



Gewissensmanagement in Organisationen. Möglichkeiten im Umgang mit Corporate Social Responsibility.

Von Unternehmen wird zunehmend verlangt, ihre Entscheidungen nicht nur an ökonomischen sondern auch an moralischen Kriterien zu orientieren. Doch wie realistisch sind die im wissenschaftlichen wie im öffentlichen Diskurs vorgebrachten Forderungen an (Wirtschafts-) Organisationen, (autonome) Moralität bzw. ein »Gewissen« auszubilden? Die hier dokumentierte Suche gilt den Bedingungen dieser Möglichkeit, nämlich den Fähigkeiten organisierter sozialer Systeme zwischen zwei Unterscheidungen (Wirtschaft/Moral) und diesen beiden Unterscheidungen selbst (Kosten/Nutzen, Gut/Böse) zu differenzieren, sich selbst dabei bzw. bei deren Anwendung in Entscheidungssituationen zu beobachten, und letztlich mit den

notwendigerweise auftretenden Spannungen produktiv umzugehen. Das präsentierte Ergebnis stimmt zuversichtlich, zeigt jedoch zugleich Folgen und Grenzen organisationaler Moralität auf.

Das Buch wendet sich an Dozierende und Studierende der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften insbesondere in den Bereichen Organisationstheorie und Wirtschaftsethik. Leserinnen und Leser, die sich mit Moral und Verantwortung von Management beschäftigen, erhalten wertvolle Hinweise.

Wiesbaden: VS Verlag 2009, ISBN: 978-3-531-16736-7, 24.90 €

„Die Krise, die wir zurzeit beobachten, stellt breit akzeptierte Gewissheiten wirtschaftswissenschaftlichen Denkens in Frage und birgt damit auch die Chance einer paradigmatischen Neuorientierung. Die vorliegende Studie kann als eine Art Prolegomena zu einer solchermaßen künftigen Ökonomie gelesen werden, die in ihren begrifflichen Grundlagen ethische Verantwortung auch als wirtschaftliche Fundamentaltatsache anzuerkennen vermag.“

(Helmut Staubmann, Universität Innsbruck)