

Inhalt

- Abbildungsverzeichnis 13
- Tabellenverzeichnis 14
- Abkürzungsverzeichnis 15

- 1 Einführung 17**
 - 1.1 Forschungsinteresse 17
 - 1.2 Untersuchungsgegenstand 21
 - 1.3 Fragestellung 23
 - 1.4 Argumentativer Aufbau 25

- Teil I: Konzeptioneller Rahmen..... 29**

- 2 Grundbegriffe..... 31**
 - 2.1 Deskriptiv verwendete Begriffe..... 31
 - 2.1.1 *Korruption*..... 32
 - 2.1.2 *Management und Managementkonzept*..... 34
 - 2.1.3 *Wertemanagement* 36
 - 2.2 Analytisch relevante Begriffe 39
 - 2.2.1 *Organisation und Institution* 39
 - 2.2.2 *Integrität* 41
 - 2.2.3 *Wirkmächtigkeit* 43

- 3 Wirkmächtigkeit von Managementkonzepten –
Annäherung über den Stand der Forschung 47**
 - 3.1 Forschung zur Wirtschafts- und Unternehmensethik 48
 - 3.1.1 *Wirtschafts- und unternehmensethische Diskussion* 49
 - 3.1.2 *Empirische Forschungsarbeiten* 51

3.2	Korruptionsforschung.....	58
3.3	Implementationsforschung	62
3.3.1	<i>Rahmenbedingungen von Implementation</i>	67
3.3.2	<i>Relevanz von Akteuren als Trägergruppen von Implementationen</i>	70
3.3.3	<i>Pfadabhängigkeit von Implementation</i>	72
3.4	Konsequenzen aus dem Stand der Forschung für die Analyse.....	75
4	Theoretische Grundlagen	81
4.1	Makrotheoretische Grundlagen: Soziale Ordnung und Institutionalisierung	83
4.2	Organisationstheoretische Grundlagen: Institutionalisierte Erwartungen bedingen Strukturmerkmale von Organisationen.....	88
4.3	Strukturierungstheoretische Grundlagen: Strukturelle und handlungspraktische Bedingungen der Wirkmächtigkeit von Ideen	94
4.3.1	<i>Dualität von Handlung und Struktur</i>	95
4.3.2	<i>Handeln – als konstitutives Element sozialer Ordnung</i>	97
4.3.3	<i>Strukturbedingtheit sozialen Handelns</i>	101
4.4	Institutionentheoretische Grundlagen: Geltungsbedingungen handlungspraktischer Wirkmächtigkeit von Ideen.....	106
4.5	Handlungstheoretische Grundlagen: Methodologische Begründung der Analyse von Handlungspraxis	112
4.5.1	<i>Differenzierung von Handlungsentwurf (actio) und –vollzug (actum)</i>	113
4.5.2	<i>Typisierung als lebensweltliche und wissenschaftliche Methode des Fremdverstehens</i>	117
4.6	Theoriegeleitetes Forschungsprogramm	121

5	Begründung und methodisches Vorgehen der empirischen Untersuchung	127
5.1	Methode, Konzeption und Durchführung der Analyse	128
5.2	Methodologische Rahmung des qualitativen Forschungsprogramms	131
5.3	Qualitatives Sample.....	133
5.3.1	<i>Interviews als erste Datengrundlage im Sample.....</i>	<i>134</i>
5.3.2	<i>Dokumente als zweite Datengrundlage im Sample</i>	<i>138</i>
5.3.3	<i>Expertenwissen als Forschungsperspektive: Grundlegende Annahmen und forschungspraktisches Vorgehen</i>	<i>139</i>
5.4	Erhebungsinstrument und -methode.....	141
5.4.1	<i>Interviewleitfaden.....</i>	<i>144</i>
5.4.2	<i>Durchführung der Interviews</i>	<i>146</i>
5.5	Aufbereitung und Auswertung des Datenmaterials	147
5.5.1	<i>Erstellen von Transkriptionen und Protokollen.....</i>	<i>148</i>
5.5.2	<i>Theoretisch begründete Grobcodierung.....</i>	<i>149</i>
5.5.3	<i>Feincodierung durch induktive Ableitung</i>	<i>150</i>
5.5.4	<i>Formulierende Interpretation</i>	<i>151</i>
5.5.5	<i>Reflektierende Interpretation.....</i>	<i>153</i>
5.5.6	<i>Komparative Analyse</i>	<i>156</i>
5.5.7	<i>Generalisierung</i>	<i>157</i>
5.6	Qualitative Gütekriterien des Forschungsprojekts	158
5.6.1	<i>Validität.....</i>	<i>159</i>
5.6.2	<i>Reliabilität</i>	<i>161</i>
5.6.3	<i>Intersubjektive Nachvollziehbarkeit</i>	<i>161</i>
	Teil II: Empirische Analysen	163
6	Makroanalyse: Deutungsmuster extern adressierter Erwartungen	165
6.1	Themensetzungsanalyse zu adressierten Erwartungen und wahrgenommenen Trägergruppen	167
6.2	Adressierung ethischer Erwartungen an Unternehmen	171

6.2.1	<i>Ethik und Compliance als notwendige „Grundregeln“ des Wirtschaftshandelns</i>	171
6.2.2	<i>Verantwortungsübernahme im Sinne von Ethik und Compliance als ökonomische Notwendigkeit</i>	174
6.2.3	<i>Verantwortung als wahrgenommener „Trend“ im organisationalen Feld</i>	177
6.2.4	<i>Rechtliche Anforderungen als wahrgenommene Erwartungen</i>	180
6.3	Trägergruppen ethischer Erwartungen	181
6.3.1	<i>Unternehmen, Wirtschaftsprüfer und Anleger</i>	181
6.3.2	<i>Unternehmen, Presse, Verbände und Interessengruppen</i>	183
6.3.3	<i>Trägergruppen und Adressierungspraxen kennzeichnen ein institutionalisiertes Feld</i>	185
6.4	Deutungsmuster externer Erwartungen	187
6.4.1	<i>Unternehmensethik als ökonomisch rationale Unternehmensstrategie</i>	188
6.4.2	<i>Unternehmensethik als im Feld übliches Managementkonzept</i>	190
6.4.3	<i>Unternehmensethik als wertebezogener Grundsatz</i>	192
7	Mesoanalyse: Repräsentationsformen des unternehmensethischen Managementkonzepts im Unternehmen EFS	195
7.1	Themensetzungsanalyse zu Zielen und Maßnahmen des WerteManagementSystems^{ZfW}	198
7.2	Einzelfallstudie: Unternehmensportrait, Anlass und Implementierung des WerteManagementSystems^{ZfW}	201
7.2.1	<i>Kurzportrait der Unternehmensfallstudie (EFS)</i>	202
7.2.2	<i>Anlass zur Implementierung des WerteManagementSystems^{ZfW}</i>	202
7.2.3	<i>Rekonstruktion der Implementierungsschritte</i>	205
7.2.4	<i>Rekonstruktion der Implementierungsmethoden</i>	207
7.3	Formalstrukturelle Repräsentation des WerteManagementSystems^{ZfW}	212

7.3.1	<i>Entwicklung einer Wertekultur und Schutz von Unternehmen und Mitarbeitern vor dolosen Handlungen</i>	212
7.3.2	<i>Verhaltensprinzipien und Kommunikation.....</i>	215
7.3.3	<i>Geltungsbezüge des WerteManagementSystems^{ZfW} in formalen Unternehmensrichtlinien</i>	219
7.4	<i>Repräsentation des WerteManagementSystems^{ZfW} in Wahrnehmungen der EFS Mitarbeiter.....</i>	223
7.4.1	<i>Prävention doloser Handlungen und Verkörperung von Werten.....</i>	223
7.4.2	<i>Verhaltensprinzipien, Kommunikation und Führung</i>	227
7.5	<i>Strukturbildende Repräsentationsformen des WerteManagementSystems^{ZfW} im Unternehmen EFS</i>	233
7.5.1	<i>Machtstrukturen</i>	236
7.5.2	<i>Legitimationsstrukturen</i>	239
7.5.3	<i>Signifikationsstrukturen</i>	240
8	Mikroanalyse: Wirkmächtigkeit von Wertemanagement im Unternehmensbezug.....	245
8.1	<i>Themensetzungsanalyse zu Deutungs- und Handlungsorientierungen im Alltag von Mitarbeitern.....</i>	247
8.2	<i>Rationalitätskriterien im Geltungskontext des Geschäftsprozesses Einkauf von Bauleistungen.....</i>	250
8.2.1	<i>Der Geschäftsprozess Einkauf von Bauleistungen als alltagspraktischer Sinnzuschnitt.....</i>	251
8.2.2	<i>Wirtschaftlichkeit als Ordnungsregel</i>	256
8.2.3	<i>Integrität als Ordnungsregel</i>	260
8.2.4	<i>Ordnungsregeln repräsentieren eine Parallelität geltender Leitideen im Geschäftsprozess</i>	266
8.3	<i>Handlungsrelevanz unternehmensethischer Normen</i>	268
8.3.1	<i>Unternehmensethische Normen sind ein Etikett in der internen und externen Kommunikation.....</i>	269
8.3.2	<i>Unternehmensethische Normen repräsentieren eine richtungsweisende Leitidee</i>	274

8.3.3	<i>Alltagstypische Handlungsprobleme bestimmen die Art und Weise der Bezugnahme auf unternehmensethische Normen</i>	282
8.4	Handlungsrelevante Institutionalisierung unterschiedlicher Leitideen in Unternehmen	285
9	Zusammenfassung und Ausblick	293
9.1	Ergebnisse in Gesamtkontext der Forschungsfrage	294
9.2	Ausblick	304
	Literatur	307
	Anhang	323
	Anlage 1: Kontrastierung der Idealtypenbegriffe bei Schütz und Weber	323
	Anlage 2: Qualitatives Interview Sampling der Studie	324
	Anlage 3: Qualitatives Dokumentensampling der Studie.	325
	Anlage 4: Themen des Interviewleitfadens	327
	Anlage 5: Transkriptionsregeln.....	328