

Shaping Sustainability*

Zu den Chancen und Grenzen der diskursiven Macht multinationaler Unternehmen

NINA KOLLECK**

Der vorliegende Artikel untersucht, wie multinationale Unternehmen den Diskurs über nachhaltige Entwicklung gestalten. Es wird gezeigt, dass sich Unternehmen an den diskursiven Auseinandersetzungen beteiligen, um privatwirtschaftliche Ideen zu legitimieren. Zudem lässt sich in dem Diskurs ein eigenständiger Typ des Einflusses auffinden, der sich durch diskurs-inhärente Regeln darstellt.

Schlagwörter: Diskursive Macht von Unternehmen, Corporate Social Responsibility, Nachhaltige Entwicklung, Diskursanalyse, Sozialkonstruktivismus

Shaping Sustainability. On the chances and limits of the discursive power of multinational corporations

Recently, corporations have begun to create networks that contribute to shaping the sustainable development agenda by influencing the establishment of norms, institutions and discourses. At the same time, there is a wide consensus that the discursive power of transnational private actors has been neglected by scholars of social sciences. This paper addresses the research gap and explores how multinational companies shape the discourse on sustainable development. It is shown that corporations take part in the discursive processes in order to legitimize ideas of the business community. Furthermore, it is argued that the specific social constructions of the concept of 'sustainable development' are the results of discourse-inherent rules corporations have to deal with.

Keywords: Discursive Power of Business, Corporate Social Responsibility, Sustainable Development, Discourse Analysis, Social Constructivism

1. Einleitung

Etliche Initiativen sind bereits entstanden, die sich mit dem Thema „nachhaltige Entwicklung“ in transnational agierenden Unternehmen auseinandersetzen, und ökologi-

* Beitrag eingereicht am 30.03.2011; nach doppelt verdecktem Gutachterverfahren überarbeitete Fassung am 02.02.2012 angenommen. Die Autorin dankt den anonymen Gutachtern und den Herausgebern für hilfreiche Anregungen und konstruktive Kritik.

** Dr. rer. pol. Nina Kolleck, Freie Universität Berlin, Arnimallee 9, 14195 Berlin, Tel.: +49-(0)3083854655, E-Mail: kolleck@institutfutur.de, Forschungsschwerpunkte: Nachhaltige Entwicklung, CSR, Global Governance, Bildung für Nachhaltige Entwicklung, Methoden empirischer Sozialforschung.

sche und soziale Normen sind zu strategisch bedeutsamen Inhalten globaler Unternehmenspolitik geworden.¹ Vor allem große multinationale Unternehmen werden mit gesellschaftlichen Erwartungen konfrontiert (vgl. Wright/Rwabizambuga 2006: 92). Sie reagieren auf die neuen Entwicklungen, indem sie Netzwerke für die Gestaltung des Konzepts der nachhaltigen Entwicklung kreieren und u.a. das Ziel verfolgen, die Herausbildung von Normen, Institutionen und Diskursen gemeinsam besser zu beeinflussen. Gleichzeitig wirkt das Konzept der nachhaltigen Entwicklung wie ein „Zaubertrank“ (vgl. Beisheim/Brunnengräber 2003), dem sich kaum jemand zu entziehen vermag. Zivilgesellschaftliche Akteure, Regierungsvertreter, Medien, internationale Organisationen und Unternehmen verwenden den Begriff und erwecken den Eindruck, als würden sie dasselbe Phänomen ansprechen. Der inflationäre Gebrauch des Schlagwortes geht dabei mit einer konzeptionellen Unbestimmtheit einher. „Nachhaltige Entwicklung“ ist kein einheitlich zu operationalisierendes und ausgefeiltes Instrument. Vielmehr wird der Begriff von verschiedenen Akteuren flexibel gehandhabt und mit unterschiedlichen Inhalten gefüllt, so dass nur vermeintlich von demselben Phänomen die Rede ist.

Im Rahmen dieses Beitrags werden Antworten auf die Frage gesucht, wie multinationale Unternehmen den Diskurs über nachhaltige Entwicklung gestalten. Nicht gesucht wird nach Antworten auf die ethische Frage, ob nachhaltige Entwicklung in die Strategie von Unternehmen integriert werden sollte oder nicht. Ebenso wenig wird das Ziel verfolgt zu interpretieren, wie diskursive Einflussnahmen in der Praxis tatsächlich wirken.

Für die Auslegung von nachhaltiger Entwicklung heben Unternehmen meist die Balance zwischen ökonomischen, sozialen und ökologischen Zielen hervor, die mit Hilfe des Konzeptes gewährleistet werden soll.² Indessen stehen die drei Facetten der Nachhaltigkeit nicht per se in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander – Nachhaltigkeit impliziert Ambivalenzen; es kommt notwendigerweise zu Zielkonflikten und einer diskursiven Dynamik. Noch fehlen Regulierungen sowie staatliche bzw. internationale Kontrollen, um die jedoch gerungen wird. Deshalb ist das Thema für multinationale Unternehmen ein überaus wichtiges Betätigungsfeld zum Machterhalt. Insbesondere auch für die Legitimation marktwirtschaftlicher Strukturen und deren Anpassung an veränderte Umstände verspricht die Auseinandersetzung um das Konzept eine hohe Wirkungskraft.

In der Literatur existieren bereits viele Studien über die Auswirkungen von Globalisierung. In der Literatur wird hingegen ein Mangel an wissenschaftlichen politisch-ökonomischen Analysen über Gestaltungsmöglichkeiten von Globalisierung im Allgemeinen (vgl. Schirm 2007: 141) und von umweltpolitischen Implikationen im Besonderen (vgl. Newell 2004: 22; Ruggie 2003: 13) konstatiert. So wurde das wachsende Ausmaß der politischen Macht von Unternehmen und weiteren nicht-staatlichen Ak-

¹ Dabei sind soziale und ökologische Normen in Unternehmen nicht mit den sogenannten „business ethics“ zu verwechseln (vgl. Haufler 1999: 201).

² Zugleich wird in demselben Zusammenhang nicht selten auf eine vorrangige Berücksichtigung der ökonomischen Komponente hingewiesen (vgl. u.a. Lufthansa 2008: 10).

teuren im Zuge von Globalisierungsprozessen lange Zeit wenig berücksichtigt. Dies ist darauf zurückzuführen, dass private Akteure häufig aus einer institutionellen Perspektive betrachtet (vgl. Ruggie 2003: 13) und größtenteils mit rationalistischen Ansätzen analysiert wurden (vgl. Conzelmann/Wolf 2007), die von autonomen Entscheidungen sowie einer kausalen Einflussnahme von Akteuren auf Politikergebnisse ausgehen und u.a. den Einfluss bzw. die Gestaltung von Diskursen nicht erklären können. Um auf das theoretische Defizit in diesem Bereich zu reagieren, wurden in den letzten Jahren Ansätze entwickelt, die das Ziel verfolgen, zu einem besseren Verständnis des politischen Einflusses von Unternehmen beizutragen und die verschiedenen Dimensionen der Macht von Unternehmen im globalen Governance System zu identifizieren (vgl. u.a. Falkner 2008; Fuchs 2007; Newell 2004). Die Ansätze gehen von unterschiedlichen theoretischen Standpunkten aus; gemeinsam beobachten sie jedoch die wachsende Bedeutung der diskursiven Macht von Unternehmen sowie den Mangel an empirischen Studien auf diesem Gebiet. Dabei besitzen Definition und Operationalisierungen von Entwicklungskonzepten auch politische Implikationen. Die Ausübung diskursiver Macht durch multinationale Unternehmen kann mit erheblichen Konsequenzen für nationale und globale Problemlösungen einhergehen.

Während sozialwissenschaftliche Studien häufig nach Kausalitäten zwischen dem Handeln von Akteuren und politischen bzw. gesellschaftlichen Entwicklungen suchen, konzentriert sich diese Studie auf den Prozess der Ausübung diskursiver Macht, ohne jedoch die strukturelle Ebene sowie die Rolle des Diskurses selbst zu ignorieren. Sozialkonstruktivistische Analysen betonen die Rolle von Ideen, Normen und Identitäten, das wechselseitig konstitutive Verhältnis von Akteuren und Strukturen sowie transnationale Legitimierungsprozesse. Ein konstruktivistischer Ansatz eignet sich ebenfalls für den Ausgangspunkt dieser Analyse, da Herausbildung und Wandel von Ideen sowie der konstitutive Charakter von Diskursen hervorgehoben werden. In Bezug auf methodologische Untersuchungen diskursiver Macht offenbaren sich zugleich Leerstellen. Im Folgenden wird auf diskursanalytische Elemente zurückgegriffen, die dazu beitragen, die Ausübung diskursiver Macht zu analysieren.³

Zugleich konzentriert sich dieser Beitrag auf eine Fallstudie. Die Mitglieder des pansektoral organisierten Unternehmensnetzwerks Econsense⁴ werden als typische Beispiele für das Forschungsgebiet verstanden. Econsense bezeichnet sich selbst als Forum, Unternehmensnetzwerk oder Think Tank und wurde im Jahr 2000 mit dem Ziel etabliert, die Entwicklung gemeinsamer Positionen multinationaler Konzerne über nachhaltige Entwicklung zu fördern und vor Stakeholdern zu vertreten. Die Mitglieder⁵ des Netzwerkes sind global agierende Unternehmen, die das Ziel verfolgen, Prin-

³ Die methodologische Untersuchung wird durch die Adaption eines (zunächst) akteurszentrierten Blickwinkels ermöglicht und zugleich als einzelner, sequenzieller Schritt im gesamten Analyseprozess verstanden (vgl. Blatter et al. 2007: 161).

⁴ Für seine Corporate Identity greift das Unternehmensnetzwerk auf das Logo „econsense“ zurück und schreibt sich selbst auch zu Satzbeginn mit einem kleinen Initial. In diesem Beitrag wird hingegen auf die grammatikalisch korrekte Schreibweise zurückgegriffen.

⁵ Econsense setzt sich zum Zeitpunkt der Datenerhebung für diesen Beitrag im Jahr 2008 aus 25 Mitgliedern zusammen. Mitglieder waren folgende Unternehmen: Allianz, BASF, Bayer, BMW

zipien der nachhaltigen Entwicklung in ihre Unternehmensstrategie zu integrieren, den globalen Diskurs gemeinsam zu prägen und privatwirtschaftliche Interessen zu legitimieren. Da sich das Netzwerk aus einer überschaubaren Anzahl an Mitgliedern zusammensetzt, die zugleich aus verschiedenen Branchen stammen, erweist sich die Fallstudie als besonders fruchtbare Methode. Nicht zuletzt werden ausschließlich große multinationale Unternehmen aus verschiedenen Sektoren in die Analyse integriert. Das Datenmaterial für die empirische Analyse setzt sich zusammen aus sämtlichen Dokumenten, die von Econsense sowie von den Econsense-Mitgliedern zum Thema nachhaltige Entwicklung bis zum Jahr 2010 publiziert wurden.⁶ Wichtig ist zu beachten, dass Econsense-Unternehmen ihren Hauptsitz und Ursprung in verschiedenen Ländern haben. Jedes Mitglied des Netzwerkes besitzt jedoch eine Niederlassung in Deutschland.

Im Unterschied zum angelsächsischen Raum besaß Deutschland lange Zeit ein sozialstaatlich geprägtes Bild von Unternehmen in der Gesellschaft (vgl. u.a. Backhaus-Maul et al. 2008: 16ff.; Hiß 2009). Mittlerweile wird in der Literatur allerdings beobachtet, dass die Motivation für die Berücksichtigung gesellschaftlicher Verantwortung auch in Deutschland nicht mehr „implizit in das institutionelle Setting eingewoben“, sondern „als eine explizit freiwillige Angelegenheit der Unternehmen verstanden“ wird (Hiß 2009: 295).⁷

Der vorliegende Beitrag zeigt, dass multinationale Unternehmen diskursive Macht implementieren, um privatwirtschaftliche Interessen zu legitimieren. Zudem wird demonstriert, dass sich im Diskurs selbst ein eigenständiger Typ des Einflusses auffinden lässt, der sich durch diskurs-inhärente Regeln darstellt. Nach den einleitenden Erwägungen wird zunächst die methodologische Orientierung des Beitrags vorgestellt. In diesem Sinne wendet sich das zweite Kapitel den Konzepten „Diskurs“ und „diskursive Macht“ sowie den für diesen Beitrag zentralen diskursanalytischen Bausteinen zu und diskutiert Möglichkeiten der Analyse diskursiver Gestaltungen. Der dritte Abschnitt analysiert die Verwendung diskursiver Machtmittel wie Story-lines, Euphemismen und sprachliche Wendungen⁸. Erkenntnisse, die mit Hilfe diskursanalytischer Elemente gewonnen wurden, führen den Beitrag im fünften Kapitel zu der Frage nach

Group, Bosch, DaimlerChrysler, Deutsche Bahn, Deutsche Bank, Deutsche Telekom, EnBW, E.ON, Evonik industries, Evonik Degussa, HeidelbergCement, Linde, Lufthansa, RWE, SAP, Siemens, Tetra Pak, ThyssenKrupp, TUI, VCI, Vodafone und Volkswagen. Evonik Degussa trat im Jahr 2008 aus dem Netzwerk aus. Hinzugetreten sind im Jahr 2009 Deloitte und im Jahr 2010 PricewaterhouseCoopers, Ernst & Young, die Deutsche Börse sowie DuPont. Mittlerweile hat Econsense weitere Mitglieder dazugewonnen.

⁶ Dabei leistet das Computerprogramm ATLAS.ti gute Unterstützung.

⁷ In Anlehnung an die VoC (Varieties of Capitalism)-Perspektive wird in der wissenschaftlichen Literatur argumentiert, dass eine zunehmende Integration von CSR durch Unternehmen mit Hauptsitz in Deutschland darauf hinweise, dass sich das deutsche Modell des „CME“ (Coordinated Market Economy) zunehmend zugunsten des Modells des „LME“ (Liberal Market Economy) entwickle (Kinderman 2008: 31–32).

⁸ Sprachliche Analysen werden angedeutet – ausführliche Feinanalysen sind in diesem Kontext nicht möglich.

den Regeln des Diskurses und den Grenzen diskursiver Macht. In diesem Kontext wird deutlich, dass Unternehmen nicht nur bewusst nach der Prägung des Diskurses streben, sondern zugleich selbst zur Übernahme diskursiv-inhärenter Regeln gezwungen sind: Offenbar haben wir es hier mit einem eigenständigen Typ des Einflusses zu tun, der den Regeln des Diskurses selbst zu Grunde liegt. Der Artikel schließt mit einem Ausblick.

2. Diskurse, diskursive Macht und die Analyse diskursiver Gestaltungen

„Diskurs“ wird in der Wissenschaft unterschiedlich definiert. Selbst Foucault gebraucht den Begriff nicht einheitlich und teils kontrovers (vgl. Reisigl 2006). Je nachdem auf welchen Ideen sie basieren, weisen auch Diskursanalysen ein unterschiedliches Diskursverständnis auf. In der Literatur wird meist zwischen den Diskursbegriffen von Habermas (vgl. u.a. 1981) und von Foucault (vgl. u.a. 1971; 1983) differenziert. Dieser Beitrag greift auf einen durch Foucault geprägten und von verschiedenen Diskursanalytikern (vgl. u.a. Hajer 1995; Jäger 2004; Keller 2004) weiterentwickelten Begriff zurück.

Foucault bezieht „Diskurs“ im Unterschied zu „Diskussion“ auf die Produktion eines Sinnzusammenhanges, der sich in dem Verständnis von Wirklichkeit manifestiert (vgl. Foucault 1981). Diskurse sind damit eng verbunden mit Macht und Wissen (vgl. Waldschmidt et al. 2006: 200). Sie kennzeichnen die Herausbildung von Zuschreibungen und Relationen, in denen wir Phänomene denken. Diskurse definieren innerhalb eines bestimmten Zusammenhanges, was sagbar ist, was gesagt oder nicht gesagt werden soll und von wem was wann und in welcher Form gesagt werden darf. Sie formen Wahrnehmungen, Identitäten und Interpretationen. Diskurse produzieren und strukturieren Realität, bestimmen das Handeln von Menschen und Institutionen und haben damit eine erhebliche Auswirkung auf politische Aktionen und Ergebnisse. Neben dem Econsense-Diskurs über Nachhaltigkeit sind somit auch Aktivitäten weiterer Akteure (bspw. Umweltverbände, staatliche Institutionen etc.) sowie auch der vorliegende Artikel Teil des Diskurses.

In diesem Beitrag wird auf diskursanalytische Elemente zurückgegriffen, die auf den Gedanken Foucaults aufbauen und einen Beitrag für das Verständnis des Forschungsgegenstandes leisten. Eine „strikte“ Anwendung eines vermeintlichen Forschungsprogramms nach Foucault wird somit nicht ausgeführt (vgl. Gehring 2006: 188f.).⁹ Als sinnvoll für diesen Beitrag erweist es sich vielmehr, den Econsense-Diskurs über nachhaltige Entwicklung als Diskurs-Koalition zu konzeptualisieren und anschließend relevante inhaltliche und formale Diskurseigenschaften wie Storylines, Selbstdarstellungen, Mehrdeutigkeiten und Stilmittel zu analysieren.

⁹ Nicht zuletzt forderte Foucault selbst dazu auf, seine Bücher nicht als empirische Methode oder als einheitliche Theorie, sondern als eine „Werkzeugkiste“ zu verstehen, der je nach Bedarf Sätze, Ideen oder Analysen als Schraubenzieher entnommen werden könnten, um „Machtsysteme kurz-zuschließen“ (Foucault 1976: 53).

Das Konzept der Diskurs-Koalition geht davon aus, dass sich Akteure auf der Basis gewisser Storylines miteinander verbinden und im Kampf um Hegemonie Koalitionen formen. Akteure einer Diskurs-Koalition weisen gemeinsame Aktivitäten auf, in denen sich die Storylines manifestieren (vgl. Hajer 1995: 65). Mit dem neudeutschen Terminus Storylines sind dramaturgische Handlungsbögen gemeint, mit denen Ereignisse in Literatur, Film etc. dargestellt werden und deren Analyse seit Aristoteles¹⁰ einen bedeutenden Teil der Theaterwissenschaft mit umfangreichem Wissens- und Begriffssapparat ausmacht. Hier werden Storylines in ihrer Funktion als diskursive Machtmittel auf der Bühne der Welt (William Shakespeare, *As you like it*, 2/7, 141) betrachtet. Storylines charakterisieren Diskurse, verknüpfen Diskurselemente und verleihen diesen einen Sinn (vgl. Hajer 2003). Mit Hilfe von Storylines kann ergründet werden, wie diskursive Komplexitäten reduziert und Sachverhalte als notwendig oder als unmöglich konstruiert werden. Diskurse werden materiell, indem Akteure innerhalb einer Diskurs-Koalition die entsprechenden Storylines und Diskursregeln adaptieren und „implizit (...) die Interessen des Diskurses“ verfolgen (Blatter et al. 2007: 98). Diskursverschränkungen tauchen auf, wenn sich Aussagen von Diskurs-Koalitionen auf nicht nur einen Diskurs beziehen, sondern verschiedene Diskurse integrieren.

Um den prozessualen Moment im Zuge der Ausübung diskursiver Macht hervorzuheben, bietet sich zudem das Konzept der diskursiven Macht an, das machtausübende Elemente sowie Identitäten und Wahrnehmungen im Rahmen von diskursiven Auseinandersetzungen betont. In der wissenschaftlichen Literatur wird die diskursive Macht meist als dritte Dimension der Macht beschrieben (vgl. u.a. Lukes 2005) und von instrumenteller und struktureller Macht abgegrenzt. Dieses „dritte Gesicht der Macht“ bezieht sich auf Normen, Ideen sowie soziale Interaktionen und spiegelt sich wieder in Diskursen, kommunikativen Praktiken, kulturellen Werten und Institutionen (vgl. Koller 1991). Diskursive Macht konzentriert sich auf die Formung von Wahrnehmungen, Präferenzen, Meinungen und Wünschen und kann Vertrauen erzeugen (vgl. Lukes 2005: 27ff.). Sie setzt am frühestmöglichen Interventionspunkt im politischen Prozess an, kann unbemerkt und tief in die Gesellschaft hineinwirken und sich weit verbreiten (vgl. Fuchs 2007: 146f.).

Wichtig ist zu beachten, dass in diesem Beitrag zunächst von einem sozialkonstruktivistischen und nicht von einem diskurstheoretischen Ansatz ausgegangen wird. Während sich der theoretische Ausgangspunkt dieses Artikels auf „discourse as the power-suffused result on many people speaking to each other“ (Onuf 2007: xv) bezieht, geht es auch darum, die Ausübung diskursiver Macht methodologisch zu untersuchen. Diskursanalysen sind nicht zu verwechseln mit Diskurstheorien. Nicht selten werden diese in der wissenschaftlichen Literatur miteinander vermengt bzw. nicht eindeutig voneinander differenziert. Während *Diskurstheorien* allgemeine theoretische Perspektiven „auf die sprachförmige Konstituiertheit der Sinnhaftigkeit von Welt“ (Keller 2004: 8) bezeichnen, beziehen sich *Diskursanalysen* auf die empirische Untersuchung von Diskursen. Diskurstheoretische Ansätze (vgl. u.a. Laclau/Mouffe 2001; 1987) enthalten zum Teil zwar Aussagen über Wirkungsmechanismen von Diskursen, gehen

¹⁰ Stichwort: Einheit von Ort und Zeit

dabei jedoch von einem strukturalistisch geprägten Wissenschaftsverständnis aus und vermögen Einflussmöglichkeiten von Akteuren sowie das wechselseitig konstitutive Verhältnis von Akteuren und Strukturen nur unzureichend zu erklären.¹¹ *Diskurstheoretische* Überlegungen in diesem Artikel beschränken sich auf einige wenige Hinweise zur Systematisierung des Diskursbegriffs.

Gleichwohl erweist sich der Rückgriff auf das analytische Werkzeug der *Diskursanalyse* für diesen Artikel als ergiebig; nicht zuletzt, da auf diese Weise ein besseres Verständnis der diskursiven Macht von Unternehmen erlangt und eine kritische Machtanalyse ermöglicht wird, indem die durch Macht determinierten Normen ergründet werden, die der Artikulation zu Grunde liegen. Im Unterschied zu anderen Verfahren der qualitativen Textanalyse, wie bspw. der qualitativen Inhaltsanalyse, distanzieren sich Diskursanalysen stärker von deskriptiven Aufzeichnungen. Auch in Bezug auf den theoretischen Ansatz dieses Artikels bietet sich das hier verfolgte methodische Design an. So wurde das Diskurskonzept in sozialkonstruktivistischen Analysen bislang kaum spezifiziert. Zudem mangelt es sozialkonstruktivistischen Ansätzen häufig an Hinweisen für empirische Untersuchungen diskursiver Gestaltungen, wobei Diskursanalysen bereits ein breites Repertoire an methodischen Konzepten liefern.¹²

3. Diskursive Gestaltung von nachhaltiger Entwicklung

Eine Analyse der im Econsense-Diskurs zu findenden Storylines macht erkenntlich, dass multinationale Unternehmen als unentbehrliche, kompetenteste und stärkste Akteure im Bereich der nachhaltigen Entwicklung konzeptualisiert werden. Econsense-Mitglieder leisten nach dieser Darstellung nicht nur einen „wesentlichen Beitrag“, sondern bilden eine notwendige Basis für eine nachhaltige Entwicklung. Die Darstellung der Wirtschaft als unerlässlicher Akteur für die Zusammenarbeit im Bereich der nachhaltigen Entwicklung wird zugleich an politische Forderungen gekoppelt:

„Ohne die Innovationskraft der Wirtschaft lassen sich die genannten Herausforderungen nicht lösen. Innovationskraft braucht jedoch Raum zur Entfaltung. Ohne verlässliche Rahmenbedingungen wird Wirtschaft keine Investitionen tätigen, die für die dringend notwendigen Innovationen Grundvoraussetzung sind“ (Econsense 2007b: 6f.).

Keineswegs dürfen diese Rahmenbedingungen jedoch die freie Entfaltung der Econsense-Mitglieder behindern:

„Mit Blick auf stets wiederkehrende Diskussionen über die Notwendigkeit regulierender Rahmenbedingungen unterstützt econsense die Bundesregierung aktiv darin, starre regulative Rahmen auf nationaler und insbesondere internationaler

¹¹ Auch die von Foucault entwickelte Diskurstheorie wird in der Literatur häufig strukturalistischen Strömungen zugewiesen (vgl. Waldenfels 2004). Dennoch gilt es zu berücksichtigen, dass Foucault selbst versucht, „sich dem ‚Strukturalismus‘ oder dem, was man gewöhnlich darunter versteht, zu entziehen“ (Foucault 1981: 183).

¹² Für weitere Ausführungen über die Verknüpfung des diskursanalytischen Vorgehens mit sozialkonstruktivistischen Perspektiven vgl. Kolleck (2011).

Ebene künftig zu vermeiden und das bislang erfolgreiche Prinzip freiwilliger und flexibler Konzepte langfristig zu verankern und zu fördern. Eigeninitiative und Kreativität von Unternehmen sollten nicht durch bürokratische Regeln gebremst werden“ (Econsense 2007a: 4).

Für das Konzept der Freiwilligkeit wird mit positiven Attributen geworben (erfolgreich, flexibel, eigeninitiativ, kreativ); Regulation hingegen negativ assoziiert (starr, bürokratisch, bremsend). Mit der Feststellung seiner aktiven Unterstützung einer entsprechenden Regierungspolitik versucht der Text implizit wohl auch, sich auf Seiten der „Mächtigen“ zu platzieren bzw. die Regierung für ihr Konzept einzuvernehmen. Der Text offenbart seine eher werbende Qualität ebenso darin, dass negative Implikationen unternehmerischer Freiheit nicht erörtert werden und auf die Kritik am freiwilligen Charakter von CSR, also auf die Inhalte der „wiederkehrenden Diskussionen“, nicht eingegangen wird. Die Argumentation für Selbstbindung und endogene Regeln anstelle von extern definierten Regeln und Fremdregulierung lässt sich ebenfalls im Diskurs über Corporate Governance feststellen.¹³

Geprägt ist der Diskurs durch geringe Kontur, Komplexität und Emotionalität. Es finden sich Bildhaftigkeiten, Euphemismen, Diskursverschränkungen, Übertreibungen und Widersprüchlichkeiten. Begriffe und Wendungen tragen Konnotationen, die je nach Bedarf positive oder negative Emotionen evozieren. Der Begriff „Gentechnologie“ wird beispielsweise von Bayer mit „LifeSciences“ und von BASF (2008) und Bayer (2008) mit „Biotechnologie“ oder mit „grüne Biotechnologie“ (Hambrecht zitiert in: Hoffritz/Jungbluth 2009: 21) ersetzt, um negative Assoziationen zu vermeiden. Firmengeschichtliches und Anekdotisches wird gerne verwendet, um durch historisch verbrieftes Vertrauen zu erzeugen: Soziale und ökologische Belange gehören demnach zum traditionellen Selbstverständnis (vgl. u.a. Bosch 2006: 5; Campino 2007; Siemens 2008: 4). Traditionalität wirkt seriös, konservativ überzeugend und kann dem Eindruck entgegenwirken, dass sich Konzerne durch ihr Bekenntnis zu sozialer und ökologischer Verantwortung gesellschaftlichen Modetrends anpassen. Modern ist hingegen das Rollenverständnis der multinationalen Unternehmen als aktiv gestaltende und reformfreudige Akteure im Rahmen internationaler Beziehungen. Als veraltet und verkrustet werden oft soziale Strukturen dargestellt, besonders dort, wo die Econsense-Unternehmen im Unterschied zu anderen Akteuren positiv dastehen:

„Entscheidend sind (...) vielfach verkrustete soziale, aber auch betriebliche Strukturen sowie überholte gesellschaftliche Sicht- und Verhaltensweisen“ (Econsense 2006: 14).

Auch religiöse Anspielungen werden genutzt. Dem Nachhaltigkeitsbericht der ThyssenKrupp Steel AG zufolge steckt Nachhaltigkeit „im Wesen der menschlichen Schöpfung“, die, „wenn auch nicht auf Ewigkeit, auf Dauerhaftigkeit angelegt“ sei (ThyssenKrupp Steel AG 2005: 4). Econsense (2005) verweist indirekt auf die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, die sich allein aus der Existenz von Unternehmen ergebe:

¹³ Ich danke dem anonymen Gutachter für diesen Hinweis.

„Am Anfang steht das Produkt: Weil Menschen Produkte zum Leben brauchen, gibt es Unternehmen. Sie entwerfen, gestalten und verändern Tag für Tag Produkte und produktnahe Dienstleistungen für die Menschen“ (Econsense 2005: 2).

Die Anleihe bei der Genesis (resp. Joh. 1,1) soll vermutlich den Glauben an die ernsthaften Absichten der Unternehmen fördern. Erst auf den zweiten Blick mag dies eher platt oder bestenfalls ironisch wirken („Am Anfang steht das Produkt“) und dadurch seinen latenten Werbezeck erweisen. Denn die metaphorische Anspielung auf den Mythos vom Schöpfungsakt in der Kombination mit industriell gefertigten Gütern ist ebenso absurd wie die philosophisch anmutenden Aussagen über Nachhaltigkeit im Wesen der menschlichen Schöpfung. Der ursprünglich religiöse Inhalt wurde überblendet, indem gerade nicht die in der säkularisierten Welt diskreditierte Rede von der Schöpfung des Menschen oder der göttlichen Schöpfung gehalten wird. Für den Er-satz „menschliche Schöpfung“ lässt sich angesichts der mannigfaltigen Gefährdungen und Risiken aber nicht glaubhaft behaupten, dass Nachhaltigkeit zu ihrem Wesen gehöre. Der Sinn der Aussage ist deshalb nicht ihr Inhalt, sondern die Anspielung auf den Mythos selbst: Die Botschaft soll andeuten, dass bei den Verfassern neben Verantwortungsbereitschaft auch das Wissen um fundamentale Lebenszusammenhänge und das Bestreben um deren Erhalt vorhanden sei. Gleichzeitig wollen die Autoren bewusst oder unbewusst ihre Kompetenz zu Sinnggebung und Transzendenz („auf Ewigkeit“) demonstrieren. Sie antworten gewissermaßen auch auf den Idealismus vieler Umweltorganisationen, die ebenfalls religiöse Wendungen (z.B. „Schöpfung“) in ihre säkularisierten Reden aufnehmen.

Implizit wird so der Diskurs über den Sinnverlust der Moderne aufgegriffen. Dies zeigt sich auch an anderer Stelle. Indem sich Econsense-Mitglieder beispielsweise für eine „familienbewusste Personalpolitik“ auszeichnen lassen (vgl. u.a. Bosch 2009) sowie Alternativen zum „Trend zur Individualisierung“ (Evonik Industries 2009: 13) suchen, reagieren sie auf den Zerfall sozialer Bindungen. Der Vorstellung eines sozialdarwinistischen Marktradikalismus wird die „Unternehmenskultur“ entgegengesetzt, dem Heimatverlust und der Globalisierung die Förderung des regionalen Engagements (vgl. u.a. Bosch 2008: 56ff.). Das mögen Antworten auf den Vorwurf sein, dass bedingungsloses Profitstreben zur Zerstörung der Werte beigetragen habe, und dem Wunsch der Unternehmen nach Teilhabe am gesellschaftlichen Leben über enge ökonomische Ziele hinaus entsprechen. Die Qualität der Argumente dürfte aber langfristig nicht belanglos sein – was unreflektiert daherkommt, setzt sich allzu leicht dem Verdacht aus, doch nur imagefördernd und werbewirksam gemeint zu sein.

4. Regeln des Diskurses und Grenzen diskursiver Macht

„Regeln“ sind als Inhalte dessen, was kommuniziert werden kann und aktuell kommuniziert werden muss, zu verstehen. Sie enthalten also auch Paradigmata, die unter den jeweiligen historischen Umständen zu denken möglich und notwendig sind. Weiter bezeichnen sie die aktuell akzeptierten Formen der Diskursführung. Eine Hauptregel des Diskurses um Nachhaltigkeit besteht darin, eine gleichmäßige Berücksichtigung zwischen der ökonomischen, ökologischen und sozialen Dimension zu fordern. Die Bestimmung als eine Hauptregel ergibt sich aus den zahlreichen Replikationen.

Darüber hinaus, wird auf diese Weise eine Übereinkunft zwischen den unterschiedlichen Akteuren bezeichnet, die als Basis für weitere Verhandlungen dient. Ebenso entspricht sie dem aktuellen Stand des gesamtgesellschaftlichen Diskurses und markiert einen kaum hintergehbaren politischen Konsens. Im Widerspruch hierzu postulieren Econsense-Unternehmen an anderen Stellen des Diskurses implizit oder latent, dass dem Wirtschaftswachstum der Primat für nachhaltige Entwicklung zukommt. So wird selbst der Abbau von Arbeitsplätzen als Förderung von nachhaltiger Entwicklung konzipiert:

„Um im Urteil unserer Kunden ausgezeichnet abzuschneiden, müssen wir unseren Klienten den höchsten Gegenwert für ihr Geld bieten. Um dies zu gewährleisten war es unvermeidlich Arbeitsplätze abzubauen. Die Entscheidung dazu ist uns nicht leicht gefallen. So bedauerlich es ist, dass die Restrukturierung mit diesen Begleiterscheinungen verbunden ist, so überzeugt sind wir, dass diese schwierigen Änderungen notwendig sind, um auch in Zukunft nachhaltig und wettbewerbsfähig zu sein“ (Diekmann 2007: 2).

Nachhaltige Entwicklung wird entsprechend dieser Auslegung nicht mit gesamtgesellschaftlicher Verantwortung in Bezug gesetzt, sondern mit der individuellen Entwicklung des Unternehmens und den ökonomischen Zielen der Allianz. Zudem wird der Abbau von Stellen als „unvermeidlich“ und damit als notwendig konstruiert; jegliche Alternativen werden ausgeblendet. Die Deutsche Telekom meint indirekt dasselbe, wenn sie in ihrem Nachhaltigkeitsbericht schreibt, dass der „Personalumbau“ bzw. die „Personalreduzierung“ für den wirtschaftlichen Erfolg des Konzerns unverzichtbar sei (vgl. Deutsche Telekom 2006: 16ff.). Deutlich wird, dass der Topos Nachhaltigkeit für traditionelle ökonomische Ziele¹⁴ benutzt wird. Hinter dem von Econsense-Unternehmen demonstrierten Konsens wird also die Auseinandersetzung um die Gewichtung der Nachhaltigkeitsdimensionen weitergeführt. Auch hierin kann man eine „Regel“ sehen: Solange der wirtschaftliche Erfolg im nationalen wie internationalen Kontext das wesentliche Regulativ für Wirtschaftsakteure darstellt, kann nicht erwartet werden, dass andere Dimensionen – über Lippenbekenntnisse hinaus – faktisch gleich gewichtet werden. Dies mag anderen Akteuren wie Umweltaktivisten oder Gewerkschaften bezüglich ökologischer und sozialer Dimensionen ähnlich gehen.

Die beschriebenen Schwierigkeiten mögen sich auch den anderen Akteuren am Nachhaltigkeitsdiskurs stellen, jeweils in der spezifischen Weise, die ihre gesellschaftliche Position mit sich bringt. Für die Komponenten von Nachhaltigkeit existieren eben keine hinreichenden Konventionen und zweifelsfreien Bewertungen, sondern Zielkonflikte die ausgetragen werden müssen. Ambivalenzen sind Indikatoren der Nahtstellen dieser Zielkonflikte. Für die Akteure bieten sie Möglichkeiten der Durchsetzung jeweils opportuner Interessen oder zeigen Notwendigkeiten der Abwehr von missliebigen Entwicklungen. Dies macht sie zu Fundstellen für Diskursinhalte und Austragungsformen.

¹⁴ Stichwörter: Gewinn, Umsatz, Marktanteile.

Diskurs-inhärente Regeln, argumentative Leitlinien wie der Primat der Ökonomie, werden oft an solchen latenten oder offenen Widersprüchlichkeiten, Zielkonflikten, begrifflichen Unschärfen und Ambivalenzen klar. Sie erweisen sich als besonders ergiebige „Fundorte“. Ambivalenzen werden in ihrer Ambivalenz gelassen; nicht zuletzt geht ihre Existenz mit der Chance einher, Fremdregulierungen abzuwehren und je nach Bedarf diejenigen Facetten zu betonen, die den eigenen Interessen am nächsten stehen. Widersprüchlichkeiten werden im eigenen Sinn gedeutet. Zwar verlangt der Diskurs über nachhaltige Entwicklung prinzipiell von der Gleichgewichtigkeit der drei Pole auszugehen. Im Econsense-Diskurs werden andererseits jedoch Möglichkeiten gesucht, genuin ökonomische Interessen im Sinne von Nachhaltigkeit zu interpretieren. Konkret versuchen privatwirtschaftliche Akteure zum Teil ambivalente Herausforderungen zu überwinden, indem Diskurselemente im jeweils passenden Sinn interpretiert oder Widersprüche ausgeblendet werden. So versucht Econsense beispielsweise, die Ambivalenz zwischen Erhalt und Entwicklung zu umgehen, indem der Begriff Erhalt auf die Existenzgrundlage der Privatwirtschaft und der Begriff Entwicklung auf die Steigerung der unternehmerischen Produktivität bezogen werden (vgl. u.a. Econsense 2006: 6).

Im Kampf um diskursive Macht profitieren Unternehmen zugleich von monetären Vorteilen, strukturellen Verbindungen zu Massenmedien und Politik, marktwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und dem Einfluss neoliberaler Normen (vgl. Fuchs 2007). Darüber hinaus sind bestimmte Diskurse aufgrund ihrer Struktur erfolgreicher als andere und können in besonderem Maße eine Stärkung der diskursiven Macht von Akteuren implizieren.¹⁵ Für die Ausübung diskursiver Macht eignet sich das Thema nachhaltige Entwicklung besonders durch seine hohe Überzeugungskraft und seinen offenen, variablen Charakter. Die Heterogenität des Konzepts führt dazu, dass das Handeln eines Unternehmens von außen schwer bewertet und kritisiert werden kann. Mit Hilfe von Mitteln wie Storylines und Diskursverschränkungen sowie der Integration von Gegendiskursen und sprachlichen Mitteln können Begriff und Operationalisierung von nachhaltiger Entwicklung konstruiert und diskursive Macht ausgedehnt werden.

Bei der Ausübung diskursiver Macht mögen Unternehmen monetäre und strukturelle Vorteile besitzen. Gleichwohl verlangt diskursive Macht mehr als den Einsatz materieller Ressourcen, ihre Ausübung durch privatwirtschaftliche Akteure stößt auf Grenzen. In der Literatur werden zunächst zwei Quellen für die Herausforderung der diskursiven Macht multinationaler Unternehmen unterschieden. *Erstens* sind multinationale Unternehmen besonders verletzlich in Bezug auf Skandale und Wirtschaftskrisen. *Zweitens* kann ein Wandel dominanter Normen mit der Minderung der Macht von Unternehmen einhergehen (vgl. u.a. Fuchs 2007). Auch die gesellschaftliche Akzeptanz von nachhaltiger Entwicklung ist in diesem Kontext zu verstehen. Nur ein Konzept, das selbst Legitimation erzeugen kann, vermag diskursive Macht zu stärken.

¹⁵ Viehöver versucht zu erklären, warum bestimmte Diskurse aufgrund ihrer inneren Struktur institutionell mehr Erfolg besitzen als andere (vgl. Viehöver 2003: 233).

Dieser Beitrag identifiziert eine *dritte* Dimension der Herausforderungen der diskursiven Macht, die mit den Regeln des Diskurses zusammenhängt. Die Beteiligung am Diskurs erfordert die Berücksichtigung dieser inhärenten Regeln. Werden sie verletzt, z.B. durch Ungeschick im Umgang mit den Ambivalenzen, Nachlässigkeit bei der Entwicklung der Drehbücher und Storylines, anderer Versäumnisse oder gar Tabubrüche, kann dies zu Verlusten an Glaubwürdigkeit und Einfluss führen. Beziehen Konzerne nachhaltige Entwicklung bspw. auf den Abbau von Arbeitsplätzen, ohne auf negative soziale Implikationen einzugehen, verliert die wirtschaftliche Integration des Konzepts an Überzeugungskraft und Unternehmen selbst an Legitimation. Umgekehrt können überzeugende Konzepte, weiterführende Perspektiven, bahnbrechende Ideen, hilfreiche Koalitionen oder schlicht argumentatives Geschick die Einflussmöglichkeiten erweitern. Wir haben es hier mit einem eigenständigen Typ des Einflusses zu tun, der dem konstitutiven Charakter von Diskursen selbst zu Grunde liegt.

5. Ausblick

Die Ambivalenzen und Unsicherheiten des Konzepts der nachhaltigen Entwicklung, die einhergehen mit einer Vielzahl an Zielen verschiedener Akteure, bilden eine Plattform für permanente politische Verhandlungen und öffnen eine faszinierende Bühne für einen Diskurs, an dem sich Akteure mit unterschiedlichen Positionen beteiligen. Noch wird das „neue“ Paradigma der nachhaltigen Entwicklung von Unternehmen meist als das „alte“ des wirtschaftlichen Wachstums genommen. Die zunehmende Berücksichtigung von nachhaltiger Entwicklung in der Privatwirtschaft deutet somit nicht unbedingt auf einen elementaren wirtschaftlichen oder politischen Wandel hin. Gleichwohl bleibt ungewiss, welches Bild von nachhaltiger Entwicklung sich durchsetzen wird.

Derweil wurden die Auswirkungen der diskursiven Gestaltungen multinationaler Unternehmen auf politische Entscheidungen sowie die Wechselwirkungen der am Diskurs beteiligten Akteure aufeinander unzureichend erforscht. Weitere Analysen über die Rolle multinationaler Unternehmen für die Konstitution des Nachhaltigkeitsdiskurses könnten an dieser Stelle anschließen und bspw. die verschiedenen Formen der Institutionalisierung und der Manifestierung in gesellschaftlichen Bereichen untersuchen. Dispositivanalysen¹⁶ könnten vorgenommen werden, um Erkenntnisse über die in sozialen Gefügen zirkulierende Macht sowie die Durchsetzungsmöglichkeiten diskursiver Gestaltungen zu erlangen.

Ebenso mangelt es an Analysen über die diskursiven Einflussnahmen¹⁷ multinationaler Unternehmen in der Nicht-OECD-Welt. Welche Bedeutung besitzt die Ausübung

¹⁶ Als „Dispositive“ bezeichnet Foucault eine Form der Vergegenständlichung von Wissen durch menschliche Tätigkeiten bzw. der Objektivierung von Diskursen in Form von Texten, Praktiken oder materiellen Objekten. Nach Foucault fungieren Dispositive als Bindeglied zwischen „nichtdiskursiven“ und „diskursiven“ Praktiken und umfassen sowohl Gesagtes, als auch Ungesagtes (vgl. Foucault 1978).

¹⁷ Wobei „diskursive Einflussnahmen“ von „Lobbyismus“ zu unterscheiden sind. Während sich Erstere auf das dritte Gesicht der Macht beziehen, werden klassische Formen des Lobbyismus

diskursiver Macht für Schwellen- und Entwicklungsländer? Sind Auswirkungen auf die Herausbildung funktionaler Äquivalente von Staatlichkeit zu verzeichnen? Auf diese Fragen wurden bislang noch keine zufriedenstellenden Antworten gefunden.

Literaturverzeichnis

- Backhaus-Maul, H./Biedermann, C./Nährlich, S./Polterauer, J.* (2008): Corporate Citizenship in Deutschland: Bilanz und Perspektiven, Wiesbaden: VS.
- BASt* (2008): Wir gestalten Zukunft. Link: <http://www.econsense.de> (zuletzt abgerufen am 06.03.2010).
- Bayer* (2008): Science for a better life. Bayer-Nachhaltigkeitsbericht 2007. Link: <http://www.econsense.de> (zuletzt abgerufen am 24.05.2008).
- Beisheim, M./Brunnengräber, A.* (2003): Zaubertrank ‚Global Governance‘? Eine diskursanalytische Annäherung, in: Thomas F./Hippler, J. (Hrsg.): Globale Politik. Entwicklung und Frieden in der Weltgesellschaft. Festschrift für Franz Nuscheler, Bonn: Diez, 112–136.
- Blatter, J. K./Janning, F./Wagemann, C.* (2007): Qualitative Politikanalyse. Eine Einführung in Forschungsansätze und Methoden, Wiesbaden: VS Verlag.
- Bosch* (2006): Unternehmerische Verantwortung. Bericht 2005/2006, Link: <http://www.econsense.de> (zuletzt abgerufen am 02.05.2008).
- Bosch* (2008): Unternehmerische Verantwortung. Bericht 2007/2008. Link: <http://www.econsense.de> (zuletzt abgerufen am 09.11.2009).
- Bosch* (2009): Familienfreundliche Personalpolitik. Zum zweiten Mal nach 2006 erhält die Robert Bosch GmbH für das Werk Ansbach das Zertifikat zum Audit „berufundfamilie“. Link: <http://csr.bosch.com> (zuletzt abgerufen am 09.11.2009).
- Campino, I.* (2007): Interview, in: Deutsche Telekom (Hrsg.): Wir leisten einen Beitrag zum Klimaschutz. Link: <http://www.telekom.com> (zuletzt abgerufen am 13.08.2008).
- Conzelmann, T./Wolf, K. D.* (2007): Doing Good While Doing Well? Potenzial und Grenzen grenzüberschreitender privatwirtschaftlicher Selbstregulierung, in: Hasenclever, A./Wolf, K. D./Zürn, M. (Hrsg.): Macht und Ohnmacht internationaler Institutionen. Festschrift für Volker Rittberger, Frankfurt u.a.: Campus, 145–175.
- Deutsche Telekom* (2006): Wandel Gestalten. Deutsche Telekom. Personal- und Nachhaltigkeitsbericht 2006. Link: <http://www.econsense.de> (zuletzt abgerufen am 16.08.2008).
- Diekmann, M.* (2007): Vorwort des Vorstandsvorsitzenden, in: Allianz (Hrsg.): Unser Einsatz für die Welt. Nachhaltigkeitsbericht 2007. Link: <http://www.econsense.de> (zuletzt abgerufen am 01.05.2008).
- Econsense* (2005): Produkte des 21. Jahrhunderts. Innovativ, effizient, nachhaltig. Ein Beitrag zur politischen IPP Diskussion. Link: <http://www.econsense.de> (zuletzt abgerufen am 24.09.2008).
- Econsense* (2006): Die demographische Herausforderung bewältigen. Mit wissenschaftlicher Begleitung des Instituts für Wirtschaft und Gesellschaft Bonn e.V. Arbeitsdokument November 2006. Link: <http://www.econsense.de> (zuletzt abgerufen am 24.09.2008).

dem zweiten Gesicht der Macht bzw. der instrumentellen Machtdimension zugeordnet (vgl. u.a. Fuchs 2007).

- Econsense* (2007a): Stellungnahme zum Indikatorenbericht 2006 des Statistischen Bundesamtes zur Nachhaltigen Entwicklung in Deutschland. Link: <http://www.econsense.de> (zuletzt abgerufen am 24.09.2008).
- Econsense* (2007b): Unternehmen Klimaschutz. Auf erfolgreichen Pfaden? Diskussionsbeitrag von *econsense* zum Klimaschutz. Link: <http://www.econsense.de> (zuletzt abgerufen am 24. 09.2008).
- Evonik Industries* (2009): Verantwortung übernehmen! Corporate-Responsibility-Bericht 2008. Link: <http://www.econsense.de> (zuletzt abgerufen am 23.09.2009).
- Falkner, R.* (2008): *Business Power and Conflict in International Environmental Politics*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Foucault, M.* (1971): *L'ordre du discours*, France: Gallimard.
- Foucault, M.* (1976): *Mikrophysik der Macht*, Berlin: Merve.
- Foucault, M.* (1978): *Dispositive der Macht: Über Sexualität, Wissen und Wahrheit*, Berlin: Merve.
- Foucault, M.* (1981): *Archäologie des Wissens*, Frankfurt: Suhrkamp.
- Foucault, M.* (1983): *Der Wille zum Wissen. Sexualität und Wahrheit 1*, Frankfurt: Suhrkamp.
- Fuchs, D. A.* (2007): *Business Power in Global Governance*, Boulder: Lynne Rienner.
- Gebring, P.* (2006): Bioethik. Ein Diskurs?, in: Kerchner, B./Schneider, S. (Hrsg.): *Foucault: Diskursanalyse der Politik. Eine Einführung*, Wiesbaden: VS, 167–191.
- Habermas, J.* (1981): *Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung*, Frankfurt: Suhrkamp.
- Hajer, M. A.* (1995): *The Politics of Environmental Discourse: Ecological Modernization and the Policy Process*, Oxford: Oxford University Press.
- Hajer, M. A.* (2003): *Argumentative Diskursanalyse. Auf der Suche nach Koalitionen, Praktiken und Bedeutung*, in: Keller, R./Hirsland, A./Schneider, W./Viehöver, W. (Hrsg.): *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Band 2: Forschungspraxis*, Opladen: Leske und Budrich, 271–198.
- Haufler, V.* (1999): *Self-Regulation and Business Norms: Political Risk, Political Activism*, in: Cutler, C./Haufler, V./Porter, T. (Eds.): *Private Authority and International Affairs*, New York: State University of New York Press, 199–222.
- Hijß, S.* (2009): *Corporate Social Responsibility – Innovation oder Tradition? Zum Wandel der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen in Deutschland*, in: *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, Jg. 10/Heft 3, 287–303.
- Hoffritz, J./Jungbluth, R.* (2009): ‚Mir sind Jobs in China ebenso wichtig‘. Wie viele ihrer 95000 Mitarbeiter wird die BASF entlassen? Ein Gespräch mit Jürgen Hambrecht über die Gewalt der Krise und mögliche Auswegen, *Die ZEIT* Nr. 8, 12. Februar 2009, 21.
- Jäger, S.* (2004): *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung*. 4. Auflage, Münster: Unrast.
- Keller, R.* (2004): *Diskursforschung. Eine Einführung für SozialwissenschaftlerInnen*, Opladen: Leske und Budrich.
- Kinderman, D.* (2008): *The Political Economy of Corporate Responsibility in Germany, 1995–2008: Part Five of the Germany in Global Economic Governance Series*, in: *The Mario Einaudi Center for International Studies (Ed.): Working Paper Series 5/08*, Ithaca, New York: Cornell University.
- Kolleck, N.* (2011): *Global Governance, Corporate Responsibility und die diskursive Macht multinationaler Unternehmen: Freiwillige Initiativen der Wirtschaft für eine nachhaltige Entwicklung*, Baden-Baden: Nomos.

- Koller, P.* (1991): Facetten der Macht, in: *Analyse und Kritik*, Jg. 13/Heft 2, 107–133.
- Laclau, E./Mouffe, C.* (1987): Post-Marxism without Apologies, in: *New Left Review* 166, 79–106.
- Laclau, E./Mouffe, C.* (2001): *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*, 2. Auflage, London u.a.: Verso.
- Lufthansa* (2008): Balance. Unternehmen/Soziales/Umwelt/Gesellschaft. Das Wichtigste zum Thema Nachhaltigkeit bei Lufthansa. Link: <http://www.econsense.de> (zuletzt abgerufen am 23.09.2008).
- Lukes, S.* (2005): *Power: A Radical View*, 2. Auflage, London: Palgrave Macmillan.
- Newell, P. J.* (2004): Business and International Environmental Governance. The State of the Art, in: *Levy, D. L./Newell, P. J. (Eds.): The Business of Global Environmental Governance*, Cambridge u.a.: MIT, 21–45.
- Onuf, N. G.* (2007): Foreword, in: *Pettenger, M. E. (Eds.): The Social Construction of Climate Change. Power, Knowledge, Norms, Discourses*, USA: Ashgate, xi–xv.
- Reisigl, M.* (2006): Sprachkritische Beobachtungen zu Foucaults Diskursanalyse, in: *Kerchner, B.; Schneider, S. (Hrsg.): Foucault: Diskursanalyse der Politik. Eine Einführung*, Wiesbaden: VS, 85–103.
- Ruggie, J. G.* (2003): Taking Embedded Liberalism Global: The Corporate Connection, in: *Koenig-Archibugi, M./Held, D. (Eds.): Taming Globalization: Frontiers of Governance*, Great Britain: Polity Press, 1–37.
- Schirm, S. A.* (2007): *Internationale Politische Ökonomie*. 2. Auflage, Baden-Baden: Nomos.
- Shakespeare, W.* (2002): *As You Like It*. Cadolzburg: ars vivendi [1. Auflage 1623].
- Siemens* (2008): *Corporate Responsibility Report 2007*. Daten, Fakten und weitere Informationen zum Geschäftsjahr 2007. Link: <http://www.econsense.de> (zuletzt abgerufen am 20.06.2008).
- ThyssenKrupp Steel AG* (2005): *Das Richtige tun. Richtig? Nachhaltigkeitsbericht 2004/2005*. Link: <http://www.econsense.de> (zuletzt abgerufen am 20.05.2008).
- Viehöver, W.* (2003): Die Wissenschaft und die Wiederverzauberung des sublunaren Raumes. Der Klimadiskurs im Licht der narrativen Diskursanalyse, in: *Keller, R./Hirsland, A./Schneider, W./Viehöver, W. (Hrsg.): Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Band 2: Forschungspraxis*, Opladen: Leske und Budrich, 233–270.
- Waldenfels, B.* (2004): Michel Foucault. Auskehr des Denkens, in: *Fleischer, M. (Hrsg.): Philosophen des 20. Jahrhunderts. Eine Einführung*. 5. Auflage, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 191–203.
- Waldschmidt, A./Klein, A./Tamayo Korte, M./Dalman, S.* (2006): Ist ‚Bioethik‘ ein ‚Diskurs‘? Methodologische Reflexionen am Beispiel des Internetforums 1000 Fragen zur Bioethik, in: *Kerchner, B./Schneider, S. (Hrsg.): Foucault: Diskursanalyse der Politik. Eine Einführung*, Wiesbaden: VS, 191–209.
- Wright, C./Rwabizambuga, A.* (2006): Institutional Pressures, Corporate Reputation, and Voluntary Codes of Conduct: An Examination of the Equator Principles, in: *Business and Society Review*, Vol. 111/No. 1, 89–117.