

# INHALTSVERZEICHNIS

1	EINLEITUNG .....	II
---	------------------	----

TEIL I:  
STRATEGIE UND ETHOS:  
DAS UNTERNEHMERTUM DER MODERNE BEI MAX WEBER  
UND JOSEPH A. SCHUMPETER

2	ETHOS UND STRATEGIE: EINE ERSTE GRUNDLEGUNG DER BEGRIFFLICHKEIT .....	19
3	DER UNTERNEHMER DES OKZIDENTS – STRATEGIE UND ETHOS DES UNTERNEHMERTUMS BEI MAX WEBER .....	25
3.1	Zur methodologischen Fundierung des Begriffs vom Unternehmer bei Max Weber .....	25
3.1.1	Der Idealtypus .....	25
3.1.2	Historischer und soziologischer Idealtypus .....	27
3.1.3	Der Begriff des Handelns vor dem Hintergrund der Idealtypenlehre Max Webers .....	32
3.2	Das Ethos des Unternehmertums .....	39
3.2.1	Maximen der Lebensführung .....	39
3.2.2	Ethos und Rationalität des okzidentalen Kapitalismus .....	41
3.2.3	Die historischen Wurzeln des modernen Wirtschaftsethos .....	43
3.2.3.1	Die calvinistische Prädestinationslehre .....	43
3.2.3.2	Die puritanische Berufsidee .....	46
3.2.3.3	Die protestantischen Sekten .....	48
3.2.4	Berufsmensch und Bürgertum: das Ethos der Moderne .....	49
3.2.5	Zum Wandel des Ethos des Unternehmertums .....	51
3.2.6	Säkularisierung und Paradoxie .....	53
3.3	Strategie und Unternehmertum .....	58
3.3.1	Strategie und Planung .....	59
3.3.2	Strategien des Unternehmertums bei Weber .....	62
3.3.2.1	Die Strategie des historisch idealtypischen Unternehmers .....	62
3.3.2.2	Die Strategie des soziologisch idealtypischen Unternehmers .....	63

4	SCHUMPETER: DER ABSPRUNG VON DER REINEN ÖKONOMIE .....	69
4.1	Die Unternehmerfunktion .....	69
4.1.1	Statik und Dynamik .....	69
4.1.2	Zwei Menschenbilder, zwei Handlungsrationaltäten: Wirt und Unternehmer .....	74
4.1.2.1	Der Wirt – Hedonismus und die Nutzentheorie der Ökonomie .....	76
4.1.2.2	Der Unternehmer – Eine Typenlehre .....	81
4.1.2.3	Die Handlungsrationaltät des Unternehmers .....	82
4.2	Der Unternehmer als Künstler und Führer .....	85
4.2.1	Der Unternehmer als Künstler .....	86
4.2.1.1	Der Dämon des Neuen .....	86
4.2.1.2	Das Schöpferische im unternehmerischen Handeln .....	92
4.2.2	Der Unternehmer als Führer .....	96
4.2.2.1	Persönlichkeit und Motivation des Führers .....	97
4.2.2.2	Der strategische Blick .....	100
4.2.2.3	Dezision: die Entscheidung zur Tat .....	101
4.2.2.4	Energisches Handeln und Kriegsführung .....	105
4.2.2.5	Die Rationalitätsproblematik der Dezision .....	107
4.3	Ethos und Strategie des Schumpeterschen Unternehmers .....	110
4.3.1	Ethos: der Unternehmer zwischen Bindungslosigkeit und Verantwortung .....	110
4.3.2	Strategie: die Imagination des eigenen Ortes .....	115
5	ERSTE ZWISCHENBETRACHTUNG .....	119

## TEIL II:

### TRANSFORMATIONEN: RISIKO UND UNTERNEHMERTUM

6	DIE NAUTISCHE METAPHORIK: ZUR REFLEXION DES RISIKOBEGRIFFS UND DES UNTERNEHMERTUMS .....	129
7	DIE VERSICHERUNG DER GESELLSCHAFT – RISIKO UND UNGEWISSHEIT IN DER POLITISCHEN ÖKONOMIE .....	135
7.1	Die Versicherung von und durch Ordnungsinstitutionen: der Staat und der Markt .....	139
7.1.1	Der Staat .....	140
7.1.2	Der Markt .....	143

7.2	Zwei Staatskonzeptionen auf dem Weg zum Sozialstaat und zur Sozialversicherung .....	145
7.2.1	Die Kameralistik bei Justi als Versicherung staatlicher Ordnung vor den Irrationalitäten seiner Bürger .....	146
7.2.2	Die Versicherung der Gesellschaft vor den möglichen Risiken des Marktes durch Sittlichkeit bei Hegel .....	147
7.3	Die Konzeption der Sozialversicherung .....	150
7.3.1	Die Konzeption des Risikos als soziales Phänomen .....	155
	7.3.1.1 Das Risiko ist kalkulierbar – ein soziales Konstrukt .....	155
	7.3.1.2 Das Risiko ist stets kollektiv .....	158
	7.3.1.3 Das Risiko ist ein soziales Vermögen .....	160
7.3.2	Der Solidaritätsvertrag als neuer Gesellschaftsvertrag und Voraussetzung der Sozialversicherung .....	166
	7.3.2.1 Prinzipien des Solidaritätsmodells .....	167
	7.3.2.2 Transformation des Rechts .....	169
	7.3.2.3 Solidarität als Tugend eines kollektiven Akteurs .....	172
	7.3.2.4 Soziale Gerechtigkeit .....	175
	7.3.2.5 Der Sozialstaat und der Gesellschaftsbegriff .....	178
7.4	Versicherung und Unternehmertum als Institutionen der Vorsorge – Zweite Zwischenbetrachtung .....	180
8	UNTERNEHMERTUM IN DER RISIKOGESELLSCHAFT .....	187
8.1	Der Begriff der Risikogesellschaft und die Ökonomie der Unsicherheit bei Ulrich Beck .....	188
8.2	Transformation der Ökonomie – Risiko- statt Güterverteilung .....	193
8.3	Wissen und Wahrnehmung von Risiken .....	196
8.4	Die Rückkehr der Ethik und des politischen Subjekts .....	201
8.5	Subpolitik und die Transformation der Ökonomie .....	208
8.5.1	Subpolitik als neues Verständnis von Politik .....	208
8.5.2	Metamorphosen des Staates .....	211
8.5.3	Subpolitik und Ökonomie der Risikogesellschaft .....	213
	8.5.3.1 Die Auflösung des Betriebs- und Produktionsparadigmas .....	216
	8.5.3.2 Netzwerke als Innovationsräume und -strukturen .....	223
	8.5.3.3 Sozialökonomische Theorie des Netzwerkbegriffs .....	224
8.6	Individualisierung, Subjektivierung der Arbeit und Unternehmertum .....	227
8.6.1	Wandel des Arbeitsmarkts und der Arbeit als Motor der Individualisierung .....	230
8.6.2	Unternehmertum und die Transformation von Arbeit .....	233
	8.6.2.1 Dissipationsökonomie .....	235
	8.6.2.2 Internes Unternehmertum .....	236
	8.6.2.3 Der Arbeitskraftunternehmer .....	237

8.6.2.4	Netzwerk-Unternehmer .....	238
8.6.2.5	Der Jedermann-Unternehmer als Strategie und Erzählung .....	240
8.6.3	Der politische Unternehmer und die Erfindung der Arbeit .....	243
8.7	Unternehmertum als Projektionsfläche von Gefahren – Dritte Zwischenbetrachtung .....	247
9	RISIKO UND UNTERNEHMERTUM AUS SYSTEMTHEORETISCHER PERSPEKTIVE .....	251
9.1	Ausgangsfragen .....	251
9.2	Die Unterscheidung von Risiko und Gefahr .....	255
9.2.1	Beobachten .....	257
9.2.2	Die Zurechnung auf Entscheidungen .....	258
9.2.3	Zeit- und Sozialdimension des Risikos .....	259
9.2.4	Die Unterscheidung von Risiko und Sicherheit als Rationalitätsproblem .....	261
9.2.5	Risiko und der Umgang mit Unterscheidungen .....	263
9.3	Paradigm lost: der Verlust von Rationalität und Ethik als Letztinstanzen vernünftiger und gerechter Entscheidung über Risiken .....	265
9.3.1	Die Bedeutung des Paradigmenwechsels in der Sprachphilosophie für Rationalität und Ethik .....	266
9.3.2	Der Übergang zur funktional differenzierten Gesellschaft .....	269
9.3.3	Entscheider und Betroffene .....	270
9.3.4	Verständigung und Kultur .....	273
9.4	Risiko und Unternehmertum in der Wirtschaft der Gesellschaft ...	276
9.4.1	Bemerkungen zu Luhmanns Begriff der Wirtschaft .....	276
9.4.2	Die Beobachtung des Risikos und die Funktion der Banken .....	281
9.4.3	Die Bank als Organisation .....	283
9.4.3.1	Organisation und Entscheidung .....	284
9.4.3.2	Reaktionen auf Postdecision-Regrets: Opfer und Lernen .....	286
9.4.3.3	Pointe: Umstellung der Unterscheidung auf Risiko und Gefahr .....	287
9.4.3.4	Ein veränderter Strategie- und Führungsbegriff .....	290
9.4.4	Das Medium Geld .....	296
9.4.4.1	Geld als symbolisches und diabolisches Medium .....	297
9.4.4.2	Die Logik des ausgeschlossenen eingeschlossenen Dritten .....	299
9.4.5	Der Unternehmer in der Systemtheorie – Vierte Zwischenbetrachtung .....	302
9.4.5.1	Der Markt und die Preisbildung des Neuen .....	304
9.4.5.2	Die Situation des Unternehmers .....	305

9.4.5.3	Das Problem der Emergenz .....	308
9.4.5.4	Die Börse als Beobachtungsraum .....	312
9.4.5.5	Die Strategie des Unternehmers .....	314
9.4.5.6	Venture-Capital .....	315

TEIL III:  
PARASITEN – UNTERNEHMERTUM  
IM AUSGANG DER MODERNE

10	DER DRITTE UND DAS UNTERNEHMERTUM .....	321
10.1	Die Kategorie des Dritten .....	321
10.1.1	Die Konstitution des Sozialen durch den Dritten .....	324
10.1.2	Spielarten des Parasiten .....	329
10.1.2.1	Der einseitige Missbrauch .....	331
10.1.2.2	Kaskaden .....	335
10.1.2.3	Der rotierende Stern .....	338
10.2	Mythos und Entstehung des Neuen .....	339
10.2.1	Transformationsräume und Übergänge .....	340
10.2.2	Die Diagonale und der neue Ausgleich .....	344
10.2.3	Der Joker .....	347
10.2.4	Steigerungen der Unbestimmtheit: der Unternehmer als Partisan .....	352
10.3	Wolken .....	354
10.4	Ethos und Strategie des Unternehmertums am Ende der Moderne – Fünfte Zwischenbetrachtung .....	360
10.4.1	Das Ausschlusspiel oder die Frage nach dem Subjekt .....	360
10.4.2	Das unternehmerische Selbstverständnis .....	366
10.4.3	Taktik und Strategie .....	372
10.4.4	Risiko und Strategie .....	377
10.4.5	Nomadentum .....	382
11	ETHIK DES UNTERNEHMERTUMS IN PARASITÄREN STRUKTUREN .....	385
11.1	Governance in Innovationsnetzwerken .....	385
11.1.1	Verlust der Moral als Primat einer Steuerungslogik .....	387
11.1.2	Moral als Partikulärmoral .....	388
11.1.3	Die moralische Tugend kollektiver Akteure .....	388
11.2	Moralische Kommunikation des Unternehmertums .....	390
11.2.1	Moral als Störgeräusch .....	390
11.2.2	Institutionen moralischer Kommunikation als Tugend des Unternehmertums .....	394

11.2.2.1	Kooperation .....	395
11.2.2.2	Vorsorge .....	395
11.2.2.3	Konkurrenz .....	397
11.2.2.4	Gründung .....	399
11.2.2.5	Dissens und provisorische Moral .....	401
12	SCHLUSSWORT .....	407
	LITERATURVERZEICHNIS .....	411
	NAMENSREGISTER .....	423
	SACHREGISTER .....	426