

Tanja Münch

# Die Wirkmächtigkeit unternehmensethischer Managementkonzepte

Qualitative Fallanalysen



Springer VS

---

# Die Wirkmächtigkeit unternehmensethischer Managementkonzepte

---

Tanja Münch

# Die Wirkmächtigkeit unternehmensethischer Managementkonzepte

Qualitative Fallanalysen

Tanja Münch  
Heidelberg, Deutschland

Die vorliegende Arbeit wurde im November 2014 als Dissertation an der Fakultät für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften der Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg angenommen.

ISBN 978-3-658-10564-8                      ISBN 978-3-658-10565-5 (eBook)  
DOI 10.1007/978-3-658-10565-5

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer VS

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, 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.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media ([www.springer.com](http://www.springer.com))

## Dank

Die vorliegende Arbeit ist eine leicht überarbeitete Version meiner Dissertation, die ich 2014 am Max-Weber-Institut für Soziologie in Heidelberg eingereicht habe. Ihre Entstehung charakterisierte eine Lebensphase, in der zahlreiche Personen einen Beitrag zum Gelingen des Projekts beigetragen haben. Allen danke ich dafür ganz herzlich.

Besonders danke ich Prof. Dr. Hansjörg Weitbrecht, meinem Doktorvater und Mentor, der mich in vielfältiger Hinsicht unterstützte. Sein soziologisches Interesse an unternehmensethischen Fragestellungen und seine Bereitschaft das Vorhaben zu betreuen, haben diese Arbeit erst ermöglicht. Unsere Diskussionen und seine wiederkehrenden analytischen Fragen haben mir immer wieder geholfen klarer zu sehen und strukturierter zu forschen. Quellen der Inspiration waren dabei vor allem die Diskussionen im Doktorandinnenkolloquium gemeinsam mit Dr. Christiane Staffhorst und Dr. Sita Schanne. Dr. Steffen Sigmund und PD Dr. Hans-Christian Krcal danke ich für die Lektüre und ausführlichen Rückmeldungen zum Text sowie die hilfreichen Fragen.

Ermöglicht wurde die Arbeit durch die Anstellung am Max-Weber-Institut für Soziologie in Heidelberg: Sie gab mir Sicherheit und eine anregende Arbeitsumgebung. Ich habe immer intellektuellen Austausch und kollegiale Unterstützung am Institut genossen, dem ich mich deshalb tief verbunden fühle. Am Institut haben mich Prof. Dr. Markus Pohlmann und sein Team aufgenommen: Dr. Stefan Bär, Dr. Michelle Flohr, Dr. Hristina Markova, Julian Klinkhammer, Dr. Sang-Hui Nam, Dr. Volker Helbig, Thorsten Zillmann, Dr. Jong-Hee Lee und Sabrina Pohlmann.

Danken möchte ich auch allen Interviewpartnern. Durch ihre Bereitschaft zum Gespräch war die empirische Arbeit erst möglich. Allen voran danke ich dem Unternehmen, das mir in einer sechsmonatigen Feldphase

einen umfassenden Einblick ermöglichte. Die vielen guten Gespräche und eine unvoreingenommene Bereitschaft zur qualitativen Feldarbeit haben ganz wesentlich das Ergebnis der Arbeit mitgetragen.

Diese Arbeit ist auch eine biographische Zäsur. Sie kennzeichnet einen Lebensabschnitt, in dem mich Freunde immer wieder ermutigt und in schwierigen Phasen unterstützt haben. Ihnen allen bin ich dafür zutiefst dankbar. Besonders danken möchte ich Dr. Renée Dillinger-Reiter für das wertvolle Lektorat in der Schlussphase des Schreibens. Ihre Rückmeldungen zu manch ungewohnten soziologischen Stilblüten haben mir geholfen, meine Argumente klarer darzustellen.

Durch diese Arbeit getragen hat mich meine Familie: Meine Schwester, meine Mutter, meine Kinder Maximilian und Tabea und vor allem mein Mann Ralf. Er hat mich immer wieder ermutigt und mir damit letztlich den Halt gegeben der notwendig war um diese Arbeit zu vollenden. Für deine Unterstützung bin ich ganz besonders dankbar – diese Arbeit widme ich dir.

# Inhalt

Abbildungsverzeichnis .....	13
Tabellenverzeichnis .....	14
Abkürzungsverzeichnis .....	15
<b>1 Einführung .....</b>	<b>17</b>
1.1 Forschungsinteresse .....	17
1.2 Untersuchungsgegenstand .....	21
1.3 Fragestellung .....	23
1.4 Argumentativer Aufbau .....	25
<b>Teil I: Konzeptioneller Rahmen.....</b>	<b>29</b>
<b>2 Grundbegriffe .....</b>	<b>31</b>
2.1 Deskriptiv verwendete Begriffe .....	31
2.1.1 <i>Korruption</i> .....	32
2.1.2 <i>Management und Managementkonzept</i> .....	34
2.1.3 <i>Wertemanagement</i> .....	36
2.2 Analytisch relevante Begriffe .....	39
2.2.1 <i>Organisation und Institution</i> .....	39
2.2.2 <i>Integrität</i> .....	41
2.2.3 <i>Wirkmächtigkeit</i> .....	43
<b>3 Wirkmächtigkeit von Managementkonzepten – Annäherung über den Stand der Forschung .....</b>	<b>47</b>
3.1 Forschung zur Wirtschafts- und Unternehmensethik .....	48
3.1.1 <i>Wirtschafts- und unternehmensethische Diskussion</i> .....	49
3.1.2 <i>Empirische Forschungsarbeiten</i> .....	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
<b>4</b>	<b>Theoretische Grundlagen</b> .....	<b>81</b>
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

<b>5</b>	<b>Begründung und methodisches Vorgehen der empirischen Untersuchung</b> .....	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> .....	134
5.3.2	<i>Dokumente als zweite Datengrundlage im Sample</i> .....	138
5.3.3	<i>Expertenwissen als Forschungsperspektive: Grundlegende Annahmen und forschungspraktisches Vorgehen</i> .....	139
5.4	Erhebungsinstrument und -methode.....	141
5.4.1	<i>Interviewleitfaden</i> .....	144
5.4.2	<i>Durchführung der Interviews</i> .....	146
5.5	Aufbereitung und Auswertung des Datenmaterials .....	147
5.5.1	<i>Erstellen von Transkriptionen und Protokollen</i> .....	148
5.5.2	<i>Theoretisch begründete Grobcodierung</i> .....	149
5.5.3	<i>Feincodierung durch induktive Ableitung</i> .....	150
5.5.4	<i>Formulierende Interpretation</i> .....	151
5.5.5	<i>Reflektierende Interpretation</i> .....	153
5.5.6	<i>Komparative Analyse</i> .....	156
5.5.7	<i>Generalisierung</i> .....	157
5.6	Qualitative Gütekriterien des Forschungsprojekts .....	158
5.6.1	<i>Validität</i> .....	159
5.6.2	<i>Reliabilität</i> .....	161
5.6.3	<i>Intersubjektive Nachvollziehbarkeit</i> .....	161
	<b>Teil II: Empirische Analysen</b> .....	163
<b>6</b>	<b>Makroanalyse: Deutungsmuster extern adressierter Erwartungen</b> .....	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	<b>Trägergruppen ethischer Erwartungen</b> .....	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	<b>Deutungsmuster externer Erwartungen</b> .....	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 wertebbezogener Grundsatz</i> .....	192
7	<b>Mesoanalyse: Repräsentationsformen des unternehmensethischen Managementkonzepts im Unternehmen EFS</b> .....	195
7.1	<i>Themensetzungsanalyse zu Zielen und Maßnahmen des WerteManagementSystems<sup>ZfW</sup></i> .....	198
7.2	<i>Einzelfallstudie: Unternehmensportrait, Anlass und Implementierung des WerteManagementSystems<sup>ZfW</sup></i> .....	201
7.2.1	<i>Kurzportrait der Unternehmensfallstudie (EFS)</i> .....	202
7.2.2	<i>Anlass zur Implementierung des WerteManagementSystems<sup>ZfW</sup></i> .....	202
7.2.3	<i>Rekonstruktion der Implementierungsschritte</i> .....	205
7.2.4	<i>Rekonstruktion der Implementierungsmethoden</i> .....	207
7.3	<i>Formalstrukturelle Repräsentation des WerteManagementSystems<sup>ZfW</sup></i> .....	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<sup>ZfW</sup> in formalen Unternehmensrichtlinien</i> .....	219
7.4	<i>Repräsentation des WerteManagementSystems<sup>ZfW</sup> 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<sup>ZfW</sup> 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
<b>8</b>	<b>Mikroanalyse: Wirkmächtigkeit von Wertemanagement im Unternehmensbezug</b> .....	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
<b>9</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick</b> .....	293
9.1	Ergebnisse in Gesamtkontext der Forschungsfrage .....	294
9.2	Ausblick .....	304
<b>Literatur</b>	.....	307
<b>Anhang</b>	.....	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

# Abbildungsverzeichnis

<i>Abbildung 1: Regelkreis der Strukturation in Anlehnung an Braun (2002: 97) .....</i>	<i>96</i>
<i>Abbildung 2: Schema des Selbst- und Fremdverstehens bei Schütz.....</i>	<i>115</i>
<i>Abbildung 3: Mehrebenen Modell des Forschungsprogramms .....</i>	<i>123</i>
<i>Abbildung 4: Verteilung der Interviews im qualitativen Sample .....</i>	<i>137</i>
<i>Abbildung 5: Organisatorische Verankerung am Bauprozess beteiligter Abteilungen .....</i>	<i>204</i>
<i>Abbildung 6: Wirkmächtigkeit des WMS im Mesobezug des Unternehmens EFS .....</i>	<i>243</i>
<i>Abbildung 7: Ordnungs- und Sinnbezüge unternehmensethischer Leitideen im Mehrebenenbezug .....</i>	<i>303</i>

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Forschungsdesiderate und Implikationen für die Analyse .....	78
Tabelle 2:	Themencluster I.1 - Wahrgenommene Erwartungen in Äußerungen der Befragten .....	168
Tabelle 3:	Verteilung der Deutungsregeln im Material .....	169
Tabelle 4:	Themencluster I.2 - Wahrgenommene Trägergruppen in Äußerungen der Befragten.....	170
Tabelle 5:	Deutungsmuster extern adressierter Erwartungen an Unternehmen.....	188
Tabelle 6:	Themencluster II.1 - WMS Ziele, thematisiert in offiziellen Dokumenten.....	199
Tabelle 7:	Themencluster II.2 - WMS Maßnahmen, thematisiert in offiziellen Dokumenten .....	199
Tabelle 8:	Themencluster II.3 - Wahrgenommene Zielsetzung des WMS bei EFS Mitarbeitern .....	200
Tabelle 9:	Themencluster II. 4 - Wahrgenommene Maßnahmen des WMS bei EFS Mitarbeitern .....	200
Tabelle 10:	Strukturelle Implementation des WMS im Geltungsbereich des Unternehmens EFS .....	220
Tabelle 11:	Strukturelle Implementation des WMS im Geltungsbereich Einkauf und Bau.....	221
Tabelle 12:	Repräsentationsformen des WMS im Unternehmen EFS.....	234
Tabelle 13:	Leitideen im Geschäftsprozess .....	247
Tabelle 14:	Handlungsrelevanz unternehmensethischer Normen .....	248
Tabelle 15:	Soziotypische Thematisierung WMS relevanter Handlungsprobleme .....	249
Tabelle 16:	Geltungskriterien institutionalisierter Leitideen im Geschäftsprozess.....	289

## Abkürzungsverzeichnis

<i>AktG</i>	<i>Aktien Gesetz</i>
<i>BPI</i>	<i>Bribe Payers Index</i>
<i>CPI</i>	<i>Corruption Perceptions Index</i>
<i>CPM<sup>ZfW</sup></i>	<i>ComplianceProgramMonitor<sup>ZfW</sup></i>
<i>CSR</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i>
<i>DCGK</i>	<i>Deutscher Corporate Governance Kodex</i>
<i>DIN EN ISO 9000</i>	<i>Europäische Normen zum Qualitätsmanagement</i>
<i>DNWE</i>	<i>Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik</i>
<i>EFS</i>	<i>Einzelfallstudie: untersuchtes Unternehmen</i>
<i>EMB</i>	<i>Eigennamen des eingetragener Vereins EMB-Wertemanagement Bau e.V.</i>
<i>FCPA</i>	<i>Foreign Corrupt Practices Act</i>
<i>ILO</i>	<i>International Labor Organization</i>
<i>NGO</i>	<i>Non-Governmental Organization</i>
<i>NOÖ</i>	<i>Neue Organisationsökonomik</i>
<i>OECD</i>	<i>Organization for Economic Co-operation and Development</i>
<i>PACI</i>	<i>Partnering Against Corruption Initiative</i>
<i>SEC</i>	<i>Security and Exchange Commission</i>
<i>SOX</i>	<i>Sarbanes-Oxley Act</i>
<i>StGB</i>	<i>Strafgesetzbuch</i>
<i>TI</i>	<i>Transparency International</i>
<i>UNO</i>	<i>United Nations Organizations</i>
<i>WMS</i>	<i>WerteManagementSystem<sup>ZfW</sup></i>
<i>ZfW</i>	<i>Zentrum für Wirtschaftsethik</i>

# 1 Einführung

## 1.1 Forschungsinteresse

Welche Wirkung hat ein Wertemanagementsystem in Unternehmen? Diese alltagspraktische Frage stand am Anfang der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit einem Konzept, das in den letzten Jahren als Lösungsansatz diskutiert wird, um unerwünschte Nebenfolgen des Wirtschaftens zu zügeln. Gelingen soll dies durch eine Bezugnahme auf moralische Wertvorstellungen. Dieser programmatische Anspruch erschien aus soziologischer Perspektive zunächst wenig plausibel: Ethisch-moralische Kriterien als systemfremde Leitideen in Wirtschaftsorganisationen sollen hier systemimmanente Rationalitätskriterien wie Renditemaximierung regulieren. Aus welchen Gründen könnten Unternehmen sich zu einem ernsthaften Befassen mit ethischen Fragen ihres Wirtschaftens genötigt sehen? Welche Effekte kann ein Wertemanagement in Unternehmen entfalten?

Es ist zu beobachten, dass in zunehmendem Maße nicht-ökonomische Erwartungen, in Form von ökologischen, sozialen oder moralischen Legitimationsforderungen, von Trägergruppen einer kritischen Öffentlichkeit an Unternehmen adressiert werden (vgl. Beschorner 2000; Kaptein und Wempe 2002; Aßländer 2011; Pohlmann 2011). Intendierte und nicht-intendierte Folgekosten wirtschaftlichen Handelns sollen antizipiert und ins Kalkül ökonomischen Handelns einbezogen werden (vgl. Grüniger 2001; Ortmann 2010). Empirische Indizien für eine zunehmende Adressierung ethisch-moralischer Anforderungen an Unternehmen sind in der quantitativen Entwicklung internationaler Nicht-Regierungsorganisationen (vgl. UIA 2013) und einer zunehmenden medialen Aufmerksamkeit

gegenüber ethischen Fragen des Wirtschaftens (vgl. Karstedt 2003) zu sehen. Dass Unternehmen an sie gerichtete ethische Erwartungen annehmen, zeigt sich in einer steigenden Nachfrage nach unternehmensethischer Expertise auf dem Arbeitsmarkt (vgl. Münch 2011) und dem Angebot an sozialtechnologischen Instrumentarien zur Bearbeitung dieser Fragen auf Unternehmensebene (vgl. imug 2012).

Die Konsequenzen dieser Orientierung können für Unternehmen von hoher ökonomischer Relevanz sein. Gelingt es, ihr Wirtschaftshandeln im Einklang mit den adressierten nicht-ökonomischen Erwartungen umzusetzen und darzustellen, dann erhöhen sie damit die Chance der Zuschreibung von Legalität und Legitimität unternehmerischer Strukturen und Prozesse (vgl. Hiß 2005; Staffhorst 2010). Die Frage der Wirkung von Wertemanagementsystemen erscheint in diesem Kontext in einer soziologisch interessanten Perspektive: Sie reformuliert sich als Ordnungsproblem. Gelingt es Unternehmen nicht, sich gegenüber diesen Ansprüchen zu behaupten dann sehen sie sich im Rampenlicht gesellschaftlicher Normierung. Managementpraktiken oder Vertriebsstrategien werden dann unter Umständen als unlauter und korrupt bewertet (vgl. Höffling 2002). Das kann ökonomische Kosten in Form von Konventionalstrafen, Reputationschäden oder Umsatzeinbußen zur Folge haben, die im Extremfall Unternehmen in ihrer Existenz bedrohen können (Berghoff und Rauh 2013).

Diese ethisch begründeten Fragen der Wirtschaftsordnung sind Gegenstand der wirtschafts- und unternehmensethischen Diskussion (vgl. Breuer et al. 2003; Beschorner et al. 2005; Weitbrecht 2010). Hier stehen sich zwei Positionen gegenüber. Beide sehen sich einer politischen Ökonomie verpflichtet und erkennen die Notwendigkeit einer wirtschaftlichen Entwicklung zum Wohle der Gesellschaft. Die Lösung des ethisch begründeten Ordnungsproblems wird auf unterschiedlichen Ebenen verortet. Eine makroorientierte Position der Wirtschaftsethik setzt sich mit der Frage politischer Bedingungen für Wirtschaftsakteure auseinander und problematisiert Anreizstrukturen auf der Ebene der politischen Rahmenordnung (vgl. Ulrich und Wieland 1998; Kumar et al. 1999; Homann 2005; Panther 2005; Ulrich 2005, 2008). Unternehmensethische Ansätze adressieren die

Meso- bzw. Mikroperspektive. Sie verorten ethische Fragen des Wirtschaftens auf der Ebene des Unternehmenshandelns und betrachten in einer ersten Perspektive das Verhältnis von Unternehmen zu ihrer Umwelt. Eine zweite unternehmensethische Perspektive erkennt die Frage ethischer Grundlagen auf der Handlungsebene von Mitarbeitern<sup>1</sup> und beantwortet sie mit der Gestaltung von betrieblichen Rahmenbedingungen und Anreizstrukturen (vgl. Steinmann und Löhr 1994; Wieland 1994; Hubig 2001; Wieland 2001; Steinmann und Olbrich 2007). Der wissenschaftliche Diskurs ist in diesem Feld weitgehend erkenntnistheoretisch ausgerichtet und strebt eine theoretische Fundierung der Wirtschafts- und Unternehmensethik an.

Eine Ausnahme bilden die Forschungen von Josef Wieland, die einen wesentlichen Bezugspunkt für die vorliegende Arbeit darstellen. Wieland formuliert neben einem erkenntnistheoretischen Interesse auch ein normatives (vgl. Wieland 2004b; Clausen 2009: 148f; Ortman 2010; Aßländer 2011). Er hat sich mit der Frage der Umsetzung unternehmensethischer Aspekte in der praktischen Betriebsführung beschäftigt und auf der Grundlage seines theoretischen Ansatzes ein Managementkonzept entwickelt, mit dem eine moralsensible Kultur in Unternehmen gestaltet werden soll (vgl. Wieland 1996, 1999, 2002a, 2004b, 2005c). Sowohl sein theoretischer Ansatz der Neuen Organisationsökonomik als auch die daraus abgeleiteten normativen Konzepte haben in der wissenschaftlichen wie anwendungsorientierten Diskussion schon fast paradigmatischen Charakter entwickelt: Zahlreiche Forschungsarbeiten und Veröffentlichungen zeugen von einer intensiven Auseinandersetzung (vgl. Kunze 2008; Küpper und Schreck 2008; Clausen 2009), eine kritische Diskussion mit den theoretischen Grundlagen ist dagegen kaum ausgeprägt (vgl. Beschorner 2002; Ortman 2010).

Eine Ausnahme bildet die Theoriekritik von Christiane Staffhorst, die die Neue Organisationsökonomik differenziert darauf hin untersucht,

---

1 Aus Gründen der Lesbarkeit wurden in dieser Arbeit ausschließlich männliche Formen verwendet. Weibliche Handlungsakteure sind bei allen Ausführungen stets ebenso angesprochen.

inwiefern dort Ansatzpunkte für Entscheidungshilfen in moralökonomischen Dilemmasituationen entwickelt werden. Staffhorst erörtert in ihrer Analyse die begrifflichen Grundlagen des Konzepts und resümiert, dass Wielands theoretischer Ansatz zwar den Anspruch erhebe, moralischen Faktoren zu einer ökonomischen Relevanz zu verhelfen, diesem aber letztlich aus theorieimmanenten Gründen nicht gerecht werde:

„Die Frage, welche Wirkungsmechanismen zwischen der Handlungs- und Strukturebene berücksichtigt werden müssen, damit die Ausgestaltung der Governancestruktur in einer Weise erfolgen kann, die es den moralischen Gütern auf personeller und auf organisatorischer Ebene möglich macht, *handlungsrelevant* zu werden, lässt die NOÖ [Neue Organisationsökonomik, TM] unbeantwortet.“ (Staffhorst 2010: 132f, Hervorh.: TM)

Das Forschungsinteresse der vorliegenden Arbeit knüpft an dieser Kritik an. Die an Unternehmen herangetragene Adressierung ökonomischer wie ethisch-moralischer Erwartungen wird als gesellschaftlich begründetes Problem aufgefasst. Unternehmen sind dieser Auffassung nach *grundsätzlich* als Organisationen des Wirtschaftssystems mit Erwartungen konfrontiert, die keinen ökonomischen Rationalitätskriterien folgen sondern systemfremd sind. Damit ist ein Spannungsfeld beschrieben, das als Ausdruck eines Wertekonfliktes zwischen ökonomischen und ethisch-moralischen Vorstellungen des wünschenswerten Wirtschaftens gedeutet wird (vgl. Staffhorst 2010: 17). Bezugspunkt der vorliegenden Betrachtung bildet kein unspezifischer, gesamtgesellschaftlicher Kollektivbegriff, sondern Ordnungsprinzipien, die von spezifischen Trägergruppen in institutionellen Settings im organisationalen Feld repräsentiert und adressiert werden (vgl. Schwinn 2001: 42f). Die Analyse wird dabei fokussiert auf eine spezifische Erwartungsadressierung: Entwicklung bzw. Gewährleistung von Integrität im Wirtschaftshandeln.

Neue, ethisch sensitive Orientierungs- und Handlungsmuster sollen sich, vermittelt durch einen organisationalen Lernprozess der Aneignung ethischer Normen (vgl. Wilkesmann 2001), an *bestimmten Werten* (wie bspw. Loyalität, Rechtschaffenheit, Verantwortlichkeit oder Integrität) ausrichten. Die vorliegende Arbeit setzt an diesem normativen Anspruch an. Ihr Forschungsinteresse beschreibt die Frage, welche Hand-

lungsrelevanz ein Wertemanagementkonzept in Unternehmen zu entfalten vermag, das Integrität im Wirtschaftshandeln als programmatische Zielsetzung verfolgt.

Um diese Frage zu erörtern erscheint es wesentlich, Bedingungsfaktoren sozialen Handelns dezidiert in den Blick zu nehmen. Dazu wird ein soziologisch begründetes Handlungsverständnis eingeführt, das angelehnt ist an die Forschungstradition Max Webers. Soziales Handeln wird demnach als Verhalten aufgefasst, das sich in seinem Ablauf auf das Verhalten Anderer bezieht (vgl. Weber 1980: 1). Handlungsleitend sind dabei zum einen Rationalitätskriterien, die ein Verhalten in spezifischen Kontexten sinnhaft anschlussfähig rahmen. Darüber hinaus wirken Ordnungskriterien, d.h. die Vorstellung situativ gültiger Regeln, ebenfalls handlungsleitend. Die Frage nach der handlungsrelevanten Wirkung eines Wertemanagements im Unternehmen muss nach diesem Verständnis insbesondere Handlungssinn und handlungsleitende institutionelle Ordnung als bedingende Faktoren in den Blick nehmen. Um diese Fragen zu erörtern, erscheint der Wirkungsbegriff zu unspezifisch und analytisch unbrauchbar. Im Rahmen der vorliegenden Analyse wird er durch den Begriff der *Wirkmächtigkeit* ersetzt, der sich an einem Weber'schen Handlungsverständnis orientiert. Die handlungsleitende Wirkung eines Wertemanagements in Unternehmen ist nach diesem Verständnis eine Frage der sozialen Ordnung und damit eine empirische Frage danach, an *welchen* Ordnungsprinzipien sich soziales Handeln in spezifischen Situationen ausrichtet.

## 1.2 Untersuchungsgegenstand

Gegenstand der Untersuchung sind unternehmensethische Managementkonzepte, deren Analyse Aufschluss darüber geben soll, wie Unternehmen an sie gerichtete ethische Anforderungen bearbeiten. Managementkonzepte können als Sozialtechnologien beschrieben werden, die zur Bearbeitung organisationsbezogener Probleme eingesetzt werden (vgl. Pongratz 2003). Unternehmensethische Managementkonzepte sind in diesem Sinne als Sozialtechnologien zu verstehen, die ausgerichtet sind auf

ethische Handlungsprobleme im Unternehmenskontext. In der vorliegenden Studie wird ein spezifisches Managementkonzept betrachtet, das das Problem organisationaler Korruption ethisch begründet bearbeitet. Vermittelt durch das Konzept soll Einfluss auf Orientierungs- und Handlungsmuster von Mitarbeitern genommen werden damit sie „zwischen Legalität und Legitimität unterscheiden und illegitimes Handeln unterlassen, auch wenn es legal sein sollte“ (Göbel 2006: 70).

Um die Wirkmächtigkeit unternehmensethischer Managementkonzepte empirisch tiefgehend zu analysieren erschien es notwendig, den Untersuchungsgegenstand systematisch einzuschränken. Dafür wurde ein unternehmensethisches Managementkonzept ausgewählt, das am Zentrum für Wirtschaftsethik<sup>2</sup> entwickelt wurde. Die Auswahl des Gegenstandes ist zum einen *inhaltlich begründet*: Das am Zentrum für Wirtschaftsethik entwickelte Konzept WerteManagementSystem<sup>ZfW</sup> (nachfolgend abgekürzt als WMS) genießt eine hohe Anerkennung in der wissenschaftlichen sowie anwendungsorientierten Öffentlichkeit und kann auf eine theoretische Fundierung der Konzeptannahme sowie seiner Umsetzung verweisen. Es erschien darüber hinaus auch *aus methodischen Gründen* sinnvoll, die Maßnahme im qualitativen Sample konstant zu halten und die Varianz in der Deutung der Maßnahme für Unternehmen bzw. den Arbeitsalltag zu untersuchen. Das Managementkonzept des Zentrums für Wirtschaftsethik bot sich forschungspragmatisch aus dem Grund an, dass dort eine Liste von Unternehmen veröffentlicht wird, die sich offen zu diesen Standards eines Integritäts- und Wertemanagements aussprechen. Im Gegensatz zu Internetrecherchen in Unternehmensdarstellungen, die meist keinen Aufschluss über die je gewählten und umgesetzten Ethikkonzepte bieten, bekennen sich die dort gelisteten Unternehmen in ihrer Außendarstellung zur Idee einer integritäts- und werteorientierten Unternehmensführung und sind daher besonders geeignet als Ausgangspunkt für eine vergleichende Analyse.

---

2 Das Zentrum für Wirtschaftsethik (ZfW) ist das wissenschaftliche Institut des Vereins Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik – EBEN Deutschland e.V. (DNWE) zur „Förderung der praxisnahen Diskussion zwischen Wirtschaft und Wissenschaft über Fragen der Wirtschafts- und Unternehmensethik“ (DNWE 1993).

### 1.3 Fragestellung

Ausgehend von der Beobachtung, dass sich Unternehmen zunehmend ökonomisch *und* moralisch mit den Folgekosten ihres Handelns beschäftigen müssen, geht die vorliegende Arbeit der Frage nach, *wie* Unternehmen diese Erwartungsadressierung deuten und sie moderieren. Die Analyse beschränkt sich dabei auf eine *bestimmte* moralische Erwartung: die *Entwicklung einer moralsensitiven Integritätskultur zur Prävention von Korruption in Unternehmen*.

Die empirische Analyse der Wirkmächtigkeit unternehmensethischer Managementkonzepte untersucht die Frage, inwieweit diese im Spannungsfeld zwischen ökonomischen und ethisch-moralischen Anforderungen des Wirtschaftens zu vermitteln vermögen. Diese Fragestellung erfordert eine Forschungsperspektive mit der einerseits dieses angenommene Spannungsfeld empirisch nachvollzogen werden kann. Andererseits muss darauf aufbauend die Frage analysiert werden können, in welcher Weise das implementierte Konzept ein empirisch nachvollzogenes Spannungsfeld auf der Ebene des Gesamtunternehmens sowie der Handlungsebene von Mitarbeitern bearbeitet. Diese Perspektive ist einem Mehrebenenansatz verpflichtet, der eine gesellschaftliche Ebene institutionalisierter Trägergruppen ebenso einbeziehen kann wie die organisationale Mesoebene formaler Regeln und Sinnzuschnitte und auch die Mikroebene der Deutungen und Handlungsorientierungen von Mitarbeitern im organisationalen Alltag aufzuschlüsseln vermag.

Die Fragestellung, welche *handlungsrelevante Wirkmächtigkeit unternehmensethische Managementkonzepte in Unternehmen* entfaltet, ist als Mehrebenenanalyse mit drei interdependenten Bezugsproblemen angelegt. Sie werden durch Thesen beschrieben, die anhand von jeweils zwei forschungsleitenden Fragen analysiert werden.

I. *Institutionell adressierte Erwartungsstrukturen kennzeichnen einen Wertekonflikt.*

In einer unternehmensvergleichenden Perspektive werden Deutungsmuster des Spannungsverhältnisses zwischen ökonomischen und nicht-ökonomischen Anforderungen des Wirtschaftens rekonstruiert. Forschungsleitend sind im ersten Analyseschritt folgende Fragen:

- Welche Adressierungen ethischer Erwartungen an Unternehmen nehmen Führungskräfte und Mitarbeiter wahr?
- Welche Trägergruppen ethischer Erwartungen nehmen Führungskräfte und Mitarbeiter wahr?

II. *Auf organisationaler Ebene von Unternehmen wird der Wertekonflikt zwischen ethisch-moralischen und ökonomischen Erwartungen strukturell und instrumentell bearbeitet.*

Ein zweiter Schritt analysiert die Implementation des Managementkonzepts anhand einer Unternehmensfallstudie, um exemplarisch zu rekonstruieren, wie die Idee ethisch-moralischer Anforderungen an Wirtschaftshandeln im Unternehmen strukturell und instrumentell bearbeitet wird. Im zweiten Schritt der Analyse sind folgende Fragen forschungsleitend:

- Wie wird die Adressierung ethischer Erwartungen im Unternehmen aufgenommen, d.h. welche internen Strategien werden ausgebildet und umgesetzt, um darauf zu reagieren?
- Wie wurde das unternehmensethische Managementkonzept im Unternehmen implementiert, d.h. welche Formen seiner Repräsentation im Unternehmenskontext können empirisch nachvollzogen werden?

III. *Das Ausmaß der Wirkmächtigkeit der Moderation im Konflikt zwischen ethisch-moralischen und ökonomischen Werten durch das Managementkonzept konstituiert sich auf der Ebene von Orientierungs- und Handlungsmustern organisationaler Akteure.*

In einem dritten Schritt wird danach gefragt, welche Auswirkungen die Normen des unternehmensethischen Managementkonzepts im exemplarisch untersuchten Fallbeispiel auf der Ebene von Deutungs- und Handlungsorientierung der Mitarbeiter entfalten. Dazu werden im dritten

Schritt folgende forschungsleitenden Fragen an das empirische Material herangetragen:

- Welche Rationalitätskriterien sind im Arbeitsalltag von Mitarbeitern und Führungskräften handlungsorientierend?
- Welche Handlungsrelevanz entfalten die Normen des unternehmensethischen Managementkonzepts im Arbeitsalltag von Mitarbeitern und Führungskräften?

## 1.4 Argumentativer Aufbau

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in zwei Teile. Im ersten Teil wird der konzeptionelle Rahmen theoretisch begründet und entwickelt, der die empirische Analyse der Unternehmensfallstudie im zweiten Teil anleitet.

Einleitend werden dazu zunächst Begriffe geklärt, die zum Verständnis der nachfolgenden Argumentation grundlegend notwendig erscheinen (Kapitel 2). Zunächst werden erklärungsbedürftige Begriffe erläutert, auf die in der Arbeit deskriptiv Bezug genommen wird: Korruption, Management sowie Managementkonzept und Wertemanagement (vgl. 2.1). Danach erfolgt die Einführung in wichtige analytische Begriffe der vorliegenden Studie: Organisation und Institution, Integrität sowie Wirkmächtigkeit (vgl. 2.2).

Zur Annäherung an die Frage der Wirkmächtigkeit unternehmensethischer Managementkonzepte und Einbettung der Fragestellung in den Stand der Forschung wird im darauffolgenden Kapitel erörtert, welche Forschungserkenntnisse zur Fragestellung bereits vorliegen und welche Desiderate erkennbar sind (Kapitel 3). Dazu wird zunächst die Forschung zur Wirtschafts- und Unternehmensethik daraufhin betrachtet, welcher Beitrag dort zur Bearbeitung des angenommenen Spannungsfeldes erarbeitet wurde (vgl. 3.1). Da sich die Fragestellung auf das spezifische Problemfeld organisationaler Korruption beschränkt, wird der Stand der Korruptionsforschung danach befragt, welche Erkenntnisse dort zur Frage der Wirkmächtigkeit von Präventionskonzepten vorliegen (vgl. 3.2). Wesentlich für die vorliegende Fragestellung erscheint schließlich die Perspektive

der organisatorischen Aneignung von Managementkonzepten. Dazu wird der Stand der Implementationsforschung danach befragt, welche Bedingungen dort zur Erklärung der Wirkmächtigkeit implementierter Programme identifiziert wurden (vgl. 3.3). Die Erkenntnisse aus dem Stand der Forschung ebenso wie die identifizierten Desiderate werden abschließend zusammengefasst und Konsequenzen für die vorliegende Analyse formuliert (vgl. 3.4).

Die vorliegende Arbeit verfolgt einen Forschungsansatz, der Fragestellung, Methode und Ergebnisdiskussion theoretisch begründet und reflektiert (Kapitel 4). Dazu werden fünf Perspektiven erörtert, die für die Analyse notwendig sind. Eine *makrologische* Perspektive erörtert zunächst die Frage, wie eine gesellschaftliche Adressierung nicht-ökonomischer Erwartungen an Unternehmen aufgefasst und begründet werden kann (vgl. 4.1). In Anlehnung an neoinstitutionalistische Organisationstheorien wird danach erörtert, dass Organisationen nicht nur ökonomische Stabilität sondern vor allem die Zuschreibung von Legitimation von spezifischen Trägergruppen zur Aufrechterhaltung ihrer Ordnung benötigen (vgl. 4.2). Unternehmensethische Managementkonzepte, die die programmatische Idee ethischer Orientierung als Korrektiv ökonomischer Renditeoptimierung vertreten, könnten dieses *makrologische* Ordnungsproblem lösen und Legitimation der Organisation gegenüber den adressierenden Trägergruppen gewährleisten. Um die Wirkmächtigkeit dieser Konzepte auf der *Mesoebene* der Organisation zu beurteilen, wird ein strukturationstheoretisches Verständnis eingeführt (vgl. 4.3). Um auch *mikrologisch* die Frage der Wirkmächtigkeit zu analysieren ist ergänzend dazu eine institutionentheoretische Perspektive notwendig, die genauer die Bedingungen betrachtet, unter denen Leitideen in spezifischen Kontexten handlungsleitend wirksam werden können (vgl. 4.4). Eine empirische Analyse, die Aussagen zur handlungspraktischen Wirkmächtigkeit formulieren will, muss schließlich theoretisch begründen wie sie Handlungsorientierung und handlungspraktischen Vollzug methodisch rekonstruieren will. Dazu werden handlungstheoretische Grundlagen erörtert (vgl. 4.5). Zum Abschluss werden

die theoretischen Annahmen in die Fragestellung der Arbeit rückgebunden und das Gesamtvorhaben als theoriegeleitetes Forschungsprogramm vorgestellt (vgl. 4.6).

Als letztes Kapitel im ersten Teil der Arbeit schließt sich die Begründung sowie Beschreibung des methodischen Vorgehens der empirischen Untersuchung an (Kapitel 5). Zunächst wird die Methode und die Konzeption der Analyse allgemein unter Bezugnahme auf das Erkenntnisinteresse begründet (vgl. 5.1), bevor das qualitative Forschungsprogramm methodologisch gerahmt wird (vgl. 5.2). Die Darstellung der Analyseschritte folgen in chronologischer Reihenfolge derart, dass jeder Schritt zunächst methodisch begründet und dann forschungspraktisch vorgestellt wird: Das qualitative Sampling (5.3), Erhebungsinstrument und –methode (5.4) und schließlich die Aufbereitung und Auswertung des Datenmaterials (5.5). Abschließend reflektiert ein eigener Abschnitt, welche Gütekriterien die Qualität des vorliegenden Forschungsprojekts angeleitet haben und wie sie umgesetzt wurden (vgl. 5.6).

Im zweiten Teil der Arbeit werden die Ergebnisse der empirischen Mehrebenenanalyse vorgestellt. Für jede Betrachtungsebene wurde ein spezifisches Bezugsproblem formuliert, das die Analyse als zu untersuchenden Fall anleitet.

Die Wirkmächtigkeit des untersuchten unternehmensethischen Managementkonzepts auf der makrologischen Betrachtungsebene Organisation-Umwelt wird über die Analyse von Deutungsmustern extern adressierter Erwartungen rekonstruiert und diskutiert (Kapitel 6). Nach einer Analyse der Themensetzung (vgl. 6.1) werden dazu Begründungsmuster und Stellungnahmen von Mitarbeitern sowie Entscheidern unterschiedlicher Unternehmen analysiert und Erwartungen sowie Trägergruppen rekonstruiert (vgl. 6.2 und 6.3). Eine Ergebnisdiskussion arbeitet Deutungsmuster externer Erwartungen heraus (vgl. 6.4).

Auf der Mesoebene untersucht das zweite Bezugsproblem die Frage, in welcher Art und Weise das unternehmensethische Managementkonzept in einem Unternehmen (EFS) eingeführt und strukturell verankert wurde (Kapitel 7). Nachdem eine Themensetzungsanalyse darüber auf-

klärt, wie Ziele und Maßnahmen des WMS in Dokumenten und Äußerungen der Befragten gerahmt werden (vgl. 7.1) wird das Unternehmen vorgestellt (vgl. 7.2) und die formalstrukturelle Repräsentation des implementierten Wertemanagements ebenso nachvollzogen (vgl. 7.3) wie seine Repräsentation in Wahrnehmungen der Mitarbeiter (vgl. 7.4). Abschließend werden organisationsbezogene Bedingungen resümiert, die als Voraussetzung der handlungspraktischen Relevanz unternehmensethischer Normen diskutiert werden (vgl. 7.5).

Das dritte Bezugsproblem erörtert die handlungsbezogene Wirkmächtigkeit von Wertemanagementsystemen auf der Mikroebene. Ausgehend von einer Themensetzungsanalyse, die Deutungs- und Handlungsorientierungen im Alltag von Mitarbeitern herausarbeitet (vgl. 8.1), werden im ersten Schritt Rationalitätskriterien im Geltungskontext des Geschäftsprozesses „Einkauf von Bauleistungen“ rekonstruiert (vgl. 8.2). Der zweite Analyseschritt arbeitet die Handlungsrelevanz unternehmensethischer Normen in Bezug auf das gesamte Sample heraus (vgl. 8.3). Abschließend wird die handlungsrelevante Institutionalisierung unterschiedlicher Rationalitätskriterien im Unternehmen diskutiert (vgl. 8.4).

Das letzte Kapitel fasst die Einzelergebnisse aller drei Analyseebenen zusammen, stellt sie in den Gesamtkontext der Fragestellung (vgl. 9.1) und schließt mit einem forschungs- wie anwendungsbezogenen Ausblick (vgl. 9.2).

# Teil I: Konzeptioneller Rahmen

## 2 Grundbegriffe

„Die Methode dieser einleitenden [...] Begriffsdefinitionen beansprucht in keiner Art: neu zu sein. Im Gegenteil wünscht sie nur, in – wie gehofft wird – zweckmäßiger [...] Ausdrucksweise zu formulieren, was jede empirische Soziologie tatsächlich meint, wenn sie von den gleichen Dingen spricht.“ (Weber 1980: 1)

Bevor die vorgestellte Fragestellung bearbeitet werden kann erscheint es notwendig, einige grundlegende Begriffe der Analyse einleitend zu definieren. Die Arbeit verortet sich grundsätzlich in einem Weberianischen Forschungsverständnis und erlaubt sich mit dem einleitenden Zitat eine Weber'sche Begründung des Kapitels. Zunächst werden drei erklärungsbedürftige Begriffe erläutert, die in der Arbeit rein deskriptiv verwendet werden (vgl. 2.1). Danach werden drei Begriffe eingeführt, die in der Analyse verwendet werden und deren Klärung daher vorab besonders relevant erscheint (vgl. 2.2).

### 2.1 Deskriptiv verwendete Begriffe

Korruption, das Phänomen das mit dem untersuchten unternehmensethischen Managementkonzept bearbeitet werden soll, wird im ersten Schritt begrifflich geklärt (vgl. 2.1.1). Mit der Definition der Begriffe Management und Managementkonzept erfolgt danach eine erste Annäherung an den Gegenstand der Analyse (vgl. 2.1.2). Vorgestellt und eingeordnet wird Wertemanagement als Untersuchungsgegenstand dann nachfolgend in einem eigenen Abschnitt (vgl. 2.1.3).

### 2.1.1 *Korruption*<sup>3</sup>

In der Literatur wird der Begriff *Korruption* nicht eindeutig definiert. Meist folgt er einer individualistischen Perspektive, die das Phänomen als Fehlverhalten im politischen oder juristischen Sinne beschreibt. Korruption wird in einem politischen Sinne meist in Anlehnung an die Definition von Transparency International aufgefasst als „Missbrauch anvertrauter Macht zum privaten Nutzen oder Vorteil“ (TI o.J.). Im Sinne dieser Definition ist Korruption an eine bestimmte Orientierung Einzelner, nämlich die des persönlich motivierten Machtmissbrauchs, gekoppelt. Für die vorliegende Analyse ist dieser Korruptionsbegriff aufgrund eines verkürzten Akteursverständnisses zu unscharf: Handelnde Akteure werden dort als opportunistische Nutzenmaximierer aufgefasst, Korruption wird als Eigennutzorientierung definiert (vgl. Münch 2011: 107). Problematisch dabei ist, dass Kontextsensitivität, die anerkennt, dass soziales Handeln durch Regeln der Umgebung vorstrukturiert, auf das Verhalten anderer Akteure bezogen und im Ablauf auch daran orientiert ist (vgl. Weber 1980),<sup>4</sup> ausgeblendet wird.

---

3 Inhalte dieses Abschnitts wurden bereits im Rahmen zweier Aufsätze der Autorin veröffentlicht (vgl. Münch und Staffhorst 2008; Münch 2011). Teile dieses Abschnitts wurden zur Erstellung eines Forschungsantrags zur Verfügung gestellt (vgl. Pohlmann et al. 2010).

4 „Verkaufte beispielsweise der Vertriebsmitarbeiter eines international tätigen Unternehmens in den Jahren 1992-2001 erfolgreich seine Produkte im chinesischen Markt und offerierte zur Pflege seiner Geschäftsbeziehungen dazu auch persönliche Geschenke (die er als betriebsbedingte Sonderausgaben legal und regelkonform abrechnen konnte), handelte er auch 2002 gemäß der politischen Begriffsdefinition nicht korrupt, wenn wir annehmen, dass sich seine Motivation zwischen 2001 und 2002 nicht verändert hat. Der Mitarbeiter handelte wahrscheinlich gemäß der an ihn gerichteten Erwartung im Sinne seiner Stellenbeschreibung. Dennoch würde die Unterstützung einer Geschäftsanbahnung durch geldwerte Zuwendungen im Jahr 2002 durch das Strafgesetzbuch mit dem StGB §299 (3) als Bestechung im ausländischen Wettbewerb bewertet und juristisch sehr wohl als „korrupt“ normiert. Auch in Unternehmen spielt der Handlungskontext von Akteuren eine große Rolle. Das Handeln als Mitarbeiter wird durch die Erwartungshaltung an die zu erledigende Aufgabe einerseits sowie durch stellenbedingte Handlungsmöglichkeiten andererseits (materielle und immaterielle Entscheidungsbefugnisse) determiniert. In diesem Beispiel ist die Annahme einer gewohnheitsmäßigen Handlung oder einer Handlung gemäß der Logik des unternehmensinternen Geschäftsprozesses, die zu einem bestimmten Zeitpunkt nicht mehr legalisierbar war, eher plausibel, als die Annahme einer Motivation, die Handlungschancen zum persönlichen Nutzen wahrnimmt.“ (Münch 2011: 107f)