

Geleitwort des Reihenherausgebers

Das vorliegende Lehrbuch ist Teil der Lehrbuchreihe BWL Bachelor Basics. Dieses Buch sowie alle anderen Werke der Reihe folgen einem Konzept, das auf die Leserschaft – nämlich Studierende der Wirtschaftswissenschaften – passgenau zugeschnitten ist.

Ziel der Lehrbuchreihe BWL Bachelor Basics ist es, die zu erwerbenden Kompetenzen in einem wirtschaftswissenschaftlichen Bachelor-Studiengang **wissenschaftlich anspruchsvoll**, jedoch zugleich **anwendungsorientiert** und **kompakt** abzubilden. Dies bedeutet:

- Ein hoher wissenschaftlicher Anspruch geht einher mit einem gehobenen Qualitätsanspruch an die Werke. Präzise Begriffsbildungen, klare Definitionen, Orientierung an dem aktuellen Stand der Wissenschaft seien hier nur beispielhaft erwähnt. Die Autoren sind ausgewiesene Wissenschaftler und Experten auf ihrem Gebiet. Die Reihe will sich damit bewusst abgrenzen von einschlägigen »Praktikerhandbüchern« zweifelhafter Qualität, die dem Leser vorgaukeln, Betriebswirtschaftslehre könnte man durch Abarbeiten von Checklisten erlernen.
- Zu einer guten Theorie gehört auch die Anwendung der wissenschaftlichen Erkenntnisse, denn Wissenschaft sollte kein intellektueller Selbstzweck sein. Deshalb steht stets auch die Anwendungsorientierung im Fokus. Schließlich verfolgt der Studierende das Ziel, einen berufsqualifizierenden Abschluss zu erwerben. Die Bücher haben diese Maxime im Blick, weshalb jedes Buch neben dem Lehrtext u. a. auch Praxisbeispiele, Übungsaufgaben mit Lösungen sowie weiterführende Literaturhinweise enthält.
- Zugleich tragen die Werke dem Wunsch des Studierenden Rechnung, die Lehr- und Lerninhalte kompakt darzustellen, Wichtiges zu betonen, weniger Wichtiges wegzulassen und sich dabei auch einer verständlichen Sprache zu bedienen. Der Seitenumfang und das Lesepensum werden dadurch überschaubar. So eignen sich die Bücher der Lehrbuchreihe Bachelor Basics auch hervorragend zum Selbststudium und werden ein wertvoller Begleiter der Lehrmodule sein.

Die Reihe umfasst die curricularen Inhalte eines wirtschaftswissenschaftlichen Bachelor-Studiums. Sie enthält zum einen die traditionellen volks- und betriebswirtschaftlichen Kernfächer, darüber hinaus jedoch auch Bücher aus angrenzenden Fächern sowie zu überfachlichen Kompetenzen. Um auf neue Themen und Ent-

wicklungen reagieren zu können, wurde die Edition bewusst als offene Reihe konzipiert und die Zahl möglicher Bände nicht nach oben begrenzt.

Die Lehrbuchreihe Bachelor Basics richtet sich im Wesentlichen an Studierende der Wirtschaftswissenschaften an Hochschulen für angewandte Wissenschaften, an dualen Hochschulen, Verwaltungs- und Wirtschaftsakademien und anderen Einrichtungen, die den Anspruch haben, Wirtschaftswissenschaften anwendungsorientiert und zugleich wissenschaftlich anspruchsvoll zu vermitteln. Angesprochen werden aber auch Fach- und Führungskräfte, die im Sinne der beruflichen und wissenschaftlichen Weiterbildung ihr Wissen erweitern oder auffrischen wollen. Als Herausgeber der Lehrbuchreihe möchte ich mich bei allen Autorinnen und Autoren bedanken, die sich für diese Reihe engagieren und einen Beitrag hierzu geleistet haben.

Ich würde mich sehr freuen, wenn das ambitionierte Vorhaben, wissenschaftliche Qualität mit Anwendungsorientierung und einer kompakten, lesefreundlichen und didaktisch an die Bachelor-Studierendenschaft abgestimmten Gestaltung zu kombinieren, dem Leser bei der Bewältigung des Bachelor-Lernstoffes hilfreich sein wird und es die Anerkennung und Beachtung erhält, die es meines Erachtens verdient.

Horst Peters

Vorwort zur 2. Auflage

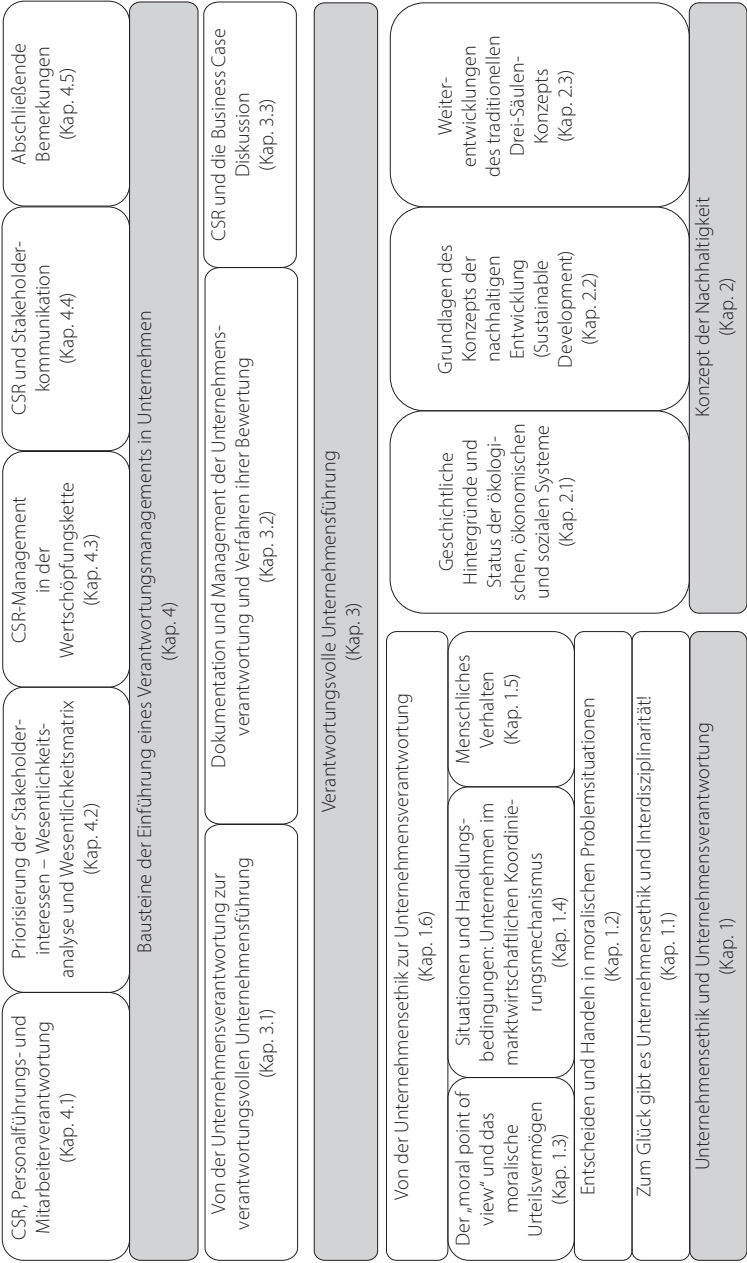
»Zum Glück gibt es Wirtschaftsethik« haben wir im Vorwort zur ersten Auflage des vorliegenden Lehrbuches geschrieben. Diese Aussage hat in diesen Zeiten globaler Wirtschaftskrisen, Kriegen in vielen Teilen der Erde und der immer deutlicher zutage tretenden Wirkungen der Klimakrise mit näherkommenden »Kippunkten« unumkehrbarer Veränderungen vor allem in der natürlichen Umwelt weiterhin Bestand. Da die Ursachen- und Wirkungsketten immer komplexer werden, und einfache Lösungen kaum mehr angebracht sind – wenn sie es jemals waren – ist der wirtschaftsethische Kompass zur Orientierung im Umgang mit den Herausforderungen dieser Zeit sogar noch wichtiger geworden.

Vor dem zuvor geschilderten Hintergrund haben sich auch die politischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen ethisch-moralischen Handelns verändert. Diese Veränderungen veranlassten schließlich auch Anpassungen vorliegender Konzepte und Instrumente oder deren Neuentwicklungen. All dies hat uns dazu bewegt, in Teilen eine komplette Neuausrichtung sowie Umstrukturierung und Neujustierung der Schwerpunkte vorzunehmen, ohne jedoch die Basisidee der 1. Auflage insbesondere mit Blick auf die »Verdaulichkeit der schweren Kost« weiter im Blick zu haben.

Zunächst haben wir das einführende, theoretische Inhalte vermittelnde Kapitel 1, in dem der moralische Kompass für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung erläutert werden soll, grundlegend überarbeitet. Dabei haben wir vier Ziele verfolgt: 1. eine noch stärkere Praxisorientierung der theoretischen Erörterungen, 2. eine intensivere Berücksichtigung interdisziplinärer Lösungsansätze, 3. eine verbesserte Einbindung der wirtschaftsethischen Diskussion in bekannte ökonomische Konzepte sowie in die Managementtheorie und 4. eine vertiefte Auseinandersetzung mit dem Begriff der Unternehmensverantwortung.

Zur stärkeren Praxisorientierung wurde die Bedeutung moralischer Probleme, Konflikte und Dilemmata für Unternehmensentscheidungen anhand von Praxisbeispielen beleuchtet (► Kap. 1.1.1). Hinzu kommt die intensive Berücksichtigung realer Rahmenbedingungen für unternehmerisches und menschliches Entscheiden und Handeln (► Kap. 1.2.4), damit die Komplexität des moralischen Handelns für Unternehmen deutlich wird.

Die zunehmend erforderliche Berücksichtigung interdisziplinärer Lösungsansätze für moralische Probleme führt Ökonomik, Ethik und Psychologie zusammen und nutzt neben der Wirtschaftsethik auch die Erkenntnisse aus den noch jungen Bereichen der Verhaltensökonomik und der Verhaltensethik (► Kap 1.1.2).



Dar. 0: Modularer Aufbau des Buches

Um die wirtschafts- und unternehmensethische Diskussion besser mit den Wirtschaftsstudenten bekannten ökonomischen Konzepten zu verzahnen, haben wir zum einen den in der mikroökonomischen Theorie verwendeten Transaktionsansatz als Ausgangspunkt für die Diskussion der verschiedenen Fragestellungen aus der Ökonomie (z. B. Gewinnerzielung), der Ethik (z. B. Verantwortung) sowie der Psychologie (z. B. Vertrauen) gewählt (► Kap. 1.2.3.1). Zum anderen verwenden wir den in der Unternehmensführung relevanten entscheidungsorientierten Ansatz, um die Bedeutung der ethischen Intentionen, Ziele und Werte, der ökonomischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen der Marktwirtschaft sowie des menschlichen Entscheidens und Handelns zu aufzuzeigen (► Kap. 1.2.4).

Schließlich haben wir den Fokus auf den Begriff der Verantwortung gerichtet, um eine vertiefte Auseinandersetzung mit dem Begriff der Unternehmensverantwortung zu ermöglichen. Hier geht es darum, den mit dem CSR-Begriff verbundenen, zumeist rein beschreibenden CSR-Ansätzen einen wirtschafts- und unternehmensethisch fundierten Ansatz der Unternehmensverantwortung entgegenzusetzen, der eine ethisch fundierte Orientierung für moralisches Handeln der Unternehmen – mithin einen Kompass – liefert.

Das Kapitel 2 wurde mit Blick auf die Weiterentwicklung des traditionellen Drei-Säulen-Konzepts der Nachhaltigkeit erweitert. In Kapitel 2.3 wird nach der Kritik an den gängigen Ansätzen (► Kap. 2.3.1) mit dem Modell der »parasitären Ökonomie« ein Ansatz zum besseren Verständnis der Notwendigkeit einer expliziten Berücksichtigung der natürlichen Umwelt in den gängigen Ansätzen der Umweltökonomie vorgestellt (► Kap. 2.3.2). Darüber hinaus legt das sog. »Donut-Modell« den Fokus auf die Berücksichtigung planetarer Grenzen und gesellschaftlicher Grundlagen als Rahmen, in dessen »Raum« es immer noch Entscheidungsfreiheiten mit Blick auf mögliche Pfade in Richtung Nachhaltigkeit gibt. Schließlich wird mit dem Ansatz der Gemeinwohlökonomie und der entsprechenden Matrix ein System möglicher Indikatoren vorgestellt, die schlussendlich die Handlungswirkungen hinsichtlich der mit dem Donut-Modell vorgeschlagenen Dimensionen misst (► Kap. 2.3.3).

Kapitel 3 widmet sich nunmehr der verantwortungsvollen Unternehmensführung im Sinne der Verbindung der in Kapitel 1 behandelten Unternehmensethik und Unternehmensverantwortung und der in Kapitel 2 behandelten Nachhaltigkeit mit der Unternehmensführung. Dabei werden die Konsequenzen der Unternehmensverantwortung für das normative und das strategische Management (► Kap. 3.1) sowie für die Dokumentation und das Management der Unternehmensverantwortung und die Verfahren ihrer Bewertung behandelt (► Kap. 3.2).

Kapitel 4 wurde im Vergleich zur 1. Auflage neu strukturiert und enthält darüber hinaus neue Themen. So findet sich nach dem überarbeiteten Kapitel 4.1 zur Bedeutung der Personalführung und Mitarbeiterverantwortung für die praktische Umsetzung eines Verantwortungsmanagements mit dem Thema der Wesentlichkeitsanalyse ein hochnotwendiges Instrument zur Priorisierung der relevanten Themen (► Kap. 4.2). Im Anschluss vertieft das Kapitel 4.3 die Diskussion um eine klar strukturierte Stakeholderkommunikation und Kapitel 4.4. schließt mit der

aktualisierten Analyse des CSR-Managements in der Wertschöpfungskette hieran an. Neu hinzugefügt sind dann die Kapitel 4.5 zu den vorgeschlagenen Instrumenten einer Wirkungsanalyse sowie das Kapitel 4.6 zu einer Zusammenfassung des gesamten Kapitels 4 mit der Betonung des für Unternehmen relevanten »kontinuierlichen Verbesserungsprozesses« bei der Umsetzung eines Verantwortungsmanagements.

Vorwort zur 1. Auflage

Unternehmensethik, Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility: im Rahmen des wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorstudiums sind dies wohl nicht die Themen mit der größten Anziehungskraft bei Studierenden, sondern eher »schwere Kost«? Im ersten Zugang sicherlich, aber: Zum Glück gibt es Unternehmensethik Interdisziplinarität, denn diese kann einen Kompass zur Orientierung im Umgang mit ethisch moralischen Entscheidungs- und Konfliktsituationen liefern. Leider zeigen die vielfältigen Praxis-Beispiele verfehlter ethisch-moralischer Handlungen in Unternehmen – von Enron über BP, Deutsche Bank bis zu VW –, dass es offensichtlich an einem solchen Kompass in der Führung und/oder bei den Mitarbeitern oder gar von Seiten des Staates gefehlt hat. Dieser Kompass gibt Orientierung hinsichtlich der Zielsetzung und zeigt auf, welche Wege zum selbst gewählten Ziel führen und welche nicht. Für diese Zielfindung gilt es, die empirischen Rahmenbedingungen der Unternehmen in der Marktwirtschaft zu berücksichtigen sowie die weiteren zur Verfügung stehenden praktischen Instrumente zur Zielerreichung zu kennen.

Der angesprochene Kompass wird im ersten Kapitel des vorliegenden Lehrbuchs eingeführt und erläutert. Dabei geht es um die theoretischen Grundlagen der Wirtschafts- und Unternehmensethik, vom »moral point of view« und den Kompetenzen des moralischen Urteilsvermögens über die Unternehmen im marktwirtschaftlichen Koordinationsmechanismus bis zum Verhältnis von Unternehmensethik und Unternehmensverantwortung sowie Ethik-Management und -Audits. Im zweiten Kapitel wird mit dem Konzept der Nachhaltigen Entwicklung und den hiervon abgeleiteten Strategien für Gesellschaften und Unternehmen der Rahmen für die möglichen Wege zur Zielerreichung erläutert. Die grundlegenden Aspekte des Managements gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen beschreibt das dritte Kapitel und wirft dabei einen Blick auf die CSR-Konzepte und das CSR-Management in der Praxis, inklusive der Diskussion um CSR als Business Case, um dann die Verbindung des CSR mit dem Risikomanagement, insbesondere über die Reputationsrisiken sowie die operationellen Risiken herzustellen.

Wesentliche Bausteine zur praktischen Umsetzung des unternehmerischen Verantwortungsmanagements werden im vierten Kapitel vorgestellt. Zunächst sind dies die Bausteine einer konsistenten Verknüpfung von Unternehmensverantwortung und Unternehmensleitbild für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung sowie die praktischen Anforderungen des CSR an die Personalführungs- und Mitarbeiterverantwortung. Danach geht es um die praktische Umsetzung des CSR-

Managements in der Wertschöpfungskette sowie der Kommunikation mit den Stakeholdern.

Wir haben die »Verdaulichkeit« der schweren Kost im vorliegenden Lehrbuch mit einer Vielzahl von der öffentlichen Diskussion oder der praktischen Umsetzung entliehenen Beispielen erhöht. Neben der Erläuterung der zunächst theoretischen Konzeptionen ethischer Zielbildung und Entscheidungsfindung dienen die Praxisbeispiele auch dazu aufzuzeigen, dass fortschrittliche Unternehmen die diskutierten Philosophien, Strategien und Instrumente bereits umsetzen.

Lernkontrollfragen sollen dazu anregen, sich intensiv mit den vorgestellten Konzepten zu beschäftigen und diese auch in Seminaren und Lerngruppen zu diskutieren. Lösungshinweise werden über die Homepage des Kohlhammer-Verlages zur Verfügung gestellt.

Die Beschäftigung mit den Themen des vorliegenden Lehrbuchs erfordert bereits verfügbare Kenntnisse zu den Inhalten der höheren Semester eines wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorstudiums.