

Vorlage

Titel der Arbeit // Title of Thesis

Vorlage wissenschaftliches Arbeiten

Akademischer Abschlussgrad: Grad, Fachrichtung (Abkürzung) // Degree
/

Autorenname, Geburtsort // Name, Place of Birth
Name, Ort

Studiengang // Course of Study
IT-BW 14

Fachbereich // Department
/

Erstprüferin/Erstprüfer // First Examiner
Karl Napf

Zweitprüferin/Zweitprüfer // Second Examiner
Kuligunde Knippschild

Abgabedatum // Date of Submission
10.03.2021



Eidesstattliche Versicherung

Name

Name, Vorname // Name, First Name

Ich versichere hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Abschlussarbeit mit dem Titel

Vorlage wissenschaftliches Arbeiten

selbstständig und ohne unzulässige fremde Hilfe erbracht habe. Ich habe keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt sowie wörtliche und sinngemäße Zitate kenntlich gemacht. Die Arbeit hat in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner Prüfungsbehörde vorgelegen.

Ort, Datum,

Ort, Datum, Unterschrift // Place, Date, Signature

Abkürzungsverzeichnis

z.B.....zum Beispiel
s.o.....siehe oben

Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	I
Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis.....	III
1 Theoretische Grundlagen	1
1.1 Governance.....	1
1.2 Systemtheoretische Zusammenhänge.....	1
1.3 Die Anreiz-Dimensionen	2
2 Treiber moralischen Handelns	3
Literaturverzeichnis	V

1 Theoretische Grundlagen

Ethik spielt in Unternehmen eine immer größer werdende Rolle. Im Kontrast zum 20. Jahrhundert, als beispielsweise hohe Emissionswerte eines Unternehmens kaum Beachtung gefunden haben, gehen die CO₂-Emissionen von Unternehmen seit Jahren stetig zurück. Genauso hat die Gleichberechtigung von Männern und Frauen immer mehr Präsenz in der Wirtschaft gewonnen, in form von Anstrengungen den Gender-Pay-Gap zu eliminieren oder den Frauenanteil in Management-Positionen zu erhöhen. Diese beiden Veränderungen sind neben vielen anderen maßgeblich durch Ethik bestimmt, da sie keinen (direkten) wirtschaftlichen Nutzen schaffen. In wie fern die Ethik und gesellschaftliche wie moralische Aspekte die Entscheidungen eines Unternehmens beeinflusst, soll hier kurz erörtert werden.

1.1 Governance

Gegenüber der klassischen Unternehmensführung versteht man unter dem Begriff Governance nicht-hierarchische Formen der Steuerung, in denen eine Verknüpfung verschiedener Ebenen und Perspektiven im Fokus steht. Im wirtschaftlichen Kontext wird der Begriff Corporate Governance auf Prinzipien innerhalb eines Unternehmens angewendet, welche den rechtlichen und faktischen Ordnungsrahmen für die Leitung und Überwachung festlegen. Der Zweck dieser Prinzipien ist es, Interessenkonflikte zwischen Shareholdern und Stakeholdern zu schlichten und das Unternehmen für alle Akteure ansprechend zu gestalten, um opportunistisches Verhalten einzuschränken. Dabei spielen neben ökonomischen auch moralische Anreize eine Rolle.

1.2 Systemtheoretische Zusammenhänge

Die wirtschaftliche wie soziale Gesellschaft besteht aus vielen Teilbereichen, welche teilweise unterschiedliche Ansichten zu den gleichen sozio-ökonomischen Fragestellungen vertreten. Ein solches Funktionssystem hat jeweils einen "Leitcode", eine Sprache, über welche es gesteuert wird. Bei der Wirtschaft ist dies der Angebot-Nachfrage-Mechanismus mit dem Kommunikationsmittel Geld. Ein Funktionssystem kann nur über seinen Leitcode kommunizieren, was das Zusammenwirken von mehreren Funktionssystemen zur selben Problematik zunächst unmöglich macht. Daraus folgt, dass die Moral als Zweck an sich im reinen Wirtschaftssystem keinen Platz hat, da sie an sich keine monetäre Wertschöpfung bewirkt. Deshalb wird neben den Funktionssystemen das Konstrukt der Organisationssysteme eingeführt. Diese sind in der Lage, mit mehreren Funktionssystemen zu

kommunizieren und Diskurse zwischen diesen zu moderieren.

1.3 Die Anreiz-Dimensionen

Anreize können anhand zweier Dimensionen kategorisiert werden, der Art der primären Hintergründe und die Herkunft des Anreizes. Die Hintergründe können ökonomisch, also primär auf das Eigeninteresse des Unternehmens bezogen, sein oder moralisch, welche “nicht nur aufgrund externer Belohnung [...] befolgt” werden sondern auf gesellschaftlichen Normen basieren. Auf der zweiten Dimension können externe Akteure (Kunden, Partner, Staat, ...) oder unternehmensinterne Beweggründe einen Anreiz hervorrufen bzw. belohnen. Daraus ergibt sich eine Matrix mit 4 Anreiz-Kategorien.

Anreize	extrinsisch	intrinsisch
ökonomisch	extrinsisch-ökonomisch	intrinsisch-ökonomisch
moralisch	extrinsisch-moralisch	intrinsisch-moralisch

2 Treiber moralischen Handelns

Literaturverzeichnis