruck. Hierzu ist allerdings gleichsam anzumerken, dass durch die angesprochenen Leitfadendokumente insbesondere *Content-Wissen* zur Verfügung gestellt wird. Sie bieten demnach vor allem Antworten auf die Fragen, *wie* gesellschaftliche Verantwortung *definiert* werden kann und welche möglichen Themenfelder im Rahmen der gesellschaftlich verantwortlichen Unternehmensführung einbezogen werden sollten. *Wie* dieses Content-Wissen allerdings *vermittelt* und im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes nachhaltiger gesellschaftlicher Wertschöpfung *verstanden* werden kann, wird in den angesprochenen Grundsatz- und Leitliniendokumenten meist nicht oder nur unzureichend thematisiert. An dieser Stelle setzt das Forschungsprogramm der ökonomischen Hermeneutik an. Sein innovatives Moment soll darin bestehen zu zeigen, dass die Entwicklung *hermeneutischer Kompetenzen* und die Berücksichtigung der *natürlichen Verstehensfähigkeit des Menschen* einen erheblichen Beitrag dazu leisten können, das *Worum* und *Wozu*, das heißt den *Sinn* und das *Ziel* einer gesellschaftlich verantwortlichen Unternehmensführung zu ermitteln. Als Grundlage dient hierbei die Annahme, dass die *Universalität des Verstehens* auch im ökonomischen Kontext zu berücksichtigen ist, das heißt *Verstehen nicht aufhört, wo Wirtschaft anfängt*. Es wird daher die folgende *Kernthese* formuliert:

15 Ebd.

16 Vgl. ebd. S. 280.

Eine Trennung von menschlich-verstehender und wirtschaftlicher Existenz ist sowohl im Zusammenhang allgemeiner ökonomischer Überlegungen als auch im Kontext spezifisch unternehmensethischer Überlegungen unsachgemäß. Die Universalität des Verstehens ist im Rahmen einer gesellschaftlich verantwortlichen Unternehmensführung zu berücksichtigen.

Ließe sich die These mit Hilfe von ausgewählten Argumenten und unter Bezugnahme auf die philosophischen Überlegungen Gadamers behaupten, so könnte auch der *Separationsthese*, das heißt der These, dass ökonomische Betrachtungen von ethischen Betrachtungen zu trennen sind¹⁷, zumindest bezüglich der hermeneutischen Momente im Wirtschaften widersprochen werden. Im Spezifischen ergäben sich aus der gewonnenen Erkenntnis weitere Fragen: Können hermeneutische Kompetenzen die Kompatibilität von Gewinn und Moral fördern? Kann die Beachtung hermeneutischer Momente auch einen ökonomischen Mehrwert schaffen? Welche Bedeutung haben hermeneutische Kompetenzen im Kontext der Realisierung eines *ganzheitlichen Business Case nachhaltiger gesellschaftlicher Wertschöpfung*? Und kann hieraus sogar eine *normative Forderung der Entwicklung hermeneutischer Kompetenzen* abgeleitet werden? Welche Bedeutung besitzen hermeneutische Kompetenzen im Rahmen der Konzeption eines Performance Measurement Systems? Wodurch charakterisiert sich eine gesellschaftlich verantwortliche Unternehmensführung, die einem *Shared-Value-Stakeholder-Ansatz* gerecht werden will, und inwiefern können hermeneutische Kompetenzen dabei behilflich sein, diese Art der Unternehmensführung erfolgreich zu praktizieren?¹⁸

Neben der Behauptung der Kernthese und der Diskussion der sich daraus ergebenden Fragen werden im Verlauf der folgenden Überlegungen zwei führende Ansätze der deutschen Unternehmensethik näher betrachtet. Sowohl der *governanceethische Ansatz* Josef Wielands als auch der *handlungstheoretische Ansatz* Thomas Beschorners werden thematisiert, da sie – wie der Forschungsansatz der ökonomischen Hermeneutik – als alternative Forschungsansätze gelten und die Bedeutsamkeit moralischer Güter beziehungsweise die Möglichkeit wert-rationalen Handelns im Rahmen ihrer ökonomischen Überlegungen berücksichtigen. Im Zuge der Betrachtungen zu den angesprochenen Ansätzen gilt es zunächst, deren wissenschaftstheoretische Grundlagen darzustellen, um sie vom philosophisch-hermeneutischen Ansatz der ökonomischen Hermeneutik

17 Vgl. Harris, Jared D., Freeman, R. Edward (2008): The impossibility of the separation thesis. A response to Joakim Sandberg. *Business Ethics Quarterly*, S. 541–548, dort S. 541–542.

18 Vgl. hierzu insbesondere die Ausführungen unter 5.3, 6.2, 6.3, 6.4.4 und 7.5.

abgrenzen zu können. Gleichsam gilt es, forschungsperspektivische Anfragen aus philosophischer Sicht an beide Ansätze zu richten, um unter anderem die Frage zu erörtern, ob die ökonomische Hermeneutik eine Anschlussfähigkeit an die Forschungsansätze Wielands und Beschorners besitzt und in welcher Form sie die Ansätze komplementär ergänzen kann. Beispielsweise stellt sich bei genauerer Betrachtung des governanceethischen Ansatzes die Frage, inwiefern ethische Governancestrukturen nicht nur eingeführt werden, sondern auch im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes von den Unternehmen und ihren Mitarbeitern *verstanden* werden. Wird der handlungstheoretische Ansatz Beschorners hingegen näher betrachtet, so kommt unter anderem die Frage auf, anhand welcher regulativer Ideen sich Unternehmen weiterentwickeln sollen und wie diese regulativen Ideen *vermittelt* werden, um auf Basis eines gemeinsamen Einverständnisses über die regulativen Ideen Reflexionsprozesse initiieren zu können.¹⁹

Über die Frage nach einer möglichen komplementären Ergänzung der unternehmensethischen Ansätze Wielands und Beschorners hinaus bleibt im allgemeinen und letztendlich auch die Frage zu stellen, ob die Diskussion um eine *Redefinition der Ökonomie* belebt und erweitert werden kann, indem die *natürliche Verstehensfähigkeit* des Menschen in die Diskussion eingebracht wird. Die Vermutung liegt zumindest nahe, dass hermeneutische Kompetenzen nicht nur neue und nachhaltige Aspekte von Ökonomie, sondern auch Grenzen der Ökonomie *verständlicher* machen könnten. Denn bereits Gadamer wies darauf hin, dass es nicht nur die Wertschöpfung, sondern auch ihre *Grenzen zu verstehen* gilt:

„Denn jetzt geht es um das Ganze des Daseins des Menschen in der Natur, um die Aufgabe, die Entwicklung seines Könnens und seiner Beherrschung der Naturkräfte so in Kontrolle zu nehmen, daß die Natur durch uns nicht zerstört und verwüstet wird, sondern mit unserer Existenz auf dieser Erde zusammen erhalten bleibt. Die Natur kann nicht länger als bloßer Gegenstand der Ausbeutung gesehen werden, sie muß in allen ihren Erscheinungsformen als Partner erfahren werden, das heißt aber, sie muß als der Andere, mit dem wir zusammenleben, verstanden sein.“²⁰

19 Vgl. hierzu auch die folgenden Ausführungen unter 2.5 und 2.7.

20 Gadamer, Hans-Georg (1985): Die Vielfalt Europas – Erbe und Zukunft. In: Gadamer, Hans-Georg (1989): Das Erbe Europas. Beiträge. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, S. 7–34, dort S. 28.

1.2 Kurze inhaltliche Skizze der folgenden Kapitel

In Kapitel 2 (*Die Theorie der Unternehmung in den modernen Wirtschaftswissenschaften und unternehmensethische Erweiterungsansätze*) werden zunächst die *methodologischen Grundlagen der modernen Wirtschaftswissenschaften* dargestellt (Kapitel 2.1). Es wird versucht nachzuvollziehen, worin die Existenz eines mechanischen wissenschaftstheoretischen Ansatzes begründet ist. Mit dem Blick, den das daraus resultierende und vorherrschende Paradigma der Ökonomik des 20. Jahrhunderts, das heißt die *Neoklassik*, auf die Unternehmung wirft, beginnen die Ausführungen zur Frage nach dem konstitutiven Moment des Unternehmens (Kapitel 2.2). Mit Coase wird dann die Frage thematisiert, warum Unternehmen überhaupt existieren (Kapitel 2.3). In der Folge (Kapitel 2.4) werden insbesondere *institutionenökonomische Theorien* des Unternehmens besprochen (Ansätze von Alchian und Demsetz (Kapitel 2.4.1), Jensen und Meckling (Kapitel 2.4.2) sowie von Williamson (Kapitel 2.4.3)). Auch Wieland betrachtet im Sinne der institutionenökonomischen Ansätze Unternehmen als *Kooperationsprojekte*. Daher wird in Kapitel 2.5 sein *institutionenethischer Ansatz der Governanceethik* als Vervollständigung der neuen Institutionenökonomik mit moralischem Impetus vorgestellt. Als ökonomische Grundlage der unternehmensethischen Überlegungen von Beschorner werden in Kapitel 2.6 die Grundzüge der *evolutionären Ökonomik* skizziert, wobei die Unternehmung in diesem Zusammenhang als *Ressourcenprojekt* aufgefasst wird. Der *soziologisch-evolutionsökonomisch* geprägte *handlungstheoretische Ansatz* Beschorners, der Unternehmensethik als *Individual- und Institutionenethik* konzipiert werden will, wird in Kapitel 2.7 dargestellt, bevor abschließend in Kapitel 2.8 Überlegungen zur Konzeption einer ökonomischen Hermeneutik als *komplementäre philosophische Ergänzung* zur Governanceethik Wielands und zur Handlungstheorie Beschorners angestellt werden.

Konstituenten gesellschaftlicher Verantwortung, Implementierungsansätze und Überlegungen zur Nachhaltigkeitsberichterstattung werden in Kapitel 3 besprochen. Die Frage nach dem Ursprung des *Begriffs der Nachhaltigkeit* wird zunächst beantwortet (Kapitel 3.1), anschließend wird die Weiterentwicklung des Begriffes zu einem *globalen Entwicklungsleitbild* durch den *Brundtland-Bericht* nachvollzogen (Kapitel 3.1.1). Der Brundtland-Bericht wird in Kapitel 3.1.2 mit Bezug auf Nutinger und Radke und deren *Konzept der nachhaltigen Wirtschaftsweise* kritisch gewürdigt, wobei evident wird, dass eine nachhaltige Entwicklung nicht immer mit einem globalen nachhaltigen Wachstum vereinbar ist. Neben dem Begriff der Nachhaltigkeit widmet Kapitel 3 dem *Konzept der Corporate Social Responsibility (CSR)* besondere Aufmerksamkeit (Kapitel 3.2). Die wis-

senschaftlichen Ansätze von Carroll und Elkington werden hierbei zunächst kurz erörtert, anschließend wird die *Position der Europäischen Kommission zur gesellschaftlichen Verantwortung der Unternehmen*, die inzwischen CSR als langfristiges und ganzheitliches Konzept des Unternehmensmanagements mit dem Ziel der *Schaffung gemeinsamer Werte* versteht, präsentiert (Kapitel 3.2.1). Den ganzheitlichen Charakter eines ausgereiften Konzeptes der CSR betonen auch das *CSR Reifegradmodell* von Schneider sowie das *Entwicklungsmodell* von Molteni. Die beiden unter 3.2.2 dargestellten Modelle sprechen Unternehmen im günstigsten Falle sogar die Rolle eines *proaktiven politischen Gestalters* zu. Auch Schwab erkennt die Notwendigkeit der aktiven Beteiligung von Unternehmen im Kontext der Entwicklung eines nachhaltigen globalen Marktplatzes, Scherer und Palazzo schlagen im Rahmen einer *postnationalen Konstellation* sogar ein *politisches CSR Paradigma* vor. Der zunehmend *integrative Charakter* des Konzeptes der gesellschaftlichen Verantwortung spiegelt sich auch in einer weiteren Konstituente dieser Verantwortung wider, den Begriffen der *Integrität und Compliance*. Unterkapitel 3.3 definiert die Begriffe und zeigt den Wandel von einer *rechtsgetriebenen Compliance* zu einer *wertegetriebenen Compliance* auf. Ansätze zur Implementierung eines Konzeptes der gesellschaftlichen Verantwortung in Form von *international anerkannten Grundsätzen und Leitlinien* stellt Unterkapitel 3.4 vor. So werden die *OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen* (Kapitel 3.4.1), der *UN Global Compact* (Kapitel 3.4.2), die *DIN ISO 26000* (Kapitel 3.4.3), die *Dreigliedrige Grundsatzerklärung des Internationalen Arbeitsamtes (IAA)* (Kapitel 3.4.4) sowie die *UN Guiding Principles on Business and Human Rights* (Kapitel 3.4.5) skizziert. Das dritte Kapitel schließt mit Überlegungen zur *Bedeutung der Kommunikation und des Reportings* im Rahmen der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung durch Unternehmen (Kapitel 3.5, 3.5.1) ab und geht hierbei auch auf die Leitlinien zur *Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative* (Kapitel 3.5.2) ein.

Als Vorbereitung auf die Entwicklung des Forschungsansatzes der *ökonomischen Hermeneutik* und als dessen Grundlage wird in Kapitel 4 die *philosophische Hermeneutik Gadamers* vorgestellt. Gadamers Hauptwerk *Wahrheit und Methode* dient hierbei als Leitfaden der Erörterung seiner Kerngedanken zur Hermeneutik. Kapitel 4.1 geht auf Gadamers Ausführungen zur Wahrheitsfrage und zum Verstehen in den Geisteswissenschaften ein. Die humanistische Tradition der Geisteswissenschaften wird exemplarisch an *Vicos* Begriff des *sensus communis* besprochen, die Subjektivierung der Ästhetik durch die Kantische Kritik wird unter dem Aspekt des Erkenntniswertes der Kunst und der durch sie stattfindende Verwandlung ins Wahre kritisch hinterfragt. Der sich in der Kunst offenbarende *Verwandlungs- und Vermittlungsvorgang* führt dann zum Begriff der