

www.zfwu.de

zfwu

Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik

Journal for Business, Economics & Ethics

Archiv

Jahrgang 9, Heft 3 (2008)

zfwu

Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik
Journal for Business, Economics & Ethics

herausgegeben von

Prof. Dr. Thomas Beschorner (Montreal)
Dr. Markus Breuer (St. Gallen)
Prof. Dr. Dr. Alexander Brink (Bayreuth und Witten/Herdecke)
Dr. Bettina Hollstein (Erfurt)
Dr. Olaf J. Schumann (Frankfurt am Main)

Wissenschaftlicher Beirat

Prof. Dr. Michael S. Abbländer (Kassel)
Dr. Dr. Thomas Bausch (Berlin)
Prof. Dr. Georges Enderle (Notre Dame, USA)
Prof. Dr. Eilert Herms (Tübingen)
Prof. Dr. Hans G. Nutzinger (Kassel)
Prof. Dr. Fabienne Peter (Warwick, UK)
Prof. Dr. Reinhard Pfriem (Oldenburg)
Prof. Dr. Birger P. Priddat (Witten/Herdecke)
Prof. Dr. Andreas Suchanek (Leipzig)
Prof. Dr. Peter Ulrich (St. Gallen, Schweiz)
Prof. Dr. Dr. Johannes Wallacher (München)
Prof. Dr. Josef Wieland (Konstanz)

Berliner Forum

Rainer Hampp Verlag

ISSN 1439-880X

Impressum

Zeitschrift für Wirtschafts- und
Unternehmensethik (**zfwu**)
ISSN 1439-880X

Anschrift

Zeitschrift für Wirtschafts- und
Unternehmensethik (**zfwu**)
Goethe-Universität Frankfurt
FB02 Wirtschaftswissenschaften
Campus Westend, RuW, PF 42
Grüneburgplatz 1
60629 Frankfurt a. M. (Briefe)
60323 Frankfurt a. M. (Pakete)
Tel.: +49-(0)69-798-34685
Tel.: +49-(0)7071-964673
Mobil: +49-(0)175-1994783
E-Mail: redaktion@zfwu.de
Web: www.zfwu.de

Herausgeber der **zfwu**

Prof. Dr. Thomas Beschorner
(Montreal)
Dr. Markus Breuer (St. Gallen)
Prof. Dr. Dr. Alexander Brink
(Bayreuth und Witten/Herdecke)
Dr. Bettina Hollstein (Erfurt)
Dr. Olaf J. Schumann (Frankfurt/M.)

Herausgeber dieser Ausgabe

Prof. Dr. Frank Adloff (Berlin)
Dr. Bettina Hollstein (Erfurt)

Redaktionsassistentz

Wasilios Hariskos (Bayreuth)
E-Mail: wasilios.hariskos@zfwu.de

Covergestaltung

Dipl. Designer Steffen Anger (Stuttgart)

Druckerei

Gruner Druck GmbH (Erlangen)
E-Mail: info@gruner-druck.de

Verlag

Rainer Hampp Verlag
Marktplatz 5
D-86415 Mering
Tel.: +49(0)8233-4783
Fax: +49(0)8233-30755
Rainer_Hampp_Verlag@zfwu.de

Bezugsmöglichkeiten

Das Jahresabonnement (3 Ausgaben:
April, August und Dezember) kostet
EUR 45,00 inkl. Mehrwertsteuer und
Versand.
Studenten erhalten gegen jährliche
Vorlage der Studienbescheinigung
50% Ermäßigung. Der Bezug aus dem
Ausland ist um EUR 8,00 teurer.
Das Einzelheft kostet EUR 19,80 frei
Haus.

Copyright

Alle Rechte vorbehalten.

Hinweise für AutorInnen

Manuskripte sind, sofern es sich um
Erstveröffentlichungen handelt, der
Redaktion jederzeit willkommen. Dazu
möchten wir Sie bitten, Ihren Text
vorher in die **zfwu**-Formatvorlage zu
bringen (erhältlich bei der Redaktion
und auf unserer Homepage) und ihn
anschließend per E-Mail zu senden an:
redaktion@zfwu.de

Jeder Beitrag unterliegt einem doppelt
verdeckten Gutachterverfahren.
Publikationssprachen sind Deutsch
und Englisch.

Weitere Informationen und Autoren-
hinweise unter:

www.zfwu.de

Editorial

Seit mehr als zehn Jahren hat der sogenannte Dritte Sektor, also der gemeinnützige Bereich moderner Gesellschaften, eine besondere Aufmerksamkeit in Wissenschaft und öffentlichen Debatten gefunden. In fast allen Ländern finden wir mittlerweile einen solchen Sektor, der einen eigenständigen und expandierenden Bereich neben Familie, Wirtschaft und Staat darstellt. Typische Organisationen in diesem Bereich wie gemeinnützige Vereine, Stiftungen, zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs oder Genossenschaften sind durch besondere Eigenschaften (z. B. keine Gewinnausschüttung, ehrenamtlich Tätige, spezielle ‚Mission‘, Gemeinnützigkeit, Bereitstellung quasi-öffentlicher Güter usw.) gekennzeichnet, die eigentlich ein stärkeres Interesse der Wirtschafts- und Unternehmensethik auf sie ziehen und als eine besondere Herausforderung begriffen werden müssten. Doch eine intensivere Debatte um die wirtschaftsethischen Grundlagen des Dritten Sektors und um die Frage, was sich aus der Praxis von Nonprofit-Organisationen für wirtschafts- und unternehmensethische Fragestellungen insgesamt lernen lässt, steht im deutschsprachigen Raum noch ganz am Anfang.

Bei der Behandlung dieser Thematik rücken in dieser Ausgabe zwei Aspekte in den Vordergrund: Zum einen wird die Frage diskutiert, inwiefern die Akteure des Dritten Sektors eine spezielle Wirtschaftsweise und -ethik entwickelt haben, die ihnen als Proprium im Sinne spezifischer Rollen und Funktionen für die Gesellschaft zueignet. Unterscheiden sich die Spezifika des Dritten Sektors von denen des ‚privatnützigen‘ Bereichs? Zum anderen wird das Verhältnis von Unternehmens- und Drittem Sektor beispielsweise im Rahmen von Corporate Citizenship oder eines CSR-Managements, das oftmals eine enge Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Nonprofit-Organisationen vorsieht, thematisiert. Wie werden die unterschiedlichen Handlungslogiken beider Sektoren aufeinander bezogen, welche Spannungen bestehen und wie können sie überwunden werden? – So lauten die für diese Thematik zentralen Fragen.

Für den Hauptbeitrag konnte KARL GABRIEL (Münster) gewonnen werden, herausragender Kenner speziell christlicher Organisationen des Dritten Sektors und profiliert in sozialem Fragen. Gabriel bringt in seinem Beitrag *Wirtschaftsethik und Dritter Sektor* die Organisationen des Dritten Sektors in einen engen Zusammenhang mit dem Konzept der Zivilgesellschaft und stellt heraus, dass Solidarität ein Steuerungsmodus des Sektors ist. Im zweiten Teil des Beitrags geht es um die Frage, wie sich die Spezifika des Nonprofit-Sektors zu den beiden im deutschsprachigen Raum führenden wirtschaftsethischen Ansätzen verhalten, nämlich zur ökonomischen Theorie der Moral von Karl Homann und dem diskurstheoretischen Ansatz von Peter Ulrich. In den Korreferaten reagieren sowohl PETER ULRICH (St. Gallen) als auch INGO PIES und STEFAN HIELSCHER (Halle-Wittenberg) – jeweils als Vertreter der gerade genannten wirtschaftsethischen Ansätze – auf die von Gabriel dargestellten Herausforderungen für die Wirtschaftsethik und kommen dabei zu unterschiedlichen Einschätzungen.

Anhand der Analyse diakonischer Organisationen in Mecklenburg-Vorpommern lotet der Beitrag *Leistungsprogrammplanung karitativer Nonprofit-Organisationen als Instrument des Ethik-Controlling* von STEFFEN FLEBA und JAN WESTPHAL (Greifswald) das Spannungsfeld von betriebswirtschaftlicher Rationalität und ethischem Auftrag aus. Kom-

mentiert wird der Artikel über das Dienstleistungsangebot kirchlicher Wohlfahrtsverbände von GEORG CREMER (Deutscher Caritasverband).

JANINA CURBACH (Hamburg) analysiert in ihrem Beitrag *Zwischen Boykott und CSR* die möglichen und vielfältigen Beziehungsstrukturen – von Konflikt bis zur Partnerschaft – zwischen NGOs und Unternehmen. Ein besonderes Augenmerk wird auf die Einflussmöglichkeiten von NGOs auf Unternehmen einerseits sowie auf die Reaktionsmöglichkeiten der Unternehmen andererseits gelegt. Zuletzt nimmt die Autorin eine Fallanalyse anhand der Untersuchung von Konflikten um den Coca-Cola-Konzern vor. Das Korreferat hierzu wurde von BETTINA HOLLSTEIN (Erfurt) verfasst.

Aus einer diskursethischen Perspektive untersuchen NINA KÖNIG, JUDITH OJINAKA, CAROLA RITZENHOFF und MARLENE WALK (Osnabrück) in ihrem Beitrag *Codes of Conduct: Ein Gütesiegel für die Legitimität von NGOs?* die Legitimationsbemühungen von NGOs. Diskursiv erzeugte und rückgebundene Verhaltenskodizes können den Autorinnen zufolge durchaus einen Beitrag zur Lösung des Legitimitätsproblems von NGOs liefern. Positiv hervorgehoben werden sollte, dass die Autorinnen noch studieren und das Gutachterverfahren problemlos bestanden haben!

In dieser Ausgabe stellt des Weiteren KRISTIN VORBOHLE (Kaiserslautern) ihr Dissertationsprojekt *Kooperationen durch Promotoren – Über die Entstehung integrativer Kooperationen zur Realisierung von Corporate Social Responsibility-Projekten* vor, in dem es vornehmlich um die Rolle von Vermittlern beim Aufbau von Kooperationsbeziehungen zwischen Unternehmen und dem Nonprofit-Bereich geht.

Drei Rezensionen finden Sie sodann in dieser Ausgabe: *Integrierte Unternehmensführung – Ethisches Orientierungswissen für die Wirtschaftspraxis* (von Thomas Maak und Peter Ulrich 2007) besprochen von MICHAEL S. ABLÄNDER (Kassel); sodann *Bedeutung der Wirtschaftsethik für die marktorientierte Unternehmensführung* (von Justinus C. Pech 2007) rezensiert von JOHANNES KEPPELER (Wuppertal); sowie *Global Fair Trade – Transparenz im Welthandel. Der Weg zum gerechten Wohlstand* (von Georgios Zervas 2008) diskutiert von MARKUS RASCHKE (München).

In ihrem Praxisbeitrag *Praktische Philosophie und Unternehmensethik* erörtert INA SCHMIDT (Reinbek) die Rolle der praktischen Philosophie für ethische Beratungsprozesse sowie für die Entwicklung und Implementation unternehmensethischer Perspektiven. Das Praxisprojekt von NIKO PAECH zu *Unternehmensnetzwerke für kommunalen Klimaschutz – Das Beispiel KoBE e.V.* untersucht die Rolle, die ein Akteur des Dritten Sektors – hier ein gemeinnütziger Verein – als Mittler zwischen Unternehmen und Öffentlichkeit als Kommunikations- und Vernetzungsplattform für Anbieter des nachhaltigen, insbesondere Klima schonenden Bauens, Sanierens und Wohnens ausfüllen kann. EIKE BOHLKEN (Hannover) stellt schließlich das Forschungsinstitut für Philosophie Hannover vor.

Wir hoffen, dass es mit dieser Ausgabe gelingt, den Dialog zwischen zivilgesellschaftlichen und wirtschaftsethischen Diskursen anzuregen, interessante Perspektiven zu eröffnen und Anstöße für Forschung, Lehre und Praxis zu bieten. Beachten Sie bitte auch den Call for Papers zum 10. Jahrgang der **zfwu** am Ende des Heftes.

Frank Adloff und Bettina Hollstein

WIRTSCHAFTSETHIK UND DRITTER SEKTOR

Hrsg. von Frank Adloff und Bettina Hollstein

Hauptbeitrag

Wirtschaftsethik und Dritter Sektor

Karl Gabriel

Der Beitrag setzt bei einer Klärung der Entwicklung und der Spezifika des Dritten Sektors und seiner Organisationen ein. Dem neueren Forschungsinteresse folgend geht er auf Dritte-Sektor-Organisationen als zivilgesellschaftliche Akteure ein. Im zweiten Teil wendet sich der Beitrag den zwei führenden Ansätzen zu, die im deutschsprachigen Raum umfassende Konzeptionen von Wirtschafts- und Unternehmensethik entwickelt haben. Welchen Beitrag können die Ansätze von Karl Homann einerseits und Peter Ulrich andererseits – so wird gefragt – zu einer ethischen Reflexion des Dritten Sektors und seiner Organisationen leisten?

315

Korreferat

Zivilgesellschaft: Dritter Sektor oder Dritter Weg? – Zur wirtschaftsethischen Bedeutung des Bürgerengagements

Peter Ulrich

331

Korreferat

Der systematische Ort der Zivilgesellschaft – Welche Rolle weist eine ökonomische Theorie der Moral zivilgesellschaftlichen Organisationen in der modernen Gesellschaft zu?

Ingo Pies und Stefan Hielscher

337

Beitrag

Leistungsprogrammplanung karitativer Nonprofit-Organisationen als Instrument des Ethik-Controlling – Eine exemplarische Analyse des Portfolios diakonischer Sozialleistungsunternehmen in Vorpommern

Steffen Fleßa und Jan Westphal

345

In diesem Beitrag wird eine Portfolioanalyse für Sozialleistungsunternehmen vorgestellt und anhand des Beispiels diakonischer Unternehmen in Vorpommern erläutert. Die Analyse basiert auf einer angepassten BCG-Matrix mit den Dimensionen „Refinanzierbarkeit“ und „diakonische Auftragsbefriedigung“. Mit ihrer Hilfe können die Leistungsangebote strukturiert und ihre Stärken bzw. Schwächen analysiert werden. Es zeigt sich, dass die diakonischen Unternehmen in Vorpommern durchaus auch Geschäftsfelder mit hoher Auftragsbefriedigung abdecken, wenn diese nicht refinanzierbar sind.

Derzeit erfolgt noch eine Subventionierung dieser verlustträchtigen Geschäftsfelder durch Überschüsse in anderen Bereichen. Ob dies auf Dauer möglich ist, bleibt fraglich. Die Arbeit zeigt damit für das Beispiel der Diakonie in Vorpommern auf, dass betriebswirtschaftliche Instrumente auch zur Evaluation des eigenen ethischen Anspruches verwendet werden können, wenn sie sinnvoll adaptiert werden.

Korreferat

363 **Wann ist das Angebot diakonischer und caritativer Träger sozialer Dienstleistungen leitbildkonform?**

Georg Cremer

Beitrag

368 **Zwischen Boykott und CSR – Eine Beziehungsanalyse zu Unternehmen und NGOs**

Janina Curbach

Um zur verstehenden Analyse der vielfältigen Beziehungen zwischen dem Unternehmenssektor und Nichtregierungs-Organisationen (NGOs) beizutragen, wird im vorliegenden Artikel die Idee eines hohen gesellschaftlichen Legitimationskapitals von NGOs aufgegriffen. Darauf aufbauend werden die Strategien der Einflussnahme von NGOs und ihre Einflusschancen auf Unternehmen vorgestellt und in Beziehung zu den strategischen Reaktionsmöglichkeiten von Unternehmen gesetzt. Daraus ergibt sich eine Topographie der Beziehungen zwischen den Akteurstypen. Es wird argumentiert, dass insbesondere die Bestrebungen von Unternehmen, sich durch Corporate Social Responsibility-Engagement gesellschaftlich zu legitimieren, zu einer wichtigen Achse der strategischen Positionierung für NGOs gegenüber Unternehmen geworden ist.

Korreferat

392 **Mythos NGO? – Vom Geben und Nehmen hochlegitimer transnationaler Akteure**

Bettina Hollstein

Beitrag

396 **Codes of Conduct: Ein Gütesiegel für die Legitimität von NGOs? – Eine Untersuchung anhand der Diskurstheorie des Rechts von Jürgen Habermas**

Nina König, Judith Ojinnaka, Carola Ritzenhoff und Marlene Walk

Viele international agierende Nichtregierungs-Organisationen (NGOs) sehen sich einem Legitimationsdefizit gegenüber. Die Distanz zu den von ihrem Handeln betroffenen Personen wird zunehmend größer. Der Beitrag unter-

sucht verschiedene Ansätze zur Lösung dieses Problems, wobei die Diskurstheorie des Rechts nach Jürgen Habermas als Leitfaden dient. Anhand dieser werden auch die derzeit entstehenden Codes of Conduct von NGOs als mögliche Lösung des Legitimationsdefizits diskutiert.

Dissertation

Kooperationen durch Promotoren – Über die Entstehung integrativer Kooperationen zur Realisierung von Corporate Social Responsibility-Projekten 411

Kristin Vorboble

Rezension

Unternehmensethik für Theorie und Praxis 423

Michael S. Aßländer

Rezension

Philosophisch-theologische Wirtschaftsethik 427

Johannes Keppeler

Rezension

Neue Welthandelsordnung in Reichweite? Ein bedenkenswerter Vorschlag zur Durchsetzung sozialer und ökologischer Mindeststandards 429

Markus Raschke

Praxisbeitrag

Praktische Philosophie und Unternehmensethik – Weisheit und Wirtschaft: Konstruktiver Dialog oder Kategorienfehler? 431

Ina Schmidt

Die praktische Philosophie eröffnet durch die Klärung scheinbar selbstverständlicher Begriffe sowie individueller und kollektiver Denkgerüste, die in wirtschaftlichen Kontexten gesetzt sind, eine neu und anders ausgerichtete Perspektive in der Debatte um ethische Standards oder Perspektiven für Unternehmen. Das Ziel des philosophischen Dialogs ist die Übersetzung von theoretischen Denkansätzen in konkrete – authentische wie sinnvolle – Handlungsszenarien für unternehmensethische Fragestellungen.

Praxisprojekt

Unternehmensnetzwerke für kommunalen Klimaschutz – Das Beispiel KoBE e.V. 436

Niko Paech

	Institut
439	FIPH – Forschungsinstitut für Philosophie Hannover <i>Eike Boblken</i>
441	Ankündigung zum 24. Treffen des Berliner Forums (8./9. Mai 2009)
442	Call for Papers
444	Dank an die Gutachter(innen)
445	Jahresregister 2008