

Unternehmensethiker – Schrittmacher zum legitimen Erfolg

Profil einer neuen Managementfunktion

Dissertation

der Universität St. Gallen,
Hochschule für Wirtschafts-,
Rechts- und Sozialwissenschaften (HSG)
zur Erlangung der Würde einer
Doktorin der Wirtschaftswissenschaften

vorgelegt von

Claudia Köhler Emmert

aus
Deutschland

Genehmigt auf Antrag der Herren

Prof. Dr. Peter Ulrich

und

Prof. Dr. Johannes Rüegg-Stürm

Dissertation Nr. 3135

Haupt Verlag
Bern · Stuttgart · Wien 2006

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
Inhaltsübersicht	9
Inhaltsverzeichnis	11
Einleitung	17
Zur Aktualität von Ethik für Unternehmen	17
Untersuchungsgegenstand und Forschungsfragen	20
Abgrenzung des Untersuchungsbereichs	24
Forschungsmethodik und Gang der Untersuchung	27
I Orientierung für Unternehmung und Ethikspezialisten	33
1. Die Unternehmung als ‚moralischer Akteur‘?	35
2. Herkömmliche Orientierungen auf dem Prüfstand	40
2.1 Ausrichtung an gesellschaftlichen Werten	40
2.2 Orientierung am Gewinnprinzip	45
2.3 Befolgung des Gesetzes	52
2.4 Befragung des Gewissens	56
2.5 Exkurs: Ethisch-kritische Reflexionen unter Wettbewerbsbedingungen?	59
3. Orientierung für die Unternehmung und für die Rollenkonzeption des Ethikspezialisten	63
3.1 Business Ethics als gesuchter Orientierungsansatz?	63
3.1.1 Historische Suchbewegungen	64
3.1.2 Umgang mit normativen Fragen	69
3.2 Warum die Diskursethik eine angemessene Leitidee für Unternehmung und Ethikspezialisten ist	74

3.2.1	Die Logik der Zwischenmenschlichkeit als Basis gelingender Diskurse	75
3.2.2	Das diskursethische Moralprinzip	78
3.2.3	Dialog statt Monolog	80
3.2.4	Diskursethik zum Leben bringen	83
3.2.5	Erste Implikationen für die Rollenkonzeption des Ethikspezialisten	86
3.3	Warum Unternehmensethik als Vernunftethik des Wirtschaftens die richtige weiterführende Orientierung ist	88
3.3.1	Ethische Vernunft und ökonomische Rationalität	88
3.3.2	Geschäftsintegrität und legitimer Erfolg	91
3.3.3	Mitverantwortung für die Rahmenbedingungen des Wettbewerbs	94
3.3.4	Stakeholderdialog	97
3.3.5	Implikationen für die Rollenkonzeption des Unternehmensethikers	101
4.	Die ideale Rollenkonzeption für Unternehmensethiker	104
4.1	Bezugsrahmen unternehmensethischer Entwicklung	105
4.2	Grundkriterien für eine ethisch-normative Konzeption	117
4.3	Zwischenfazit: Das integrative Rollenkonzept des Unternehmensethikers	122
II	Das ‚Ethics Officer-Konzept‘ in der Praxis der USA	129
5.	Kontext der Entstehung eines neuen Berufs	131
5.1	Veränderungen im Bewusstsein der Öffentlichkeit	131
5.2	Neue Vorgaben des US-Gesetzgebers	138
6.	Dem ‚EO-Konzept‘ im Praktikerseminar auf der Spur	143
6.1	Veranstalter, Referenten und Teilnehmende	144
6.2	Das Seminar ‚Managing Ethics in Organizations‘	146
6.2.1	Ethics Officer zwischen Gesetz und Ethik	147
6.2.2	Voraussetzungen wirksamer Ethikprogramme	151
6.2.3	Anwendung von praktischem Verfügungswissen	156
6.2.4	Umgang mit Widerstand und neuen Impulsen	161

7. Fazit: Momentaufnahme des ‚Ethics Officer-Konzepts‘	168
III Das Rollenkonzept der Ethikerin in einem europäischen Unternehmen	173
8. Überblick Forschungsmethodik und Unternehmenssituation	175
8.1 Forschungsmethodik	175
8.2 Unternehmenssituation	176
9. Die Ethikinitiative in Firmenpublikationen	179
10. Die Ethikinitiative vom Standpunkt der Interviewpartner	184
10.1 Intransparentes Ethikgesamtkonzept	185
10.1.1 „Der Anlass war Orientierungslosigkeit“	185
10.1.2 „Der Grund war vor allem der Skandal“	188
10.1.3 „Das Anliegen ist Verhaltensänderung“	189
10.1.4 „Für die Konzeption des Ethikprogramms wurde eine Spezialistin hinzugezogen“	192
10.1.5 Zwischenfazit: Gesamtkonzeption der Ethikinitiative	194
10.2 Fehlgeleitete Kommunikation	197
10.2.1 „Die Kommunikation war wenig nachdrücklich“	197
10.2.2 „An wen das Ethikprogramm gerichtet ist, ist unklar“	199
10.2.3 „Die Ethikerin sollte informieren und den Weg für Compliance-Programme bereiten“	200
10.2.4 Zwischenfazit: Die Kommunikation richtet sich primär an die externe Öffentlichkeit	201
10.3 Unglaubliche Implementierung	203
10.3.1 „Ein eigener Kodex für einzelne Unternehmensbereiche – aber keine Zeit ihn zu befolgen“	203
10.3.2 „Ethiktraining in der Weiterbildung erleben nur ganz Wenige“	206
10.3.3 „Ethik als Sache der oberen Führungskräfte“	208
10.3.4 „Die Unternehmensethikerin geht, der Compliance Officer kommt“	210
10.3.5 Zwischenfazit: Ethik wird in der Umsetzung zu Compliance	212

10.4	Teilweise unerwartete Auswirkungen	214
10.4.1	„Die Einführung des Werteprogramms hat primär die Reputation nach aussen gestärkt“	214
10.4.2	„Das Programm hat nur vereinzelt zu mehr Bewusstsein bei Geschäftspraktiken geführt“	216
10.4.3	„Die Unternehmenswerte werden als Verpflichtung der Firma Mitarbeitern gegenüber verstanden“	218
10.4.4	„Zahlreiche Umsetzungsaktivitäten in einer Tochtergesellschaft“	219
10.4.5	Zwischenfazit: Das Ethikprogramm hat die Reputation gestärkt und Erwartungen der Mitarbeiter geweckt	220
10.5	Ausbleibende Vertiefung	222
10.5.1	„Gelebte Werte und Ethikprogramm im Widerstreit“	222
10.5.2	„Das Thema Ethik stösst intern auf wenig Interesse“	224
10.5.3	„Das Programm wirkt konzeptionell fragwürdig“	225
10.5.4	„Die Implementierung verläuft oberflächlich“	227
10.5.5	„Die proklamierten Unternehmenswerte sind unglaubwürdig“	229
10.5.6	Zwischenfazit: Die Ethikinitiative bleibt stecken	232
11.	Momentaufnahme der Rollenkonzeption der Ethikerin	235
IV	Postulate für die praktische Ethikarbeit	239
12.	Besser keine Praxiskonzepte nur übernehmen!	240
12.1	Bewusstsein für kulturelle Unterschiede schaffen	240
12.2	Orientierung an ‚best practice‘ vermeiden	243
13.	Praktische Vorüberlegungen	246
13.1	Integritätsprogramm und Handlungsphasen	246
13.2	Planvolle Dramaturgie	251
13.3	Organisationales Stellenprofil	254
14.	Die Aufgaben im ‚5-Stufen-Konzept zur Geschäftsintegrität‘	258
14.1	Initiativphase – die Führungsmannschaft aktivieren	259
14.2	Aufbauphase – die Ethikinitiative gemeinsam ausarbeiten	260

14.3 Implementierungsphase – das Integritätsprogramm zum Leben bringen	267
14.4 Dynamisierungsphase – das Unternehmen durchformen	273
14.5 Legitimitätsphase – die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen mitgestalten	275
15. Berufskodex für Unternehmensethiker	277
15.1 Vorüberlegungen	277
15.2 Ethik für Ethiker: Entwurf eines Berufskodex	279
Anhang: Forschungsmethodik	287
A. Das ‚Ethics Officer-Konzept‘ in den USA	287
Problemstellung	287
Forschungsmethodik	289
Vorgehensweise	290
B. Die Rollenkonzeption der Ethikerin im europäischen Unternehmen: eine Einzelfalluntersuchung	292
Forschungsanliegen, Fragen, Annahmen und Untersuchungseinheiten	293
Ethikinitiative und Ethikprozess vom Standpunkt der Interviewpartner: Qualitative Erhebungsmethodik	295
Einschätzung der Ergebnisse anhand von Gütekriterien	304
Literaturverzeichnis	309