Humanistic Management Center

Humanistic
Management
Center

Nachhaltigkeitsleistungen grosser Unternehmungen in gesellschaftlicher Reflektion

Ernst von Kimakowitz

Humanistic Management Center

Inhalt

1 Woraus leitet sich ein gesellschaftlicher Anspruch auf Nachhaltigkeitsbestrebungen von Unternehmen ab?

2 Von instrumenteller zu normativer CSR

3 Der dreistufige Ansatz für Humanistic Management

Humanistic Management Center

Nachhaltigkeitsbestrebungen grosser Unternehmen

1 Gesellschaftlicher Anspruch

Unternehmenspraxis:

„The business of business is business“

Unternehmen haben das Ziel, innerhalb des bestehenden gesetzlichen und regulativen Rahmens, Gewinne zu maximieren

Hierdurch werden Anreize gegeben, moralische Fragen auszublenden und sich auf Legalität statt Legitimität zu berufen

Konsequenz:

Die Unternehmung kann nur als aktiv verantwortungs-wahrnehmender wirtschaftsbürger gemeinwohl-dienlich agieren und dadurch Legitimität erhalten

Gesellschaftsanspruch:

Gewinne sind kein Selbstzweck sondern ein Mittel um nachhaltig wirtschaften zu können

Legalität ist eine Vorbedingung für, garantiert aber noch nicht Legitimität

Gewinnstreben muss sich immer dem Streben nach gesellschaftlicher Legitimität unterordnen

Nachhaltigkeitsbestrebungen grosser Unternehmen

2 Instrumentelle vs. normative CSR

Instrumentelle CSR:

CSR aktivitäten werden als Investition verstanden der ein business case gegenüber stehen muss

Dort wo verantwortungsvolles Handeln nicht gewinnsteigernd wirkt entfällt der „Grund“ darum bemüht zu sein

Stakeholder werden verzwecklicht und nur selektiv berücksichtigt

Konsequenz:

Nur ein Paradigmenwechsel hin zu normativer CSR kann nachhaltiges unternehmerisches Handeln bewirken, da sie argumentativ und nicht macht gestützt ist

Normative CSR:

Der Grund für CSR Aktivitäten besteht in dem gesellschaftlichen Anspruch darauf

Verantwortliches Handeln wird als moralische Pflicht verstanden die keiner weiteren begründung bedarf

Stakeholder werden aufgrund der ihrer Argumente und nicht ihrer Macht berücksichtigt

Humanistic Management Center

Nachhaltigkeitsbestrebungen grosser Unternehmen

3 Dreistufiger Ansatz für Humansitic Management

1

Uncon-ditioneller Respekt für die Würde des Menschen

2

Integration ethischer Reflektion in Management-Entscheid-ungen

3

Dialogische Erweiterung der „mono-logischen“ Reflektion

Humanistic Management Center