

MODELLE UND WAHRNEHMUNGSMUSTER UNTERNEHMERISCHER VERANTWORTUNG SEIT DER INDUSTRIALISIERUNG

(Masterhauptseminar Interdisziplinäre Studiengänge und Lehramt
im Wintersemester 2019/20 in Eichstätt)

Die Übernahme sozialer Verantwortung, d.h. das Engagement von Unternehmen über gesetzliche Verpflichtungen hinaus, hat in Deutschland, Europa und Nordamerika eine lange Tradition, die ihrerseits an das im europäischen Mittelalter und der Frühen Neuzeit geprägte Leitbild des ehrbaren Kaufmanns anknüpft. Während der Industrialisierung wurde dieses Bild durch unternehmerische Persönlichkeiten abgelöst, die bereits vor der Fabrikgesetzgebung und der staatlichen Absicherung sozialer Risiken beispielhafte soziale Lösungen in ihren Unternehmen und darüber hinaus im regionalen Umfeld geschaffen haben. Obwohl Corporate Social Responsibility und Good Governance als Begriffe im späten 20. Jahrhundert geprägt wurden (z.B. von Archie B. Carroll und Mark S. Schwartz), sind sie als Praktiken mit dem modernen Unternehmertum entstanden, darunter auch solche Konzepte wie Arbeitnehmermitbestimmung und Arbeitnehmerbeteiligung am Produktivvermögen. Dennoch weichen Selbst- und Fremdwahrnehmung unternehmerischer Verantwortung teilweise stark voneinander ab, u.a. bedingt durch sich verändernde Unternehmerbilder (Eigentümerunternehmer versus Manager), nicht zuletzt aber durch infolge ökonomischer und politischer Krisen veränderte gesellschaftliche Erwartungen, neue politische Rahmenbedingungen, Veränderungen der Reichweite unternehmerischer Entscheidungen (Internationalisierung und Globalisierung), Veränderungen des Rechts und durch die Entstehung der Betriebswirtschaftslehre als eigenständige Wissenschaftsdisziplin mit einer Anfang des 20. Jahrhunderts einsetzenden Spezialisierung.

Im (Haupt)Seminar werden die Modelle und Wahrnehmungsmuster unternehmerischer Verantwortung seit der Industrialisierung mit Fokus auf (West-)Europa und Nordamerika thematisiert. Die Studierenden lernen aus wirtschafts- und sozialgeschichtlicher Perspektive und Motivationen für freiwilliges sozial verantwortliches Handeln in Unternehmen ebenso kennen wie endogene und exogene Einflussfaktoren, good and bad practice – Beispiele, ethische Dilemmasituationen (z.B. unternehmerische Verantwortung in autoritären und diktatorischen Regimen) sowie die dynamische Interaktion zwischen Unternehmen und Gesellschaft.

Die Veranstaltung kann im Modul „Modelle und Wahrnehmungsmuster unternehmerischer Verantwortung“ des M. Sc.-Studiengangs „Entrepreneurship and Social Innovation“ an der WFI belegt werden. Die Modulnote ist in diesem Fall die Note des ca. 20seitigen forschungsbezogenen Portfolios.

Gemeinsam mit der Vorlesung zum Thema „Geschichte der Industrialisierung im ‚langen 19. Jahrhundert‘: Europa, Nordamerika und Asien“ gehört das (Haupt)Seminar auch zu den Modulen „Spezialisierung in den Wirtschafts- und Sozialgeschichte“ des Interdisziplinären Masterstudiengangs sowie zum Modul „Geschichte des 19. und 20. Jahrhunderts“ im Masterstudiengang Internationale Beziehungen. Die Modulnote ist in diesem Fall die Note des im Rahmen dieses Hauptseminars verfassten, wissenschaftlichen Textes (Hauptseminararbeit) im Umfang von insgesamt ca. 15 Seiten.

1. 15. Oktober 2019

Einschreibung: Verteilung der Unterlagen, Überblick über die Veranstaltung, Vergabe der Seminarreferatsthemen

2. 22. Oktober 2019

Theoretische Zugänge I: Funktion und Aufgaben von Unternehmern aus der Perspektive der Wirtschafts-, Sozial- und Kulturwissenschaften

3. 29. Oktober 2019

Theoretische Zugänge II: Moral und Ökonomie. Unternehmerische Verantwortung sowie Dilemmasituationen aus der Perspektive von Moralphilosophie, Wirtschafts- und Unternehmensethik.

4. 05. November 2019

Theoretische Zugänge III: Vom Eigentümerunternehmer zum Manager: Der Wandel von Unternehmerbildern seit der Industrialisierung aus der Perspektive von Sozialgeschichte und Unternehmensgeschichte.

5. 12. November 2019

Wahrnehmung unternehmerischer Verantwortung während der Industrialisierung durch freiwillige Absicherung sozialer Risiken: Forderungen, Erwartungen und unternehmerisches Selbstverständnis in Deutschland und den USA).

6. 19. November 2019

Der Diskurs um unternehmerische Verantwortung in politischen Bewegungen, Religionen sowie unter staatlichen Akteuren Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts.

7. 26. November 2019

Die Entstehung der Konzepte von Arbeitnehmermitbestimmung und Arbeitnehmerbeteiligung am Produktivvermögen sowie ihre Entwicklung und Veränderung bis zur Gegenwart

8. 03. Dezember 2019

Wahrnehmung von unternehmerischer Verantwortung in der Weltwirtschaftskrise sowie im New Deal in den USA.

9. 10. Dezember 2019

Wahrnehmung von unternehmerischer Verantwortung in der Weltwirtschaftskrise sowie in der Zeit des Nationalsozialismus in Deutschland.

10. 17. Dezember 2019

Charity: Für und Wider eines Verantwortungskonzepts.

11. 07. Januar 2020

Unternehmerische Verantwortung und die Sozialpartnerschaft der deutschen Wirtschaftsordnung.

12. 14. Januar 2020

Corporate Social Responsibility, Corporate Volunteering, Corporate Citizenship und Good Governance als Modelle für eine verantwortungsbewusste Interaktion von Unternehmen und Gesellschaft?

13. 21. Januar 2020

Kommunikationsstrategien unternehmerischer Verantwortung (mit Gruppenübung).

14. 28. Januar 2020

Unternehmerische Verantwortung und globale Weltwirtschaft.

15. 04. Februar 2020

Abschlussdiskussion.

Literaturempfehlungen:

Neben diesen Literaturempfehlungen finden Sie in den Bibliotheken in Eichstätt und in Ingolstadt einen großen Bestand relevanter Publikationen, aus dem Sie sich selbstverständliche auch andere Bücher zu allgemeinen und speziellen Fragestellungen ausleihen können.

Thomas Beschorner, Matthias Schmidt (Hrsg.):
Unternehmerische Verantwortung in Zeiten kulturellen Wandels,
Mering 2006.

Ulrich Bröckling:
Das unternehmerische Selbst: Soziologie einer Subjektivierungsform,
Frankfurt am Main 2007.

Peter Bendixen:
Unternehmerische Verantwortung: Die historische Dimension einer zukunftsweisenden Wirtschaftsethik, Berlin-Münster-Wien-Zürich-London 2009.

Evangelische Kirche in Deutschland (Hrsg.):
Unternehmerisches Handeln in evangelischer Perspektive: Eine Denkschrift,
Gütersloh 2008.

Ludger Heidbrink, Alfred Hirsch (Hrsg.):
Verantwortung als marktwirtschaftliches Prinzip: Zum Verhältnis von Moral und Ökonomie,
Frankfurt am Main 2008.

André Habisch, René Schmidpeter, Martin Neureiter (Hrsg.):
Handbuch Corporate Citizenship: Corporate Social Responsibility für Manager,
Heidelberg 2008.

Holger Backhaus-Maul, Christiane Biedermann, Stefan Nährlich, Judith Polterauer (Hrsg.):
Corporate Citizenship in Deutschland: Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen. Bilanz und Perspektiven, Wiesbaden 2009.

Helga Grebing, Walter Euchner, F.-J. Stegmann, Peter Langhorst, Traugott Jähnichen, Norbert Friedrich:
Geschichte der sozialen Ideen in Deutschland: Sozialismus - Katholische Soziallehre - Protestantische Sozialethik. Ein Handbuch,
Wiesbaden 2005.

Die PowerPoint-Präsentationen zu den Veranstaltungen und weitere Materialien werden auf der E-Learning-Plattform ILIAS bereit gestellt. Zugangsinformationen erhalten die Teilnehmer zu Semesterbeginn.