

---

# Inhalt

<b>Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen</b> .....	11
<b>1 Einleitung</b> .....	13
1.1 Führungskräfte der deutschen Wirtschaft als Untersuchungsgegenstand .....	13
1.2 Die interne Differenzierung der Wirtschaftselite .....	16
1.3 Die Forschungsfragen .....	18
1.4 Kontext und Aufbau der Untersuchung .....	20
1.5 Danksagungen .....	22
<b>2 Theorie und Forschungsstand: Führungskräfte im Kontext der Elitenforschung</b> .....	23
2.1 Die Verortung von Eliten in der soziologischen Theorie .....	23
2.1.1 Eliten als Leistungsträger in meritokratischen Gesellschaften .....	24
2.1.2 Reproduktion und Legitimation von Eliten .....	28
2.1.3 Geschlecht und Elite .....	31
2.2 Forschungsstand und aktuelle Datenlage .....	33
2.2.1 Soziale Ungleichheit und Elite I: Soziale Herkunft .....	33
2.2.2 Soziale Ungleichheit und Elite II: Geschlecht .....	37
2.2.3 Einstellungen, Wertorientierungen und Orientierungsmuster .....	44
2.3 Zusammenfassung und Fazit .....	61

<b>3</b>	<b>Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen</b>	<b>63</b>
3.1	Die Debatte um die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen	63
3.2	Forschungsüberblick und Forschungslücken in Deutschland	68
3.2.1	Ausmaß und Formen des Engagements	69
3.2.2	Hauptfelder gesellschaftlicher Verantwortung	72
3.2.3	Motivationen, Ziele und strategische Umsetzung	77
3.3	Die Rolle der Führungskräfte für die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen	82
3.3.1	Gesellschaftliche Verantwortung als Teil der Wirtschaftsethik	82
3.3.2	Der Einfluss individueller Merkmale auf Werte und Handlungen	85
3.3.3	Organisationsmerkmale und ethisches Handeln im Unternehmen	88
3.3.4	Der Einfluss von Führungskräften auf ethisches Unternehmenshandeln	90
3.3.5	Ethische Entscheidungen im Management: Dilemmata und Typologien	92
3.4	Zusammenfassung und Fazit	96
<b>4</b>	<b>Deutungsmuster als Gegenstand der Analyse</b>	<b>99</b>
4.1	Was sind Deutungsmuster? Merkmale und Eigenschaften	100
4.2	Deutungsmuster und Individuen: Derivationen	104
4.3	Deutungsmuster und soziale Gruppen: Milieubezug	106
4.4	Elemente und Ebenen von Deutungsmustern	108
4.5	Begriffsabgrenzung zu anderen Konzepten der Interpretation von Wirklichkeit	110
4.5.1	Habitus	110
4.5.2	Leitbilder	112
4.5.3	Diskurse	115
4.5.4	Subjektive Theorien	118
4.6	Zusammenfassung und Fazit	120
<b>5</b>	<b>Methodik der Untersuchung: Interview und Auswertung</b>	<b>123</b>
5.1	Interviewformen zur Rekonstruktion von Deutungsmustern	123
5.1.1	Das problemzentrierte Interview	124
5.1.2	Das diskursive Interview	125
5.2	Der Interview-Leitfaden	126

5.3	Durchführung der Interviews .....	130
5.4	Auswertung .....	133
5.4.1	Kodierung und Textanalyse .....	134
5.4.2	Deutungsmusteranalyse und Typenbildung .....	138
5.4.3	Orientierung an der wissenssoziologischen Diskursanalyse .....	139
5.5	Zusammenfassung und Fazit .....	142
<b>6</b>	<b>Merkmale der befragten Führungskräfte im Überblick .....</b>	<b>143</b>
6.1	Positionen und Organisationsmerkmale .....	143
6.2	Persönliche Merkmale der Befragten .....	149
6.2.1	Soziale Herkunft .....	149
6.2.2	Altersstruktur .....	150
6.2.3	Qualifikation .....	153
6.2.4	Familienstand und Kinder .....	155
6.3	Zusammenfassung und Fazit .....	156
<b>7</b>	<b>Selbstwahrnehmung und Selbstpositionierung .....</b>	<b>159</b>
7.1	Vorbilder: Bezugspersonen und Referenzgruppen .....	160
7.1.1	Vorbilder aus dem Nahbereich .....	162
7.1.2	Vorbilder aus der Ferne .....	165
7.1.3	Umgang mit Vorbildern: Feste Leitfiguren, wechselnde Vorbilder oder Distanz .....	167
7.1.4	Die Vorbilder der befragten Führungskräfte im Überblick ...	172
7.2	Persönliche Relevanzen der beruflichen Tätigkeit .....	173
7.2.1	Autonomie und Gestaltungsfreiheit .....	173
7.2.2	Gemeinsam Ziele erreichen und das Unternehmen weiter entwickeln .....	175
7.2.3	Arbeitsinhalte: Vielfalt, Koordination und Kommunikation .....	175
7.2.4	Gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, die Welt verbessern .....	176
7.2.5	Die berufliche Selbstwahrnehmung im Überblick .....	177
7.3	Gerechtigkeitsvorstellungen und Selbstpositionierungen .....	180
7.3.1	Leistungsgerechtigkeit und die Selbstpositionierung als Leistungselite .....	181
7.3.2	Leistungsgerechtigkeit gibt es nicht: Vergleiche mit Pförtnern und Popstars .....	193
7.4	Selbstwahrnehmung und Selbstpositionierungen im Überblick ...	195

<b>8</b>	<b>Deutungsmuster der Fremdwahrnehmung</b>	199
8.1	Verzerrte und realistische Wahrnehmungen	200
8.2	Ursachen für die verzerrte Wahrnehmung	202
8.2.1	Verzerrte Mediendarstellung	202
8.2.2	Fehlende Anerkennung in der deutschen „Neidgesellschaft“	208
8.3	Strategien des Umgangs mit der öffentlichen Wahrnehmung	212
8.4	Zusammenfassung und Fazit	214
<b>9</b>	<b>Deutungsmuster sozialer Ungleichheit</b>	219
9.1	Definitionen und Problembeschreibungen sozialer Ungleichheit	220
9.1.1	Ungleichheit als soziale Tatsache	220
9.1.2	Chancengleichheit in Deutschland	221
9.1.3	Soziale Ungleichheit im Zeitverlauf	222
9.2	Erklärungen für soziale Ungleichheit	223
9.2.1	Individualistische Erklärungen	224
9.2.2	Strukturalistische Erklärungen	229
9.2.3	Fatalistische Erklärungen	236
9.2.4	Zwischenfazit zu den Erklärungsansätzen	237
9.3	Lösungsvorschläge	238
9.3.1	Förderung der Chancengleichheit	238
9.3.2	Elitenförderung	241
9.3.3	Förderung von Eigenverantwortung	243
9.4	Zusammenfassung und Fazit	244
<b>10</b>	<b>Deutungsmuster der Geschlechterverhältnisse</b>	249
10.1	Aussagen zur Gleichheit bzw. Ungleichheit der Geschlechter	250
10.1.1	Männer und Frauen sind unterschiedlich	250
10.1.2	Männer und Frauen sind gleich	258
10.1.3	Geschlechterkonstruktionen im Überblick	259
10.2	Erklärungsmuster der Unterrepräsentanz von Frauen in Führungspositionen	261
10.2.1	Die strukturalistische Argumentation: Karriere und Familie schließen sich aus	261
10.2.2	Die kulturalistische Argumentation: Geschlechterrollen erschweren Karrieren	266
10.2.3	Die individualistische Argumentation: Frauen setzen andere Prioritäten	268

---

10.2.4	Die akteurszentrierte Argumentation: Frauen werden benachteiligt .....	271
10.2.5	Erklärungen der Unterrepräsentanz von Frauen in Führungspositionen im Überblick .....	273
10.3	Lösungsansätze der befragten Führungskräfte .....	274
10.3.1	Gesellschaftlicher Wandel .....	274
10.3.2	Bewusstseinswandel in der Wirtschaft .....	278
10.4	Erklärungen der sozialen Ungleichheit und Geschlechterungleichheit im Vergleich .....	281
<b>11</b>	<b>Deutungsmuster unternehmerischer Entscheidungen .....</b>	<b>287</b>
11.1	Abwägungskonflikte .....	288
11.1.1	Unternehmen versus Beschäftigte .....	288
11.1.2	Gewinn versus Gemeinwohl .....	291
11.2	Abwägungsmuster in Konflikten zwischen ethischen und ökonomischen Kriterien .....	297
11.2.1	Kein Konflikt .....	297
11.2.2	Keine Abwägung, sondern Entscheidung nach ökonomischen Kriterien .....	298
11.2.3	Abwägung zu Gunsten des Unternehmens .....	299
11.2.4	Abwägung zu Gunsten des Unternehmens, aber nicht um jeden Preis .....	303
11.2.5	Abwägung zu Gunsten ethischer Kriterien .....	304
11.3	Zusammenfassende Analyse der Konflikte und Abwägungsmuster .....	307
<b>12</b>	<b>Deutungsmuster gesellschaftlicher Verantwortung .....</b>	<b>313</b>
12.1	Bereiche gesellschaftlicher Verantwortung .....	314
12.1.1	Verantwortung innerhalb der Wirtschaft .....	316
12.1.2	Verantwortung als Staatsbürger .....	319
12.1.3	Verantwortung für die Gesellschaft .....	320
12.2	Gestaltung und Grenzen des gesellschaftlichen Engagements .....	321
12.3	Verständnisse und Zielsetzungen gesellschaftlicher Verantwortung .....	325
12.3.1	Verantwortung als Verpflichtung gegenüber der Gesellschaft .....	326
12.3.2	Verantwortung als Verbesserung der Welt .....	327
12.3.3	Verantwortung als gesellschaftspolitisches Handeln .....	329
12.3.4	Verantwortung als Win-win-Situation .....	331

---

12.4	Merkmale gesellschaftlicher Verantwortung	333
12.4.1	Effizienz- bzw. Outputorientierung	333
12.4.2	Vernetzung	335
12.5	Zusammenfassung und Fazit	335
<b>13</b>	<b>Die Deutungsmuster der Führungskräfte im Überblick</b>	<b>341</b>
13.1	Deutungsmuster als soziale Konstruktionen der Wirklichkeit	342
13.2	Zusammenfassender Überblick über die Deutungsmuster	343
13.2.1	Leistungsgerechtigkeit	343
13.2.2	Fehlende Anerkennung und Neid	345
13.2.3	Negativ verzerrte Fremdwahrnehmung	346
13.2.4	Ungleichheit als soziale Tatsache	348
13.2.5	Unaufhebbare Geschlechterungleichheit	349
13.2.6	Konflikte zwischen Unternehmen und Gesellschaft	352
13.2.7	Gesellschaftliche Verantwortung in konzentrischen Kreisen	354
13.3	Wertbezüge und persönliche Relevanzen der Führungskräfte	356
13.4	Universelle Handlungsprobleme und übergreifende Topoi	359
13.5	Differenzierungen im Material als Folge unterschiedlicher Problembetroffenheit	362
13.5.1	Individuelle Merkmale	362
13.5.2	Merkmale der Organisation	364
13.5.3	Entwurf einer Typologie von Führungskräften	365
13.5.4	Schlussfolgerungen	368
13.6	Weiterführende Überlegungen	369
	<b>Literatur</b>	<b>375</b>