

# Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis .....	XIII
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Hintergrund, Kernthese und Forschungsfragen .....	1
1.2 Kurze inhaltliche Skizze der folgenden Kapitel .....	7
<b>2 Die Theorie der Unternehmung in den modernen Wirtschaftswissenschaften und unternehmensethische Erweiterungsansätze .....</b>	<b>13</b>
2.1 Methodologische Grundlagen der modernen Wirtschaftswissenschaften .....	13
2.2 Die neoklassische Theorie der Unternehmung .....	16
2.3 Warum existieren Unternehmen? – The nature of the firm .....	18
2.4 Die institutionenökonomische Unternehmenstheorie – das Unternehmen als Kooperationsprojekt .....	20
2.4.1 Der Property-Rights-Ansatz .....	20
2.4.2 Der Principal-Agent-Ansatz .....	22
2.4.3 Der Transaktionskostenansatz von Oliver E. Williamson .....	24
2.5 Unternehmensethik als Institutionenethik – der governanceethische Ansatz ....	26
2.6 Evolutorische Ökonomik – die Unternehmung als Ressourcenprojekt .....	31
2.7 Unternehmensethik als Individual- und Institutionenethik – der handlungstheoretische Ansatz .....	35
2.8 Vorüberlegungen zur Konzeption einer ökonomischen Hermeneutik als komplementäre philosophische Ergänzung der vorgestellten unternehmensethischen Ansätze .....	40

<b>3</b>	<b>Konstituenten gesellschaftlicher Verantwortung, Implementierungsansätze und Nachhaltigkeitsberichterstattung. ....</b>	<b>43</b>
3.1	Nachhaltigkeit – Begriffsursprung und Begriffsentwicklung .....	44
3.1.1	Nachhaltigkeit als globales Entwicklungsleitbild im Brundtland-Bericht ...	46
3.1.2	Kritische Würdigung des Brundtland-Berichts und das Konzept der nachhaltigen Wirtschaftsweise von Nutzinger und Radke. ....	48
3.2	Corporate Social Responsibility (CSR) .....	51
3.2.1	CSR-Definitionen der Europäischen Kommission. ....	55
3.2.2	Das CSR-Reifegradmodell und Entwicklungsperspektiven des CSR-Konzeptes. ....	59
3.3	Integrität und Compliance .....	62
3.4	International anerkannte Grundsätze und Leitlinien .....	66
3.4.1	Die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen .....	67
3.4.2	Der UN Global Compact .....	68
3.4.3	Die DIN ISO 26000. ....	69
3.4.4	Die Dreigliedrige Grundsatzerklärung des Internationalen Arbeitsamtes (IAA). ....	74
3.4.5	Die UN Guiding Principles on Business and Human Rights. ....	75
3.5	Kommunikation und Nachhaltigkeitsberichterstattung (Reporting) .....	77
3.5.1	Bedeutung und Formen der Kommunikation .....	77
3.5.2	Reporting am Beispiel der Global Reporting Initiative (GRI) .....	80
<b>4</b>	<b>Gadammers philosophische Hermeneutik als Grundlage der ökonomischen Hermeneutik. ....</b>	<b>83</b>
4.1	Die Wahrheitsfrage und das Verstehen in den Geisteswissenschaften. ....	83
4.2	Verstehen als natürliche Fähigkeit des Menschen .....	90
4.3	Geschichtlichkeit des Verstehens als hermeneutisches Prinzip .....	92
4.4	Der Modellcharakter der aristotelischen Phronesis für die in der hermeneutischen Aufgabe gelegenen Probleme. ....	96

## Inhaltsverzeichnis

4.5	Bedingungen und Struktur des Verstehens und der hermeneutischen Erfahrung . . .	98
4.6	Die Relevanz der Sprache im Kontext einer hermeneutischen Ontologie . . . . .	103
<b>5</b>	<b>Die ökonomische Hermeneutik – Verstehen hört nicht auf, wo Wirtschaft anfängt . . . . .</b>	<b>107</b>
5.1	Giambattista Vico – Antonio Genovesi – Hans-Georg Gadamer. Parallelen und Berührungspunkte im Reflektieren über Hermeneutik und Ökonomie . . . . .	107
5.2	Argumente gegen eine Trennung von menschlich-verstehender und wirtschaftlicher Existenz . . . . .	114
5.3	Hermeneutische Kompetenzen im Kontext der Kompatibilisierung von Gewinn und Moral . . . . .	120
5.4	Begriffsdefinitionen zur ökonomischen Hermeneutik . . . . .	125
<b>6</b>	<b>Erfolgspotentiale und Erfolgsmessung einer gesellschaftlich verantwortlichen Unternehmensführung – auch aus hermeneutischer Perspektive . . . . .</b>	<b>127</b>
6.1	Der Business Case „CSR“ – eine Typologisierung . . . . .	127
6.1.1	Theoretische Konzepte zum Business-Case-Typ „Risikoreduktion“ . . . . .	131
6.1.2	Das Shared-value-Prinzip von Porter und Kramer als Beispiel für den Business-Case-Typ „Synergistische Wertschöpfung“ . . . . .	134
6.2	Der Business Case „ökonomische Hermeneutik“ . . . . .	138
6.2.1	Der Business-Case-Typ „Sinnerfüllung“ . . . . .	139
6.2.2	Der Business-Case-Typ „Unternehmenskultur“ . . . . .	144
6.2.3	Der Business-Case-Typ „Vertrauensaufbau“ . . . . .	150
6.3	Überlegungen zu einem ganzheitlichen Business Case nachhaltiger gesellschaftlicher Wertschöpfung . . . . .	154
6.4	Corporate Social Performance Measurement . . . . .	157
6.4.1	Der Begriff der Corporate Social Performance und grundsätzliche Überlegungen zu dessen Measurement . . . . .	157
6.4.2	Erweiterungsansätze zur Balanced Scorecard . . . . .	161

6.4.3	Das Konzept des „Performance Prism“ .....	168
6.4.4	Abschließende Überlegungen zum Measurement der Corporate Social Performance aus Perspektive der ökonomischen Hermeneutik .....	172
<b>7</b>	<b>Die ökonomische Hermeneutik als praktischer Stakeholder-Ansatz .....</b>	<b>175</b>
7.1	Der Stakeholder-Ansatz .....	175
7.2	Aspekte und Differenzierungskriterien der Stakeholdertheorie .....	178
7.3	Stakeholderidentifikation .....	181
7.4	Normative Überlegungen zu einer „Shared-Value-Stakeholdertheorie“ .....	183
7.5	Der Beitrag der ökonomischen Hermeneutik zum Shared-Value-Stakeholder- Ansatz und zu einer gesellschaftlich verantwortlichen Unternehmensführung ...	186
<b>8</b>	<b>Schlussfolgerungen und Forschungsperspektiven .....</b>	<b>191</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>XV</b>
	<b>Internetquellen .....</b>	<b>XXVII</b>