

Geleitwort

Eine Wirtschaftsethik für Organisationen oder für das Management in diesen Organisationen ist eine sehr umfangreiche Aufgabe. Zu viele Aspekte, deren Rollen zumindest ungeklärt sind, spielen in die alltägliche Arbeit des Managements hinein. Entscheiden, Handeln und Verhalten in organisierten Umgebungen ist deshalb seit Generationen ein immer wiederkehrendes Thema der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften. Entsprechend unternimmt diese Arbeit den Versuch, sowohl moderne Argumentationslinien der Ökonomie aufzunehmen als auch soziologische Theoriebildung zu berücksichtigen und dabei insgesamt philosophisch klar und sauber zu argumentieren.

Diese Arbeit nimmt ihren Ausgangspunkt in der Überlegung, dass eine Wirtschaftsethik mindestens zweistufig angesetzt werden muss. Das bedeutet, dass eine individuelle Handlungsethik, die im Anschluss an die Grundlegungsschriften von I. Kant den wissenschaftlichen Diskurs bestimmte und den öffentlichen Diskurs bis heute dominiert, in einer Ordnungsethik grundgelegt werden muss, weil es unter den Bedingungen von Marktwirtschaft, Wettbewerb und Gewinnstreben der Ordnungsrahmen ist, der die Handlungsmöglichkeiten des Individuums wesentlich bestimmt. Aus dieser Zweistufigkeit ergibt sich notwendigerweise die Aufgabe, das Zusammenspiel von Handlungen und Handlungsbedingungen, von Spielzügen und Spielregeln genauer zu bestimmen, und zu zeigen, wie sich darüber allgemeine Aussagen machen lassen – Aussagen, die in der Lage sind, den Akteuren eine normative Orientierung zu geben.

Mit der Dimension des "Sozialen" setzt der Autor dazu einen eigenständigen Handlungsaspekt an. Diese Dimension befindet sich gewissermaßen "zwischen" Individualmoral und Ordnungsmoral. Es handelt sich also um eine dritte Ebene, jedoch nicht um eine zusätzliche reine Reflexionsebene, sondern ganz dezidiert um eine Handlungsebene, die der Autor unter Aufnahme des Vokabulars der Systemtheorie Luhmanns als Kommunikationsebene bezeichnet. Ausgehend von einem instruktiven Eingangsbeispiel entwickelt der Verfasser in mehreren Schritten eine Konzeption für ein wesentlich umfassenderes Rationalitätsverständnis organisatorischen Geschehens, als es nur aus einer Disziplin heraus und mit einer Methodik möglich wäre. Durch vertiefte Einbeziehung von Interaktions- und Kommunikationsaspekten werden sehr interessante Ergänzungen und Erweiterungen bisheriger organisationstheoretischer Konzepte vorgestellt. Das Ziel der Ausführungen ist, die Mechanismen zu analysieren, die das eigenständige Soziale konstituieren und dafür sorgen, dass in tief arbeitsteiligen Prozessen die Koordination der einzelnen Akteure mit ihren unterschiedlichen Präferenzen und Situationsdeutungen so gelingt, dass die Funktion der Organisation in dynamischen Umwelten dauerhaft fortgeführt werden kann und sich gleichzeitig dynamisch anpasst. Es geht also darum,

soziale Bindungsmechanismen und institutionelle Einrichtungen zu beschreiben, die den Fortgang der Organisationstätigkeit unter der Bedingung sichern können, dass Großunternehmen tief arbeitsteilig operieren.

Eberhard Schnebel verzichtet bewusst auf eine psychologische Konstituierung dieses Sozialen, also auf gemeinsame Werte, vorgegebene moralische Normen, einheitliche gemeinsame Ziele oder reziproken Altruismus als selbstevidentem Faktum. Stattdessen leitet er Normativität aus dem Kommunikationsprozess selbst im Sinne des Pragmatizismus und der Systemtheorie ab, also als endogene Größe. Dabei hält er ganz bewusst an der ökonomischen Rationalität als klassischer ökonomischer Annahme des Eigennutzstrebens fest und rekonstruiert Normativität in Übereinstimmung mit dieser ökonomischen Rationalität. Er erzielt eine Konzeption von Normativität, welche sogenannte "weiche Faktoren" methodisch sauber integriert. Eben weil diese Konzeption die ökonomische Rationalität des individuellen Handelns nicht aufgibt, bewahrt sie die (Wirtschafts-)Ethik davor, Moral oder moralische Präferenzen als systematisch Anderes gegen die ökonomische Rationalität entweder einfach zu behaupten oder aber moralisierend, postulierend einzufordern. Der Autor versucht damit, die Sinnentstehung innerhalb sozialer Kontexte zu durchdringen, um mit deren Hilfe Verbindlichkeit und Vertrauen sowie schließlich Kooperation zu ermöglichen.

Wichtiger und zentral für die gesamte Konzeption des Sozialen aber sind die "Commitments" als eigenständige soziale Kommunikation. Commitments sind soziale Bindungsmechanismen, mittels derer sich die Interaktionspartner wechselseitig auf bestimmte Handlungen (= Kommunikationen) festlegen, aus denen dann Vertrauen und am Ende Normativität entstehen, wenn wiederholt oder dauerhaft entsprechend diesen Festlegungen gehandelt wird. Commitments sind informelle wechselseitige Ansinnen, die nicht so strikt binden wie sanktionsbewehrte Regeln – Regeln werden übertreten oder gebrochen, Commitments werden enttäuscht. Commitments sind damit flexibler als Regeln und sind dynamisch an neue Situationen anpassungsfähig, engen aber dennoch den Rahmen der zu erwartenden Anschlusshandlungen deutlich ein, so dass Sicherheit in den Handlungserwartungen und Vertrauen entstehen können. Commitments prägen auf diese Weise in Organisationen entscheidend die Präferenzen der einzelnen Akteure, vor allem natürlich diejenigen Präferenzen, die sie im organisationalen Handeln verfolgen. Sie ermöglichen so eine kontextbezogene ökonomische Rationalität. Zugleich ermöglichen sie die Verfolgung der Ziele der Organisation, insofern diese Commitments über die Grenzen der einzelnen Schritte des Organisationshandelns hinweg wirksam bleiben. Auf dieser mikrotheoretischen Basis kann verständlich gemacht werden, wie so etwas wie eine einheitliche Unternehmenskultur und letztlich die Identität des Unternehmens – in Abgrenzung von seiner Umwelt – entstehen. Und es kann aufgezeigt wer-

den, wie sie sich trotz beziehungsweise auf Grundlage der unterschiedlichen individuellen Zielsetzungen, der eingeschränkten Sicht- und Verstehensweisen und der verschiedenen Logiken der Akteure in den einzelnen Schritten des organisationalen Handelns entwickeln.

Schließlich schlägt der Autor eine Brücke von diesen fundamentalen abstrakten Überlegungen hin zu konkreten Ausprägungen etwa im Rahmen der Diskussion um "Corporate Citizenship" und "Corporate Social Responsibility". Hier sind die Überlegungen zur Bedeutung und Rolle von Kommunikation und Kommunikationssystemen in Organisationen sehr gelungen und die daraus abgeleiteten Ausführungen zu Verbindlichkeit, Verantwortung und Verantwortlichkeit.

Insgesamt führt dies zu einem beeindruckenden Werk mit einem großen Theorie- und Facettenreichtum. Der Autor hat eine höchst anspruchsvolle Aufgabe angegangen, nämlich organisationale Handlungen auf eine umfassende theoretische Basis zu stellen und somit zur Weiterentwicklung einer bereits relativ weit entwickelten Forschung beizutragen. Die vorliegende Schrift zeigt, dass es möglich sein kann, Ansätze mit teils sehr unterschiedlicher erkenntnistheoretischer Qualität, die von manchen Beobachtern als von vorneherein inkommensurabel eingestuft werden, miteinander zu verbinden.

Prof. Dr. Karl Homann

Prof. Dr. Arnold Picot

Wirtschaftsethik im Management
Rationalität und Verantwortung in organisationalen
Handlungen
Schnebel, E.
2017, XXIII, 341 S. 27 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-17563-4