

Inhaltsübersicht

1. Einleitung.....	1
Teil I: Metatheorien	
2. Neue Institutionenökonomik.....	13
3. Neuere Systemtheorie.....	47
Teil II: Kritische Würdigung des neuen St. Galler Management-Modells	
4. Geschichte des St. Galler Management-Modells.....	105
5. Modelle der dritten Generation von Rüegg-Stürm.....	113
Teil III: Unternehmensethische Ansätze	
6. Die Ökonomische Ethik von Homann.....	147
7. Die Governanceethik von Wieland.....	189
Teil IV: Weiterentwicklung und Anwendung des neuen St. Galler Management-Modells	
8. Erweiterung des theoretischen Bezugsrahmens.....	245
9. Praxisfragen unternehmerischer Moral.....	275
10. Synthese: Sind Wirtschaft und Moral Gegensätze?.....	341

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Vorwort.....	VII
Inhaltsübersicht.....	IX
Inhaltsverzeichnis.....	XI
Darstellungsverzeichnis.....	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 bergen 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

Darstellungsverzeichnis

Darst. 2.1: Unterschiedliche Vertragsformen nach Macneil.....	22
Darst. 3.1: Übersicht über die Systemevolution.....	56
Darst. 4.1: Das Konzept integriertes Management.....	108
Darst. 5.1: Das neue St. Galler Management-Modell im Überblick.....	114
Darst. 5.2: Zirkulärer Zusammenhang zwischen Ordnungsmomenten und Handlungen.....	118
Darst. 5.3: Zusammenhang zwischen Wirklichkeitskonstruktion und Strukturen (i.w.S.)...121	
Darst. 7.1: Einfluss moralischer Codierung auf die Kooperationsrente.....	208
Darst. 7.2: Glaubwürdigkeit durch Selbst- und Fremdbindungsmechanismen.....	217
Darst. 7.3: Überblick über die Einflussfaktoren auf die Glaubwürdigkeit.....	219
Darst. 7.4: Prüfverfahren und -kriterien unterschiedlicher Güterarten.....	220
Darst. 7.5: Prozessstufen des Wertemanagementsystems.....	222
Darst. 7.6: Werte-Viereck: Management of Values.....	223
Darst. 7.7: Steuerung und Kontrolle der moralischen Dimension einer Transaktion.....	239
Darst. 7.8: Prozessstufen des modifizierten Wertemanagementsystems.....	241
Darst. 8.1: Das erweiterte neue St. Galler Management-Modell im Überblick.....	254
Darst. 8.2: Moralische Grundwerte eines Wertemanagements.....	262
Darst. 8.3: Das Wertemanagement im neuen St. Galler Management-Modell.....	274