

Geleitwort

In der Management- und Organisationstheorie hat sich inzwischen die Sichtweise durchgesetzt, dass Unternehmen keine isolierten ökonomischen Akteure darstellen. Unternehmen sind vielmehr in einen sozialen Kontext eingebettet, der einen starken Einfluss auf den Unternehmenserfolg haben kann. Da das Management mit verschiedenen Akteuren im Unternehmen und im Unternehmensumfeld im Austausch steht, können Managemententscheidungen nicht länger unabhängig von gesellschaftlichen Einflüssen und sozialen Folgen betrachtet werden. Dennoch ist die Diskussion der Frage, ob und warum sich Unternehmen zur Erreichung gesellschaftlicher Ziele einsetzen sollen, nach wie vor in vollem Gange. Ein wesentlicher Grund dafür ist, dass gesellschaftliche Anliegen und Ziele häufig mit Kollektivgütern verbunden sind. Für das einzelne Unternehmen bestehen auf den ersten Blick kaum Anreize, zur Erreichung solcher gesellschaftlicher Ziele beizutragen. Neue Analyse- und Erklärungsansätze sind notwendig, um gesellschaftliches, nicht zum Kerngeschäft gehörendes Engagement von Unternehmen zu verstehen.

Instrumentelle Stakeholderansätze versuchen aufzuzeigen, wie weit die Anreize für ein gesellschaftliches Engagement von Unternehmen vorliegen und wie diese verstärkt werden können. Dem stehen ethisch-normative Stakeholderansätze entgegen, die von Unternehmen ein Engagement aus moralischen Gründen fordern, unabhängig von der Anreizsituation. Soziologische Ansätze verstehen Unternehmen dagegen als soziale Akteure, die um soziale Akzeptanz und Legitimität bemüht sind und sich daher für gesellschaftliche Belange einsetzen. Keinem dieser bisher in der Literatur vertretenen Analyseansätze gelingt jedoch eine umfassende Erklärung des Verhaltens von Unternehmen gegenüber gesellschaftlichen Anliegen und Zielen. Darüber hinaus ist diesen Ansätzen gemein, dass gesellschaftliche Anliegen nur durch Handlungen gesellschaftlicher Stakeholder (wie Streiks usw.) für Unternehmen relevant werden können.

Genau an dieser Stelle setzt Tobias Hahn mit seiner Arbeit zur Erklärung des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen an. Er untersucht die Motive, die hinter dem Verhalten von Stakeholdern stehen. Für diesen innovativen Schritt greift er auf die umfangreichen jüngsten Ergebnisse aus der experimentellen Wirtschaftsforschung zu reziprokem Verhalten zurück. Durch die Abweichung von der Annahme universell eigennütziger Verhaltensmotive bei Stakeholdern, also durch ein Abweichen vom Verhaltensmodell des Homo Oeconomicus, eröffnet sich ein völlig neuer Erklärungsansatz für den Umgang von Unternehmen mit gesellschaftlichen Stakeholdern. Die Übertragung reziproker Verhaltensmotive auf gesellschaftliche Stakeholder zeigt, wie und unter welchen Bedingungen diese Stakeholder die ökonomischen Anreize für Unternehmen erfolgreich zugunsten eines gesellschaftlichen Engagements beeinflussen können. Damit schafft Tobias Hahn eine Verknüpfung bisheriger Erklärungsansätze. Er zeigt, wie reziproke Stakeholder gesellschaftliche Anliegen in ökonomische Anreize für Unternehmen übersetzen können und leitet daraus strategische Gestaltungsoptionen für Unternehmen und Stakeholder ab. Die Ergebnisse dieser innovativen Analyse sind somit sowohl für das Top-Management und für gesell-

schaftliche Stakeholder als auch für die Unternehmensethik, das interessenpolitische und kooperative Nachhaltigkeitsmanagement sowie für die Sozial- und Umweltpolitik hoch relevant.

Insgesamt präsentiert Tobias Hahn einen innovativen und überzeugenden Ansatz für die Erklärung des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen. Die Arbeit besticht durch die wissenschaftlich herausragende Analyse und ist in einem gut leserlichen, ausgesprochen reflektiven Stil geschrieben. Der Autor brilliert mit einer stringenten ökonomischen und dennoch sehr interdisziplinären Argumentation und dem Einbezug allerneuester Entwicklungen der experimentellen ökonomischen Spitzenforschung. Gepaart mit einer interdisziplinäre Herangehensweise, die für Problemlösungen komplexer sozialer Sachverhalte im Unternehmenskontext immer häufiger von Bedeutung ist, wird ein hier Werk präsentiert, das zu einer Standardreferenz der Stakeholdertheorie werden dürfte.

Prof. Dr. Stefan Schaltegger

Centre for Sustainability Management (CSM)
Universität Lüneburg