

Eine neue Theorie der Unternehmung für eine neue Gesellschaft¹?

Gesellschaft – Nachhaltigkeit - Verantwortung

Motivation des Workshops

Seit Coase (1937) verfügen wir über die Ansätze einer ökonomischen Theorie der Unternehmung. Obwohl seitdem mit unterschiedlichen Fragestellungen die *theory of the firm* weiterentwickelt wurde (vgl. etwa Penrose, Williamson, Cyert/ March, Hart, Jensen, Nelson/ Winter, Foss, Hodgson etc.), lässt sich auch heute noch konstatieren, dass es weder eine allgemein akzeptierte Definition der *firm* noch eine klare Abgrenzung dessen, was innerhalb einer *theory of the firm* verhandelt wird und werden kann. Auch scheint es so zu sein, dass die Überlegungen zu einer Theorie der Unternehmung geradezu selbstverständlich in eine kapitalistische Marktwirtschaft eingebettet sind. Ist diese Selbstverständlichkeit grundlos zu akzeptieren, oder sollten wir zunächst über eine Theorie der Unternehmung nachdenken, die möglichst voraussetzungsfrei die „Nature of the Firm“ (Coase 1937) freilegt?

In diesem Workshop soll es nicht um die Ausprägungen einer neuen Gesellschaft gehen, vielmehr wollen wir die Unternehmung so fassen, dass sie für unterschiedliche Gesellschaftsentwürfe anschlussfähig wird. Vor diesem Hintergrund benötigen wir ein theoretisch robustes und praktisch wirksames Verständnis der Unternehmung, das nicht zuletzt einen (Denk-)Rahmen für einen „great mindshift“ (Göpel 2016) ermöglicht, um die Bedingungen einer „Großen Transformation“ (Schneidewind 2018) freizulegen.

Hinzu kommt, dass sich die ökonomischen und gesellschaftlichen Herausforderungen für Unternehmungen in den letzten Jahrzehnten verändert haben, von den wir aber nicht wissen können, in welcher Form sie sich in der Gesellschaftspraxis materialisieren.

Dies spricht aber nicht gegen, sondern vielmehr für ein robustes Verständnis der Unternehmung, das zu leisten haben wird, dass es in den Möglichkeiten der Gesellschaft widerspruchsfrei eingeführt werden kann.

Diesen Anspruch hatte bereits Friedman (1970) vor Augen, als er die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen auf eine ökonomische Verantwortung der Gewinnerzielung verpflichtet hat. Die (reflexionsfreien, aber gleichsam disziplinierten) Auswüchse dieses Programms wirken etwa in der Diskussion des CSV von Porter und Kramer (2006; 2011) nach (vgl. dazu Hübscher 2015a).

Wir hingegen wollen in diesem Workshop freier denken und sehen einen Unterschied zwischen der Frage von ökonomischen und gesellschaftlichen Zielen und ökonomischer und gesellschaftlicher Verantwortung (vgl. Hübscher 2015b), die im Rahmen von unterschiedlichen Graden der „Business Sustainability“ unterscheidbar werden (vgl. Dyllick/ Muff 2016). Dabei sind wir der Überzeugung, dass die Art, wie wir die Theorie der Unternehmung konstruieren, ganz fundamental von dem Status der Unternehmung als Akteur in der Gesellschaft abhängt (vgl. Schneidewind 2018; Neuhäuser 2011), der in der bisherigen ökonomischen Theoriediskussion unseres Erachtens weitestgehend ausgeblendet wurde.

Wir denken, dass die Art, wie wir die *theory of the firm* konstruieren, maßgeblich in die Denkwelten von Theoretikern und Praktikern einfließen können und dieser Ansatzpunkt einen signifikanten Einfluss auf die Theorie der Unternehmung für einen „great mindshift“ haben kann.

Fragen dieses Workshops beinhalten:

- ganz grundlegend die „nature of the firm“;
- das Verhältnis von Gesellschaft im öffentlichen Raum und der Unternehmung in privater Hand;

¹ Pfriem 2011.

- sowie die Unternehmenstheorie in akademischer Ausbildung und unternehmerischer Praxis.

Literatur

- Coase, R.H. (1937/ 1993): The nature of the firm, in: Williamson, O.E./ Winter, S. G. (Hrsg): The Nature of the Firm. Origins, Evolution, and Developments, New York/ Oxford, S. 18-33.
- Dyllick, T./ Muff, K. (2016): Clarifying the Meaning of Sustainable Business: Introducing a Typology From Business-as-Usual to True Business Sustainability, in: Organization & Environment, 29(2), S. 156-174.
- Friedman, M. (1970): The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits, in: The New York Times Magazine, 13. September 1970. Link: <http://www.umich.edu/~thecore/doc/Friedman.pdf> (zuletzt abgerufen am 05.03.2015).
- Göpel, M. (2016): The Great Mindshift: How a new Economic Paradigm and Sustainability Transformations go Hand in Hand, Berlin.
- Hübscher, M. C. (2015a): Creating Shared Value (CSV) – ein neues Konzept oder ein funktionales (ökonomistisches) Narrativ? Eine verstehende Rekonstruktion der Entwicklung des CSV, unveröffentlichtes Arbeitspapier.
- Hübscher, M. C. (2015b): Understanding CSV: Ein neues Narrativ des Kapitalismus? Zur Geschichte der scheinbaren Emanzipation vom neoliberalen Paradigma Milton Friedmans, in: zfwu H. 2/12016, S. 203-218.
- Neuhäuser, C. (2011): Unternehmen als moralische Akteure, Berlin.
- Pfriem (2011): Eine neue Theorie der Unternehmung für eine neue Gesellschaft, Marburg.
- Porter, M. E./ Kramer, M. R. (2006): Strategy and Society: The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, in: Harvard Business Review, 84/12, 78–92.
- Porter, M. E./ Kramer, M. R. (2011): Creating Shared Value. How to Reinvent Capitalism – and Unleash a Wave of Innovation and Growth, in: Harvard Business Review, No. 89/Vol. 1–2, 62–77.
- Schneidewind, U. (2018): Die Große Transformation. Eine Einführung in die Kunst des gesellschaftlichen Wandels, Frankfurt am Main.