



Till Talaulicar

Unternehmenskodizes

Typen und Normierungsstrategien
zur Implementierung
einer Unternehmensethik



GABLER EDITION WISSENSCHAFT

Till Talaulicar

Unternehmenskodizes

GABLER EDITION WISSENSCHAFT

Till Talaulicar

Unternehmenskodizes

Typen und Normierungsstrategien
zur Implementierung
einer Unternehmensethik

Mit einem Geleitwort von Prof. Dr. Axel v. Werder

Deutscher Universitäts-Verlag

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

Dissertation Technische Universität Berlin, 2006

D 83

1. Auflage April 2006

Alle Rechte vorbehalten

© Deutscher Universitäts-Verlag | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2006

Lektorat: Brigitte Siegel / Dr. Tatjana Rollnik-Manke

Der Deutsche Universitäts-Verlag ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media.
www.duv.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: Regine Zimmer, Dipl.-Designerin, Frankfurt/Main

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

ISBN 978-3-8350-0341-5 ISBN 978-3-8350-9192-4 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-8350-9192-4

Geleitwort

Fragen der Unternehmensethik werden heute national und international lebhaft diskutiert. Zur Konjunktur des Themas haben nicht zuletzt die Unternehmensskandale der jüngeren Vergangenheit beigetragen, für die Namen wie Enron, Worldcom oder auch Berliner Bankgesellschaft nur besonders prominente Beispiele markieren. Unabhängig von diesen Einzelfällen der Wirtschaftspraxis hat sich das Thema Unternehmensethik allerdings auch als anerkanntes Teilgebiet der Betriebswirtschaftslehre seit längerem etabliert. Es geht nicht mehr um den Grundsatzstreit früherer Jahre, ob eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit unternehmensethischen Fragestellungen überhaupt möglich, geboten oder vielleicht auch gefährlich ist. Die Diskussion hat vielmehr mittlerweile einen Stand erreicht, der auch die Frage legitimiert, wie sich ethische Verhaltensweisen in einem Unternehmen implementieren lassen.

An dieser Stelle setzt die – schon von ihrem Umfang her außergewöhnliche – Dissertation von Herrn Dr. Till Talaulicar an. Herr Talaulicar untersucht die Frage, wie sich Unternehmenskodizes – unbestritten eine zentrale Komponente jeden Implementierungsmanagements der Unternehmensethik – gestalten lassen, um wirkungsvoll zu einer „Ethisierung“ der Unternehmensaktivitäten beizutragen. Ungeachtet dieser praxis- und gestaltungsorientierten Fragestellung zielt der Verfasser allerdings nicht auf die Präsentation oberflächlicher Gestaltungsempfehlungen ab, die womöglich noch in Form von Checklisten schematisch abgearbeitet werden könnten. Herr Talaulicar interessiert sich vielmehr für die Grundlagenfragen des Themas und legt seine Untersuchung dementsprechend breit und tieferschürfend an.

Im Mittelpunkt der Abhandlung steht das Anliegen, die wesentlichen Gestaltungsdimensionen unternehmensethischer Kodizes zu ermitteln und erste Empfehlungen für ihre zweckmäßige Ausgestaltung zu entwickeln. Konkreter formuliert geht es dem Verfasser um die Erarbeitung einer Kodextypologie aus gestaltungsrelevanten Kodexmerkmalen, die auf das (mehr oder weniger ethische) Verhalten der Unternehmensmitglieder einwirken können und zugleich durch das Unternehmen gezielt beeinflussbar sind. Diese Kodextypologie soll zum einen eine informative Bestandsaufnahme real vorfindbarer Unternehmenskodizes erlauben. Zum anderen wählt der Verfasser die Kodexmerkmale so aus, dass sich auf der Grundlage seiner Untersuchungen sowohl nicht-triviale als auch wohl-fundierte Empfehlungen zu ihrer Ausgestaltung ableiten lassen.

Als Ergebnis seiner außerordentlich differenzierten und stets vorsichtig abwägenden Analyse unterscheidet Herr Talaulicar zunächst als grundlegende Kodextypen regelgebundene (R-Codes) und prinzipiengebundene (P-Codes) Kodizes. Diese Zweiteilung wird nach der Art der Geltendmachung weiter verfeinert, indem restriktionsbezogene und präferenzbezogene Implementierungsstrategien für regel- bzw. prinzipiengebundene Kodizes unterschieden werden. Wie der Verfasser hervorhebt, handelt es sich bei dieser Typologisierung um die Bildung von Idealtypen, die in der Realität als Mischformen auftreten können und häufig auch auftreten werden. Gleichwohl erweist sich die Typologie als durchaus praktisch relevant, da sie zum

einen ein konzeptionell fundiertes Raster für die Beschreibung realer Kodizes zur Verfügung stellt. Zum anderen lassen sich die Idealtypen mit Blick auf ihr Potential zur Überwindung von Befolungsproblemen und Begründungsproblemen der Unternehmensethik bewerten, so dass zugleich auch präskriptive Empfehlungen zur Ausgestaltung praktischer Kodizes möglich werden.

Die glänzend geschriebene Untersuchung von Herrn Talaulicar ist – trotz ihrer Länge – gut lesbar, da der rote Faden der Gedankenführung stets erkennbar bleibt. Beeindruckend ist dabei die Fähigkeit des Verfassers, das überaus komplexe Untersuchungsfeld schrittweise zu strukturieren, Theoriekomplexe aus verschiedenen Disziplinen souverän aufzugreifen und seine Überlegungen mit Hilfe der Kodextypologie zu verdichten. Aufgrund der virtuos beherrschten Materie hat die Arbeit nicht zuletzt einen hohen Informationswert für jeden Leser, der sich grundlegend mit Fragen der Unternehmensethik und unternehmensethischer Kodizes auseinandersetzen möchte. Vor allem aber ist die Originalität der Überlegungen von Herrn Talaulicar hervorzuheben. Der Verfasser entwickelt ein eigenes, außerordentlich fundiertes System zur Einteilung unternehmensethischer Kodizes, das neben der Sortierung realer Kodizes auch sorgfältig begründete Gestaltungsempfehlungen erlaubt. Herr Talaulicar hat damit die unternehmensethische Forschung einen beachtlichen Schritt vorangebracht. Ich wünsche der ausgezeichneten Schrift die verdiente positive Resonanz in der weiteren wissenschaftlichen wie auch praktischen Auseinandersetzung mit den Fragen der Unternehmensethik.

Prof. Dr. Axel v. Werder

Vorwort

Unternehmensethische Kodizes stellen ein praktisch verbreitetes und viel untersuchtes Instrument zur Implementierung einer Unternehmensethik dar. Allerdings steht der Nachweis noch immer aus, ob und inwieweit Kodizes das Unternehmensgeschehen tatsächlich wirksam ethisieren und moralischen Normen im Unternehmen Geltung verschaffen. Zur Klärung dieser Frage werden in der vorgelegten Abhandlung die wesentlichen Gestaltungsmerkmale unternehmensethischer Kodizes analysiert, grundlegende Kodextypen bestimmt und Normierungsstrategien diskutiert, um die Geltungschancen von Kodizes zu verbessern. Auf der Basis einer normentheoretischen Grundlegung wird dabei eine gestaltungsorientierte Perspektive verfolgt, die sich auf die gezielt und kontextabhängig sinnvoll veränderbaren Kodexparameter konzentriert. Eine etwas eingehendere und dennoch rasche Orientierung über Anliegen und Aussagen der Arbeit lässt sich dem Einleitungs- und dem Schlusskapitel entnehmen.

Die vorliegende Untersuchung ist im Juni 2005 abgeschlossen und von der Fakultät VIII – Wirtschaft und Management der Technischen Universität Berlin im Wintersemester 2005/2006 als Dissertationsschrift angenommen worden. Für die Drucklegung wurden lediglich Formatierungen und das Layout an die verlegerischen Vorgaben angepasst.

Meinem Doktorvater, Herrn Professor Dr. Axel v. Werder, danke ich für das große Vertrauen, mit dem er meine Forschungen begleitet hat, und für die inhaltlichen Freiräume, die er mir als wissenschaftlichem Mitarbeiter an seinem Lehrstuhl gewährt hat. Herrn Professor Dr. Ulrich Steger gebührt mein Dank für die Erstellung des Zweitgutachtens. Zur Übernahme des Vorsitzes im Promotionsausschuss erklärte sich Herr Professor Dr. Hans Hirth bereit, wofür ich ihm ebenfalls herzlich danken möchte.

Meinen Kollegen und den Tutoren am Lehrstuhl Organisation und Unternehmensführung der Technischen Universität Berlin bin ich für eine erlebnisreiche und erfüllte Zeit verbunden. Namentlich hervorgehoben seien Herr PD Dr. Jens Grundei, der das Manuskript durchgesehen und kommentiert hat, und unser ehemaliger studentischer Mitarbeiter, Herr Dipl.-Kfm. Michal Pokorski, der sich in besonderem Maße um die – mitunter recht aufwendige – Literaturbeschaffung verdient gemacht hat. Für die sehr angenehme Zusammenarbeit bei der Erstellung der Druckfassung danke ich schließlich meiner Lektorin beim Deutschen Universitäts-Verlag, Frau Dr. Tatjana Rollnik-Manke.

Inhaltsübersicht

- 1. Kapitel: Einleitung 1
 - A. Gegenstand der Untersuchung..... 1
 - B. Gang der Untersuchung..... 2

- 2. Kapitel: Unternehmensethische Grundlegungen..... 5
 - A. Begriff und Notwendigkeit der Unternehmensethik..... 5
 - B. Ethische Theorie als moralphilosophisches Fundament der Unternehmensethik 13
 - I. Reflexionsformen der Ethik 13
 - II. Systematisierung ethischer Theorien..... 20
 - C. Grundprobleme jeder Unternehmensethik..... 24
 - I. Begründung und Befolgung moralischer Normen..... 24
 - II. Maßnahmen zur Implementierung einer Unternehmensethik 26
 - III. Ethik und Erfolg 49

- 3. Kapitel: Ethik-Kodizes als unternehmensethisches Implementierungsinstrument 115
 - A. Begründung unternehmensethischer Kodizes..... 115
 - I. Ursachen der Etablierung unternehmensethischer Kodizes 115
 - II. Funktionen unternehmensethischer Kodizes..... 121
 - III. Bedenken gegen Kodizes 145
 - B. Gestaltungsdimensionen unternehmensethischer Kodizes..... 192
 - I. Herleitung möglicher Klassifizierungsmerkmale..... 192
 - II. Norminhalt..... 202
 - III. Normimplementierung 358
 - C. Eignung unternehmensethischer Kodizes..... 537
 - I. Arten unternehmensethischer Kodizes..... 537
 - II. Arten unternehmensethischer Problemstellungen 539
 - III. Arten unternehmensethischer Anwendungskonstellationen..... 544

- 4. Kapitel: Zusammenfassung und Ausblick 559

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	XIX
Tabellenverzeichnis	XXI
Abkürzungsverzeichnis	XXIII
Symbolverzeichnis	XXIX
1. Kapitel: Einleitung	1
A. Gegenstand der Untersuchung	1
B. Gang der Untersuchung	2
2. Kapitel: Unternehmensethische Grundlegungen	5
A. Begriff und Notwendigkeit der Unternehmensethik	5
B. Ethische Theorie als moralphilosophisches Fundament der Unternehmensethik	13
I. Reflexionsformen der Ethik	13
II. Systematisierung ethischer Theorien	20
C. Grundprobleme jeder Unternehmensethik	24
I. Begründung und Befolgung moralischer Normen	24
II. Maßnahmen zur Implementierung einer Unternehmensethik	26
1. Komplementärer Charakter	26
2. Synopse prinzipieller Möglichkeiten	29
3. Ethik-Kodizes als Standardinstrument unternehmensethischer Praxis	31
a) Explikation	31
b) Praktische Bedeutung unternehmensethischer Kodizes	36
aa) Verbreitung unternehmensethischer Kodizes	36
bb) Interpretation der Befunde	43
III. Ethik und Erfolg	49
1. Rechtliche Rahmenbedingungen	49
2. Konzeptionelle Begründungen einfacher Kausalbeziehungen	53
a) Vorbemerkung	53
b) Ethische Harmoniehypothese	55
c) Konflikthypothese	66
d) Ökonomische Ermöglichungshypothese	70
e) Opportunismushypothese	76
3. Stand der empirischen Forschung	85
a) Vorgehen und Ergebnisse empirischer Untersuchungen	85
aa) Grundlegendes Design	85
bb) Messung der Variablen	87

cc) Übersicht der Befunde	89
b) Kritik des empirischen Forschungsstands	95
aa) Endogene Kritik	96
bb) Exogene Kritik	98
cc) Kontingenztheoretische Erweiterungen	100
dd) Weitere Differenzierungen	102
4. Zwischenresümee	107
3. Kapitel: Ethik-Kodizes als unternehmensethisches Implementierungsinstrument	115
A. Begründung unternehmensethischer Kodizes	115
I. Ursachen der Etablierung unternehmensethischer Kodizes	115
II. Funktionen unternehmensethischer Kodizes	121
1. Überblick	121
2. Systematik der Kodexfunktionen	126
a) Moralphilosophische Perspektive: Ethisierungsfunktion	126
b) Organisationstheoretische Perspektive: Koordinationsfunktion	128
c) Gesellschaftliche Perspektive: Legitimierungsfunktion	131
d) Rechtliche Perspektive: Deregulierungsfunktion	137
III. Bedenken gegen Kodizes	145
1. Überblick	145
2. Einteilung und Erörterung der Vorbehalte	147
a) Ethische Einwendungen	147
aa) Darlegung der Kritik	147
bb) Replik	151
a' Teleologische Gegenrede	151
b' Handlungsdeontologische Verkürzung der Kritik	153
c' Verallgemeinerbarkeit und Kategorizität der Kodexnormen	156
d' Vereinbarkeit kodifizierter Normen und persönlicher Maximen	158
e' Voraussetzungen einer angemessenen Anwendung der Kodexnormen	159
b) Emanzipatorische Einwendungen	161
aa) Darlegung der Kritik	161
bb) Replik	163
a' Grundsätzliche Zwecksetzung der Herrschaftssicherung	163
b' Grundsätzliche Tendenz zur Hierarchisierung	165
c) Empirische Einwendungen	168
aa) Darlegung der Kritik	168
a' Fehlende Kodexkonsequenzen	168
b' Fehlgehende Kodexkonsequenzen	171

bb) Replik	173
a' Verhaltensrelevanz organisationaler Maßnahmen	173
b' Empirische Bewährungen der Verhaltensrelevanz	
unternehmensethischer Kodizes	175
a" Auswahl relevanter Beiträge	175
b" Übersicht der Befunde	176
c" Methodische Bewertung	185
d" Inhaltliche Bewertung	190
B. Gestaltungsdimensionen unternehmensethischer Kodizes	192
I. Herleitung möglicher Klassifizierungsmerkmale	192
1. Normencharakter von Kodizes	192
2. Formalanalytische Betrachtung von Normen	197
3. Typologisierungrelevante Merkmale unternehmensethischer Kodizes	200
II. Norminhalt	202
1. Themenstruktur	202
a) Methodik relevanter Untersuchungen	202
b) Übersicht der Befunde	206
c) Interpretation der Befunde	222
aa) Differenzierung nach angesprochenen Stakeholdern	222
bb) Differenzierung nach materiell konkretisierten Norminhalten	225
d) Folgerungen	230
aa) Vielgestaltigkeit und Verhaltenswirksamkeit der Themenstruktur ..	230
bb) Grenzen einer themenstrukturellen Grundlegung der	
Kodexklassifizierung	234
cc) Praktische Implikationen	236
2. Formale Gestalt	238
a) Sprache	238
aa) Grundlegende Bedeutung	238
bb) Empirische Untersuchungen zur Sprache unternehmensethischer	
Kodizes	240
a' Rhetorik der Personalpronomen	241
b' Weitere Merkmale funktionaler Linguistik	244
c' Competing Values Framework	246
cc) Zusammenfassende Einschätzung	248
b) Fundierung	249
aa) Präzisierung des Merkmals	249
bb) Eignung zur Kodexklassifizierung	252
a' Empirische Befunde der Verhaltenswirkung	252
b' Konzeptionelle Überlegungen	255

cc) Praktische Implikationen	257
c) Konkretheit.....	260
aa) Dominanz des Unterscheidungsmerkmals.....	260
bb) Eingrenzung des Unterscheidungsmerkmals	265
a' Formalanalytische Abstraktion	265
b' Verbindlichkeit der Norm	267
c' Normadressaten und -benefiziare	271
d' Normkern	273
cc) Unterscheidungsmöglichkeiten des Normkerns	273
a' Merkmale der Situation	273
b' Merkmale der Handlungsweise.....	277
dd) Unterscheidung von Regeln und Prinzipien	280
a' Graduelle Unterscheidung	280
b' Qualitative Unterscheidung	282
a" Rechtstheoretische Grundzüge.....	282
(1) Ursprünge im Streit um den Rechtsbegriff.....	282
(2) Das Prinzipienargument gegen den Rechtspositivismus	287
(3) Rechtstheoretische Kritik	291
b" Vertiefende Kennzeichnung der logischen Unterscheidung	295
(1) Reichweite einer logischen Unterscheidung.....	295
(2) Strukturelle Eigenschaften.....	299
(a) Vollständige versus unvollständige Aufzählbarkeit der Ausnahmen	299
(b) Alles-oder-Nichts-Charakter von Regeln.....	301
(c) Mehr-oder-Weniger-Charakter von Prinzipien.....	305
(3) Formen der Anwendung	312
(a) Subsumtion	312
(b) Abwägung	317
(4) Kollisionsverhalten.....	324
(a) Gemeinsamkeiten von Normkonflikten.....	324
(b) Regelkonflikte.....	326
(c) Prinzipienkollisionen	328
(d) Konflikte zwischen Regeln und Prinzipien.....	343
c" Wichtige Abgrenzungen.....	344
(1) Normen und Werte	345
(a) Wertbegriff.....	345
(b) Prinzipien und Ideale	350
(2) Alternative Normkategorisierungen	351

	(a) Explizite und implizite Normen.....	352
	(b) Konditional- und Zweckprogramme.....	354
	3. Zwischenresümee.....	356
III.	Normimplementierung.....	358
	1. Generelle Bedeutung.....	358
	2. Stand der Diskussion innerhalb der Unternehmensethik.....	362
	a) Verbreitete Unterscheidungen.....	362
	b) Kritische Würdigung.....	364
	3. Organisationstheoretische Einordnung.....	368
	a) Organisationen und Organisationsnormen.....	368
	b) Theorien organisatorischer Einflussnahme.....	371
	aa) Die Organisationstypologie von <i>Etzioni</i>	371
	a' Einflussnahme und Involvement.....	371
	b' Anschlussfragen.....	374
	bb) Die soziale Einflussstheorie von <i>Kelman</i>	378
	a' Compliance, Identifizierung und Internalisierung.....	378
	b' Bewertung.....	380
	cc) Der gestaltungsorientierte Ansatz von <i>Ouchi</i>	383
	a' Markt-, Bürokratie- und Clan-Kontrolle.....	383
	b' Fokussierung der Kontrollthematik.....	386
	c' Kontingenzhypothesen.....	388
	dd) Der Bürokratieansatz von <i>Adler</i>	390
	a' Dimensionen der Formalisierung.....	390
	b' Überlegenheit des ermöglichenden Kontrollmodus.....	393
	c) Zwischenfazit.....	395
	4. Unterscheidung von Implementierungsmaßnahmen nach der Art der intendierten Geltendmachung.....	396
	a) Verhaltensbezug.....	396
	aa) Verhaltensmodell.....	396
	bb) Verhaltensprämissen.....	398
	b) Idealtypische Arten der Geltendmachung.....	401
	aa) Präferenzbasierte Implementierung.....	401
	a' Grundintention.....	401
	b' Prinzipielle Maßnahmen.....	403
	a" Partizipation.....	403
	b" Personalselektion.....	407
	c" Persuasion.....	410
	c' Wirkungsweise der Persuasionsstrategie.....	413
	a" Anwendbarkeit der Persuasionsforschung.....	413

(1) Entwicklung und Eignung	413
(2) Befunde der Yale-Studien und nachfolgender Untersuchungen	415
(a) Kommunikationsinhalt	415
(b) Kommunikator	419
(c) Kommunikationsrezipient	423
(d) Kritik	424
(3) Theoretische Integration	426
(a) Das EL-Modell	426
(b) Das HS-Modell	430
(c) Das Uni-Modell	433
(d) Bewertung	438
b" Determinanten der Persuasionsstrategie	440
(1) Kommunikationsbezogene Faktoren	441
(a) Involvement der Adressaten	441
(b) Begründung der Kodexnormen	443
(c) Glaubwürdigkeit der kodexsetzenden und -begründenden Instanz	446
(2) Normenbezogene Faktoren	450
(a) Nutznießer der Norm	450
(b) Häufigkeit der Anwendungssituation	454
(c) Komplexität der Anwendungssituation	455
d' Zusammenfassung	456
bb) Restriktionsbasierte Implementierung	459
a' Grundintention	459
b' Prinzipielle Maßnahmen	462
a" Belohnungen	462
b" Bestrafungen	466
c' Wirkungsweise der Sanktionsstrategie	470
a" Anwendbarkeit der Sanktionsforschung	470
(1) Normcharakter von Sanktionen	470
(2) Sanktionstheorien	473
(a) Vergeltung	473
(b) Abschreckung	477
(c) Besserung	482
(d) Vereinigung	484
(3) Empirische Erklärungsmodelle	485
(a) Sanktionstheoretischer Bezug	485
(b) Outputorientierte Modelle	487

(c) Prozessorientierte Modelle.....	495
b" Determinanten der Sanktionsstrategie.....	500
(1) Outputbezogene Faktoren.....	500
(a) Sanktionsstärke.....	500
(b) Sanktionswahrscheinlichkeit.....	503
(c) Sanktionsgeschwindigkeit.....	510
(2) Prozessbezogene Faktoren.....	517
(a) Achtung.....	517
(b) Anhörung.....	521
(c) Neutralität.....	523
(d) Transparenz.....	526
(3) Normenbezogene Faktoren.....	528
(a) Nutznießer der Norm.....	528
(b) Häufigkeit der Anwendungssituation.....	530
(c) Komplexität der Anwendungssituation.....	531
d' Zusammenfassung.....	533
cc) Komplementarität der Implementierungsansätze.....	534
C. Eignung unternehmensethischer Kodizes.....	537
I. Arten unternehmensethischer Kodizes.....	537
II. Arten unternehmensethischer Problemstellungen.....	539
1. Befolgungsprobleme.....	539
2. Begründungsprobleme.....	542
III. Arten unternehmensethischer Anwendungskonstellationen.....	544
1. Unternehmen.....	544
2. Adressaten.....	550
4. Kapitel: Zusammenfassung und Ausblick.....	559
Literaturverzeichnis.....	563

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ethische Harmoniehypothese.....	56
Abbildung 2: Konflikthypothese.....	66
Abbildung 3: Ökonomische Ermöglichungshypothese.....	71
Abbildung 4: Opportunismushypothese.....	76
Abbildung 5: Globalzusammenhang zwischen Ethik und Erfolg.....	108
Abbildung 6: Potpourri der Zielsetzungen unternehmensethischer Kodizes.....	125
Abbildung 7: Prozessuale Hauptkomponenten moralischen Verhaltens.....	127
Abbildung 8: Grundschemata der Regelanwendung.....	313
Abbildung 9: Lokalisierung des Gewichtungskonflikts.....	333
Abbildung 10: Begründungsstruktur konfliktlösender Gewichtungsempfehlungen.....	338
Abbildung 11: Begründung einer Gewichtungsempfehlung.....	342
Abbildung 12: Arten normativer Urteile.....	347
Abbildung 13: Direkte Wirkungszusammenhänge zwischen Einflussnahme und Involvement.....	377
Abbildung 14: Syllogismus der Urteilsfindung.....	435
Abbildung 15: Übersicht verschiedener Geltungsbegriffe.....	503
Abbildung 16: Zeitliche Bezugspunkte der Sanktionsgeschwindigkeit.....	512

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Übersicht unternehmensethischer Implementierungsmaßnahmen	30
Tabelle 2:	Übersicht bisheriger Untersuchungen der Verbreitung unternehmensethischer Kodizes	37
Tabelle 3:	Fallkonstellationen direkter Kausalbeziehungen zwischen Ethik und Erfolg ..	55
Tabelle 4:	Instrumentelle Begründungen eines Stakeholder-Managements	60
Tabelle 5:	Empirische Untersuchungen zum Zusammenhang zwischen ethischer und ökonomischer Performance	91
Tabelle 6:	Übersicht bisheriger Untersuchungen zur Effektivität unternehmensethischer Kodizes	177
Tabelle 7:	Übersicht bisheriger Untersuchungen der Themenstellungen unternehmensethischer Kodizes	207
Tabelle 8:	Strategien für ein Ethikmanagement nach <i>Paine</i>	363
Tabelle 9:	Die Organisationstypologie von <i>Etzioni</i>	373
Tabelle 10:	Prozesse der Einflussnahme nach <i>Kelman</i>	379
Tabelle 11:	Eignung verschiedener Kontrollarten nach <i>Ouchi</i>	388
Tabelle 12:	Kennzeichnung des erzwingenden und des ermöglichenden Kontrollmodus nach <i>Adler</i>	391
Tabelle 13:	Implementationskontext des erzwingenden und des ermöglichenden Kontrollmodus nach <i>Adler</i>	393
Tabelle 14:	Die Organisationstypologie von <i>Adler</i>	394
Tabelle 15:	Informationsgehalt der untersuchten Kontrollbeiträge	396
Tabelle 16:	Typologie unternehmensethischer Kodizes	538

Abkürzungsverzeichnis

Zeitschriftentitel in kursiver Schrift

ABER	<i>Akron Business and Economic Review</i>
ABLJ	<i>American Business Law Journal</i>
Abs.	Absatz
ACPI	American Institute of Certified Public Accountants
AER	<i>American Economic Review</i>
AG	<i>Die Aktiengesellschaft</i>
AICPA	American Institute of Certified Public Accountants
AJS	<i>American Journal of Sociology</i>
AME	<i>Academy of Management Executive</i>
AMJ	<i>Academy of Management Journal</i>
AMR	<i>Academy of Management Review</i>
Anm.	Anmerkung
AOS	<i>Accounting, Organizations and Society</i>
APSR	<i>American Political Science Review</i>
ARP	<i>Annual Review of Psychology</i>
ARSP	<i>Archiv für Rechts- und Sozialphilosophie</i>
ASQ	<i>Administrative Science Quarterly</i>
ASR	<i>American Sociological Review</i>
Aufl.	Auflage
B&PEJ	<i>Business & Professional Ethics Journal</i>
B&S	<i>Business & Society</i>
BB	<i>Betriebs-Berater</i>
Bd.	Band
BE	<i>Business Ethics – A European Review</i>
BEQ	<i>Business Ethics Quarterly</i>
BFuP	<i>Betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis</i>
BGH	Bundesgerichtshof
BH	<i>Business Horizons</i>
BSR	<i>Business and Society Review</i>
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
BVerfGE	Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts
BWL	Betriebswirtschaftslehre
CA	California
CEO	Chief Executive Officer
CEP	Council on Economic Priorities

CFO	Chief Financial Officer
CFP	Corporate Financial Performance
CJWB	<i>Columbia Journal of World Business</i>
CMR	<i>California Management Review</i>
CSP	Corporate Social Performance
CSR	Corporate Social Responsibility
CT	Connecticut
DB	<i>Der Betrieb</i>
DBW	<i>Die Betriebswirtschaft</i>
DC	District of Columbia
ders.	derselbe
d. h.	das heißt
DU	<i>Die Unternehmung</i>
ebd.	ebenda
EL	Elaboration Likelihood
ELM	Elaboration Likelihood Model
En.	Endnote(n)
EOA	Ethics Officers Association
EPPA	Employee Polygraph Protection Act
EPPM	Extended Parallel Process Model
et al.	et altera
etc.	et cetera
ET&P	<i>Entrepreneurship Theory and Practice</i>
EuS	<i>Ethik und Sozialwissenschaften</i>
f.	folgende (Seite)
ff.	fortfolgende (Seiten)
FCPA	Foreign Corrupt Practices Act
FL	Florida
Fn.	Fußnote(n)
FTSE 350	Gewichteter Börsenindex der 350 (nach Marktkapitalisierung) größten Unternehmen mit Notierung an der London Stock Exchange
GAAP	Generally Accepted Accounting Principles
GE	General Electric
GG	Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland
HB	<i>Handelsblatt</i>
HBR	<i>Harvard Business Review</i>
Herv.	Hervorhebung(en)
HR	<i>Human Relations</i>
hrsg.	herausgegeben

Hrsg.	Herausgeber
HS	Heuristic-Systematic
HSM	Heuristic-Systematic Model
HWB	Handwörterbuch der Betriebswirtschaft
HWFü	Handwörterbuch der Führung
HWInt	Handwörterbuch Export und Internationale Unternehmung
HWO	Handwörterbuch der Organisation (4. Aufl.: Handwörterbuch Unternehmensführung und Organisation)
HWP	Handwörterbuch des Personalwesens
HWPlan	Handwörterbuch der Planung
IA	Iowa
IAS	International Accounting Standards
i. e.	id est
i. e. S.	im engeren Sinne
IJV-BM	<i>International Journal of Value-Based Management</i>
IL	Illinois
IN	Indiana
Inc.	Incorporated
insb.	insbesondere
i. S. v.	im Sinne von
IT	Informationstechnologie
i. V. m.	in Verbindung mit
JAP	<i>Journal of Applied Psychology</i>
JASP	<i>Journal of Applied Social Psychology</i>
JBE	<i>Journal of Business Ethics</i>
JBV	<i>Journal of Business Venturing</i>
JEL	<i>Journal of Economic Literature</i>
JFB	<i>Journal für Betriebswirtschaft</i>
JFE	<i>Journal of Financial Economics</i>
JFQA	<i>Journal of Financial and Quantitative Analysis</i>
JfR	<i>Jahresschrift für Rechtspolitologie</i>
JIBS	<i>Journal of International Business Studies</i>
JITE	<i>Journal of Institutional and Theoretical Economics</i>
JM	<i>Journal of Management</i>
JMS	<i>Journal of Management Studies</i>
JOB	<i>Journal of Organizational Behavior</i>
JPE	<i>Journal of Political Economy</i>
JPSP	<i>Journal of Personality and Social Psychology</i>
Jr.	Junior

JZ	<i>Juristenzeitung</i>
KZSS	<i>Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie</i>
LRP	<i>Long Range Planning</i>
MA	Massachusetts
MBA	Master of Business Administration
MD	Maryland
MIR	<i>Management International Review</i>
MLR	<i>Michigan Law Review</i>
m. N.	mit Nachweis(en)
MN	Minnesota
MNCs	multinational corporations
MSc	<i>Management Science</i>
m. w. N.	mit weiteren Nachweisen
NE	Nebraska
NGO	Non-Governmental Organization
NJ	New Jersey
NLC	National Labor Committee
Nr.	Nummer
NY	New York
NYSE	New York Stock Exchange
o. V.	ohne Verfasser
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
OH	Ohio
OSc	<i>Organization Science</i>
OST	<i>Organization Studies</i>
PPD	The Philosophy and Policies of Dana
PR	Public Relations
PSPB	<i>Personality and Social Psychology Bulletin</i>
RFE	<i>Review of Financial Economics</i>
RCSP&P	<i>Research in Corporate Social Performance and Policy</i>
ROB	<i>Research in Organizational Behavior</i>
S.	Seite(n)
SA 8000	Social Accountability 8000
sbr	<i>Schmalenbach Business Review</i>
SEC	U.S. Securities and Exchange Commission
SMJ	<i>Strategic Management Journal</i>
SMR	<i>Sloan Management Review</i>
sog.	so genannt
Sp.	Spalte(n)

StGB	Strafgesetzbuch
TQM	Total Quality Management
Ts.	Taunus
TX	Texas
Tz.	Textziffer
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
US[A]	United States [of America]
usw.	und so weiter
v.	von
VAP	Value Added per Person
vgl.	vergleiche
Vol.	Volume
WHO	World Health Organization
WI	Wisconsin
WiSt	<i>Wirtschaftswissenschaftliches Studium</i>
YLJ	<i>Yale Law Journal</i>
z. B.	zum Beispiel
ZfB	<i>Zeitschrift für Betriebswirtschaft</i>
ZfbF	<i>Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung</i>
zfo	<i>Zeitschrift Führung + Organisation</i>
ZfU	<i>Zeitschrift für Umweltpolitik und Umweltrecht</i>
ZGR	<i>Zeitschrift für Unternehmens- und Gesellschaftsrecht</i>
ZHR	<i>Zeitschrift für das gesamte Handelsrecht und Wirtschaftsrecht</i>
zit.	zitiert
ZÖR	<i>Zeitschrift für öffentliches Recht</i>
ZStW	<i>Zeitschrift für die gesamte Strafrechtswissenschaft</i>
z. T.	zum Teil
ZWS	<i>Zeitschrift für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften</i>

Symbolverzeichnis

In der Reihenfolge des Auftretens im Text¹

s	(eine) Situation (bestimmten Typs)
h	(eine) Handlung(sweise) (bestimmten Typs)
g	(ein) Gebaren (bestimmten Typs)
→	Konditional („wenn-dann“)
v	verbindlich
O	obliged, geboten
F	forbidden, verboten
P	permitted, erlaubt
¬	Negation („nicht“)
x	Individuenvariable oder Merkmalsträger
(x)	Allquantor („Für alle x“)
A(A)	Adressat(en) einer Norm
^	Konjunktion („und“)
B(B)	Benefiziar(e) einer Norm
+	möglicher Benefiziar einer Norm
/	Schrägstrich (bzw. Bruchstrich) bedeutet, dass die links (oben) notierte Größe aktiv der rechts (unten) notierten Größe gegenübersteht
⊙	Normgeber
:	gibt zu erkennen, tut kund, verkündet
w	wörtliche Verkündung des nachstehenden Inhalts
w ^{Schrift}	wörtliche Verkündung in Schriftform des nachstehenden Inhalts
N	Norm
N _s	Sanktionsnorm
R	Regel
i	Laufindex
G	Gültigkeitsoperator
P	Prinzip
P	Präferenzoperator
M	Maßnahme, Mittel
f	Funktion

¹ Multiple Bedeutungen einzelner Symbole sind aufgrund ihrer unterschiedlichen Verwendungsweisen in den gebräuchlichen Notationen unvermeidlich. Aus dem Zusammenhang geht jedoch stets eindeutig hervor, mit welcher Bedeutung das betreffende Symbol im Text jeweils Verwendung findet.

R-Code	Regelbasierter Kodex
P-Code	Prinzipienbasierter Kodex
Pbl	Präferenzbasierte Implementierung
Rbl	Restriktionsbasierte Implementierung
∨	Disjunktion („oder“)

1. Kapitel: Einleitung

A. Gegenstand der Untersuchung

Eine praktisch relevante Unternehmensethik befasst sich nicht nur mit der Begründung, sondern auch mit der Geltendmachung moralischer Normen im unternehmerischen Kontext. Entsprechende Reflexionen sind demnach nicht darauf begrenzt, guten und gerechten Handlungsweisen ihre Gültigkeit zu erweisen. Vielmehr sind zudem Gestaltungshinweise darüber zu entwickeln, wie die Befolgungschancen dieser Normen unter den konkreten Anwendungsbedingungen der Unternehmenspraxis zu fördern sind. Eine stichhaltige Rechtfertigung der moralischen Zuträglichkeit einer Norm reicht im marktwirtschaftlichen Wettbewerb nicht hin, um die Anwendung der Norm zu motivieren. Infolgedessen gilt es zu klären, welche Maßnahmen geeignet sein können, um eine solche Anwendungslücke zu schließen. Unter den einschlägigen Instrumenten zur Implementierung einer Unternehmensethik haben unternehmensethische Kodizes seit jeher eine herausragende Position inne. Dabei handelt es sich um Dokumente, die in schriftlicher Form Handlungsgrundsätze (Normen) beschreiben, die über moralische Relevanz verfügen und für das Unternehmen verbindlich sein sollen. Ethik-Kodizes stellen nicht nur eine äußerst bekannte, sondern außerdem eine bereits sehr weit verbreitete Maßnahme zur unternehmensethischen Institutionalisierung dar.

Wenngleich unternehmensethische Kodizes sich einer großen Popularität erfreuen und inzwischen zahlreiche Untersuchungen Kodizes zum Gegenstand haben, so ist dennoch weiterhin unklar, ob und inwieweit Ethik-Kodizes im intendierten Sinne verhaltensbeeinflussend wirken und moralischen Normen im Unternehmen Geltung verschaffen, sodass sich in der Konsequenz die moralische Qualität unternehmerischer Entscheidungen verbessert. Ihre weite Verbreitung mag zwar indizieren, dass dieses Instrument gemeinhin als eine effektive Implementierungsmaßnahme erachtet wird. Der Nachweis steht allerdings noch immer aus, dass Kodizes das Unternehmensgeschehen tatsächlich wirksam ethisieren. So sind empirische Untersuchungen zu unterschiedlichen und bislang keineswegs konsistenten Befunden darüber gekommen, inwieweit ein Kodex die Handlungen der Unternehmensmitglieder tangiert.

Bereits eine etwas nähere Betrachtung macht deutlich, dass es kaum angebracht wäre anzunehmen, dass Unternehmenskodizes entweder generell nützlich oder nutzlos sind. Die Etablierung (irgend)eines (beliebigen) Kodexdokuments kann nicht genügen, um die angestrebten Ethisierungseffekte zu erreichen. Vielmehr wird die Effektivität von Kodizes davon abhängen, wie diese Dokumente ausgestaltet und in das Unternehmensgeschehen eingebunden sind. Obgleich der Gestaltung unternehmensethischer Kodizes demgemäß grundlegende Bedeutung zuzuerkennen ist, liegen bis heute nicht einmal darüber fundierte Kenntnisse vor, welche kodexbezogenen Gestaltungsparameter überhaupt verhaltensrelevant und zugleich kontextabhängig veränderbar sind. Eine derart differenzierte Sicht, die nicht nur das Vorhandensein, sondern überdies die konkrete Ausgestaltung eines Kodex berücksichtigt, ist gleichwohl not-

wendig, um das Ethisierungspotential von Kodizes genauer ausloten und im Anschluss der Praxis nicht nur ad hoc begründete Gestaltungsempfehlungen anbieten zu können.

Vor diesem Hintergrund wird in der vorliegenden Arbeit eine umfassende Analyse unternehmensethischer Kodizes erstellt, die dem Normcharakter von Kodizes entsprechend normentheoretisch geleitet ist, und eine Kodextypologie erarbeitet, die auf gestaltungsrelevanten Kodexmerkmalen gründet. Zu diesem Zweck wird eine dezidiert gestaltungsorientierte Perspektive eingenommen. Die sich ergebende Einteilung soll auf grundlegenden Kodexmerkmalen basieren, die zum einen Verhaltensrelevanz besitzen und zum anderen zugleich durch das Unternehmen gezielt beeinflussbar sind. Anderen Kodexeigenschaften wird ihre Bedeutsamkeit nicht abgesprochen. Es kann jedoch gezeigt werden, dass sich die übrigen Kodexeigenschaften deshalb nicht sinnvoll variieren lassen, weil sie entweder zu idiosynkratisch und daher als grundlegendes Gestaltungsmerkmal wenig geeignet erscheinen oder aber nur bestimmte ihrer Ausprägungen als erfolgswirksam auszuzeichnen sind. Das Anliegen der Arbeit ist somit kurz gefasst, die wesentlichen Gestaltungsdimensionen unternehmensethischer Kodizes zu ermitteln und erste Empfehlungen für ihre zweckmäßige Ausgestaltung zu entwickeln.

B. Gang der Untersuchung

Die Arbeit gliedert sich in insgesamt vier Kapitel. Nach dieser Einleitung sind zu Beginn einige Grundlagen der Unternehmensethik zu behandeln (2. Kapitel). Im Zuge dessen werden der hier angenommene Begriff der Unternehmensethik gekennzeichnet (2. Kapitel, Abschnitt A.) sowie Anliegen und Arten der Ethik knapp erörtert (Abschnitt B.). Im Anschluss werden die Grundprobleme einer praktisch relevanten Unternehmensethik markiert (Abschnitt C.), die sowohl die Gültigkeit (das heißt: die normative Begründung) als auch die Geltung (das heißt: die empirische Befolgung) unternehmensethischer Normen zu thematisieren hat. Zur Stärkung der Geltungschancen moralischer Normen steht eine Reihe unternehmensethischer Implementierungsmaßnahmen zur Auswahl, von denen Ethik-Kodizes die größte Bedeutung zukommt. In diesem Abschnitt wird daher außerdem zum einen der Begriff unternehmensethischer Kodizes genauer expliziert. Zum anderen wird die bereits sehr weite Verbreitung unternehmensethischer Kodizes belegt, die eine nähere Analyse dieses Implementierungsinstruments rechtfertigt. Schließlich erfolgt ein etwas eingehenderes Eruiere des Zusammenhangs zwischen Ethik und Erfolg. Damit ist keine konzeptionell orientierte Verhältnisbestimmung bezweckt, die an ein konkretes (Unternehmens-)Ethikverständnis gebunden ist. Stattdessen wird die empirische Beziehung zwischen den beiden Konstrukten Ethik und Erfolg ausgeleuchtet, da die Erfolgsimplikationen eines ethischen Engagements dazu beitragen können, dass Fragen der Unternehmensethik in der Praxis (noch) größere Aufmerksamkeit erfahren und in der Konsequenz das Interesse an Kodizes und ihrer zweckmäßigen Ausgestaltung (weiter) zunimmt.

Das dritte Kapitel bildet sowohl inhaltlich als auch umfänglich den Hauptteil der Arbeit. Im ersten Abschnitt (3. Kapitel, Abschnitt A. I.) werden zunächst die Triebkräfte erläutert, die eine Kodexetablierung veranlassen können. Sodann werden mit der Ethisierungs-, der Koor-

dinations-, der Legitimierungs- und der Deregulierungsfunktion vier grundlegende Zielsetzungen eingeführt, denen Kodizes dienstbar sein können (Abschnitt A. II.). Da die vorliegende Arbeit Kodizes indes als Instrument zur Implementierung einer Unternehmensethik zum Gegenstand hat, konzentriert sich der Fortgang der Untersuchung darauf, ob und inwieweit Ethik-Kodizes – in Abhängigkeit ihrer konkreten Ausgestaltung – befolgt werden und damit dem Guten und dem Gerechten im Unternehmen zur Geltung verhelfen können (Ethisierungsfunktion). Eine diesbezügliche Eignung von Kodizes wird mit ethisch-normativen, emanzipatorischen und empirischen Argumenten zum Teil fundamental in Frage gestellt (A. III.). Diese Einwendungen sind insoweit detaillierter aufzuarbeiten, als einerseits ihre Grundsatzkritik zwar zu entkräften ist. Auf der anderen Seite sind den vorgebrachten Bedenken jedoch zugleich erste Anhaltspunkte darüber zu entnehmen, was bei der Kodexgestaltung zweckmäßigerweise zu erwägen ist, um das Ethisierungspotential dieses Instruments ausschöpfen zu können.

In Abschnitt B. werden die Gestaltungsdimensionen unternehmensethischer Kodizes entfaltet. Zur Herleitung geeigneter Gestaltungsparameter wird an der Normeigenschaft von Kodizes angesetzt und demgemäß eine normentheoretische Analyse möglicher Gestaltungsvariablen vorgenommen (Abschnitt B. I.). Zur weiteren und notwendigen Einschränkung der prinzipiell (fast) unbegrenzten Gestaltungsvielfalt gilt es dabei solche Parameter zu ermitteln, die in der Weise gestaltungsrelevant sind, dass sich ihre Ausprägungen zum einen durch das Unternehmen gezielt beeinflussen lassen. Zum anderen sollen die zugehörigen Parameterausprägungen nicht unter allen Umständen entweder geeignet oder ungeeignet erscheinen, um die angestrebte Ethisierung zu erreichen. Es soll mit anderen Worten sowohl möglich als auch zweckmäßig sein, die Parameterausprägungen situationsabhängig zu variieren. Schließlich soll es sich um möglichst grundsätzliche (und nicht nur idiosynkratische) Kodexmerkmale handeln, die eine sinnvolle Typologisierung unterschiedlicher Kodexarten erlauben. Die generischen Gestaltungsdimensionen lassen sich danach einteilen, ob sie den Norminhalt (B. II.) oder die Normimplementierung (B. III.) betreffen. Im Ergebnis können bezüglich des Norminhalts prinzipienartige von regelartigen Kodizes abgegrenzt werden, wobei es sich bei Prinzipien und Regeln um Normen handelt, die in Hinblick auf ihre Struktur, ihre Anwendungsform und ihr Kollisionsverhalten abweichende Eigenschaften aufweisen. Die Art der intendierten Geltendmachung des Kodex hingegen kann entweder präferenz- oder restriktionsbezogen ausgestaltet sein. Die resultierenden Implementierungsstrategien werden als Strategien der Persuasion bzw. der Sanktion bezeichnet und ihre jeweiligen Wirkungsweisen im Detail ausgeführt.

Abschnitt C. ist ersten Einschätzungen über die Eignung unternehmensethischer Kodizes gewidmet. Auf der Basis der dargelegten Gestaltungsüberlegungen lassen sich vier Idealtypen unternehmensethischer Kodizes bilden (Abschnitt C. I.). Da die Gestaltungsdimensionen gezielt so gefasst worden sind, dass sie nicht in generell über- oder unterlegene Kodexarten münden, muss die Beurteilung der Kodexeffektivität über den Kodex selbst hinausreichen und

weitere Kennzeichen der Anwendungsbedingungen einbeziehen. Wie ergiebig die entwickelten Kodextypen und die ihnen zugrunde liegenden Wirkmechanismen sind, verdeutlicht eine erste Diskussion darüber, ob und inwieweit sich die Kodizes zur Bewältigung von unternehmensethischen Befolgings- und Begründungsproblemen anbieten (C. II.). Sodann wird der Blick auf weitere Eigenschaften der unternehmensethischen Anwendungskonstellation ausgedehnt (C. III.) und damit das Bewusstsein dafür geschärft, dass eine erfolgreiche Kodifizierungsstrategie nicht nur rein normentheoretisch fundiert sein kann, sondern zusätzlich Merkmale des Unternehmens und der Kodexadressaten zu berücksichtigen hat.

Eine Zusammenfassung der wesentlichen Befunde und ein Ausblick auf mögliche Anschlussuntersuchungen beschließen die Arbeit (4. Kapitel).

2. Kapitel: Unternehmensethische Grundlegungen

A. Begriff und Notwendigkeit der Unternehmensethik

Da unternehmensethische Kodizes der Implementierung einer Unternehmensethik dienen, ist zunächst die Notwendigkeit von Unternehmensethik in einer Marktwirtschaft zu skizzieren. Während in früheren diesem Thema gewidmeten Veröffentlichungen noch heftig über Sinn und Zweck einer Unternehmensethik gestritten wurde¹, kann heute konstatiert werden, dass zumindest über ihre Notwendigkeit keine ernsthaften Zweifel mehr vorgebracht werden². Das Fachgebiet hat sich international als eigenständige Disziplin etabliert³.

Dennoch scheint die Bestimmung von Unternehmensethik mitunter diffus oder zumindest mangelnd expliziert. Die Schwierigkeiten einer genauen Explikation des Begriffs Unternehmensethik haben einerseits dazu geführt, auf eine Begriffsklärung zu verzichten. So stellen *Randall/Gibson* fest, dass lediglich 22 % der 94 von ihnen analysierten Studien über unternehmensethische Überzeugungen und Verhaltensweisen ihren Gegenstand definierten⁴. In den übrigen Veröffentlichungen wurde der Leser darüber im Unklaren gelassen, wie in der entsprechenden Arbeit Ethik oder ethisches Verhalten verstanden wird⁵. Auf der anderen Seite ziehen undeterminierte Begriffe regelmäßig eine Vielzahl unterschiedlicher und zum Teil konkurrierender Terminologien nach sich. Bei der Untersuchung von 254 Dokumenten, die über Definitionen des Begriffs Unternehmensethik verfügen, isoliert *Lewis* 308 unterschiedli-

¹ Neben dem immer wieder zitierten und häufig verkürzt interpretierten Diktum des Nobelpreisträgers *Friedman* (1970) über die soziale Verantwortung von Unternehmen in der Marktwirtschaft (vgl. dazu auch unten, S. 67 ff. der vorliegenden Arbeit) ist im deutschen Sprachraum insbesondere auch an die skeptischen Beiträge von *Schneider* und *Hax* zu erinnern [vgl. *Schneider* (1990); *Schneider* (1991); *Hax* (1993); *Hax* (1995)], die sich allerdings im Kern lediglich auf eine in bestimmter Weise (miss-)verstandene Konzeptualisierung von Unternehmensethik bezogen haben.

² Vgl. nur sehr deutlich *Steinmann/Löhr* (1998), S. 414: „Daß Ethik im Rahmen der Unternehmensführung ... eine bedeutende Rolle spielt, bedarf mittlerweile keiner besonderen Erläuterung mehr“.

³ Vgl. bereits *Goodpaster* (1992), S. 114: „... business ethics enters the mainstream of management education and corporate policy ...“, weiterhin auch den Titel von *Langdon* (1997): „Corporate ethics are now a mainstream management issue“, sowie *Collier* (1998), S. 621: „The business ethics enterprise is now well established both academically and in terms of corporate involvement.“. Die Institutionalisierung des Feldes wird nicht zuletzt durch die Gründung eigener Fachzeitschriften [Journal of Business Ethics (gegründet 1982), Business & Professional Ethics Journal (1982), Business Ethics Quarterly (1991), Business Ethics – A European Review (1992)] und internationaler Netzwerke sowie die Einrichtung unternehmensethischer Zentren und Lehrstühle indiziert [vgl. z. B. *De George* (1987), S. 203; *Fleming* (1987), S. 1; *Stark* (1993), S. 38; *Grabner-Kräuter* (1998), S. 2].

⁴ Vgl. *Randall/Gibson* (1990), S. 461 f. Zu ähnlichen, wenngleich etwas weniger extremen Resultaten gelangt *Lewis* (1985), S. 379 f.: Nur 49 (31 %) der von ihm untersuchten Lehrbücher bzw. 20 (40 %) der insgesamt 50 betrachteten Zeitschriftenartikel, die sich mit dem Thema Ethik und Moral beschäftigen, verfügen über eine Definition des Begriffs „business ethics“.

⁵ Dies ist insoweit verwunderlich, als sich zumindest Formaldefinitionen, die für viele Untersuchungszwecke ausreichen können, recht unproblematisch formulieren lassen. Vgl. z. B. *Sims* (1992a), S. 506 im Original z. T. kursiv: „Formally defined, ethical behavior is that which is morally accepted as »good« and »right« as opposed to »bad« or »wrong« in a particular setting.“.