Martin Schröder

Die Macht moralischer Argumente

Produktionsverlagerungen zwischen wirtschaftlichen Interessen und gesellschaftlicher Verantwortung

VS VERLAG

Inhalt

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis 9

1 Einleitung 11
1.1 Offene soziologische Fragen: Wie wirken moralische Argumente als soziale Mechanismen? 14
1.2 Offene wirtschaftswissenschaftliche Fragen: Wie wirken moralische Erwägungen außerhalb von Experimenten? 18
1.3 Offene politökonomische Fragen: Wie beeinflussen moralische Argumente Verlagerungsentscheidungen? 19
1.4 Gliederung der Arbeit 21

2 Forschungsdesign 23
2.1 Auswahl der Fälle 23
2.2 Vergleich der Fälle 25

3 Ergebnisse einer Befragung zu moralischen Bedenken 27
3.1 Regressionsvariablen 28
3.2 Ergebnisse 29

4 Einführung in das Feld: Interessen, Rechte und Pflichten in Produktionsverlagerungsdiskussionen 33
4.1 Die Stellung des Vorstands in Diskussionen um Produktionsverlagerung 33
4.2 Die Stellung des Aufsichtsrats 34
4.3 Die Stellung von Gewerkschaften 34
4.4 Die Stellung von Betriebsräten 36

5 Unternehmen Müller: Wie moralischer Einfluss zur Neuberechnung wirtschaftlicher Strategien führt ... 39
5.1 Müllers wirtschaftliche Situation, Geschäftsleitung und Arbeitnehmervertreter ... 39
5.2 Moralische Argumente im Konfliktverlauf ... 41
5.2.1 Erste Phase: Gewerkschaft appelliert an gesellschaftliche Verantwortung ... 42
5.2.2 Zweite Phase: Hohe Gewinne gelten als unmoralisch ... 44
5.2.3 Dritte Phase: Einigung durch gemeinsame Werte ... 48
5.3 Wie wirkten moralische Argumente bei Müller? ... 49
5.3.1 Bedeutung moralischer Appelle an die Geschäftsleitung ... 49
5.3.2 Bedeutung moralischer Argumente als Machtressource ... 50

6 Unternehmen Steche: Wie moralisch wirkendes Handeln Interessenverfolgung ermöglicht ... 53
6.1 Steches wirtschaftliche Situation, Geschäftsleitung und Arbeitnehmervertreter ... 53
6.2 Moralische Argumente im Konfliktverlauf ... 56
6.2.1 Erste Phase: Moralische Argumente sind bei geteilter Krisenwahrnehmung bedeutungslos ... 56
6.2.2 Zweite Phase: Moralische Bedenken überwiegen wirtschaftliche Einsicht ... 65
6.2.3 Dritte Phase: Moralische Behandlung bringt Zugeständnisse ... 72
6.3 Wie wirkten moralische Argumente bei Steche? ... 78
6.3.1 Bedeutung moralischer Appelle an die Geschäftsleitung ... 78
6.3.2 Bedeutung moralischer Argumente als Machtressource ... 80

7 Die Unternehmen Wolder und Tehnwolder: Wie moralische Argumente Unternehmensstrategien beeinflussen ... 83
7.1 Wolders wirtschaftliche Situation, Geschäftsleitung und Arbeitnehmervertreter ... 84
7.2 Moralische Argumente bei Wolder ... 88
7.2.1 Erste Phase: Bei hoher Rendite gelten Kündigungen als unmoralisch ... 88
7.2.2 Zweite Phase: Appell, dass Produktionsverlagerung bei hohem Gewinn verantwortungslos ist ... 91

7.2.3 Dritte Phase: Moralische Appelle versagen – Trümmerwalde wird geschlossen ... 95
7.2.4 Vierte Phase: Moralische Diskreditierung beeinflusst Absatz ... 100
7.2.5 Fünfte Phase: Gewinnmaximierung gilt als unmoralisch ... 103
7.3 Tehnwolders wirtschaftliche Situation, Geschäftsleitung und Arbeitnehmervertreter ... 105
7.4 Moralische Argumente bei Tehnwolder ... 109
7.4.1 Erste Phase: Appell an soziale Verantwortung beeinflusst Interessenverfolgung ... 109
7.4.2 Zweite Phase: Die Geschäftsleitung grenzt sich von Wolder ab ... 114
7.4.3 Dritte Phase: Moralische Beteuerungen beeinflussen wirtschaftliche Interessenverfolgung ... 117
7.5 Weshalb wirkten moralische Argumente bei Tehnwolder stärker als bei Wolder? ... 120
7.5.1 Warum moralische Appelle nur bei Tehnwolder wirkten ... 120
7.5.2 Warum moralische Argumente nur bei Wolder zur Konfliktressource wurden ... 124

8 Die Unternehmen Fernlich und Kuhle: Wie sich traditionale und kapitalistische Wirtschaftsethik unterscheiden ... 129
8.1 Fernlichs wirtschaftliche Situation, Geschäftsleitung und Arbeitnehmervertreter ... 129
8.2 Moralische Argumente bei Fernlich ... 135
8.2.1 Erste Phase: Forderungen der Geschäftsleitung zerstören den guten Willen der Arbeitnehmer ... 135
8.2.2 Zweite Phase: Geschäftsleitung erklärt Gewinnmaximierung als sozial verantwortlich ... 138
8.2.3 Dritte Phase: Arbeitnehmer erschweren Gewinnmaximierung durch moralisierende Kampagnen ... 147
8.2.4 Vierte Phase: Die Geschäftsleitung beschränkt Gewinnmaximierung auf sozial akzeptierte Vorgehensweisen ... 152
8.3 Kuhles wirtschaftliche Situation, Geschäftsleitung und Arbeitnehmervertreter ... 158
8.4 Moralische Argumente bei Kuhle ... 161
8.4.1 Erste Phase: Appell, am Heimatstandort zu investieren ... 163
8.4.2 Zweite Phase: Vertrauen ersetzt wirtschaftliche Kalkulation ... 165

8.4.3 Dritte Phase: Geschäftsleitung übt über Vertrauen Druck aus 167
8.4.4 Vierte Phase: Gegenseitiges Vertrauen führt zu Übereinkunft 168
8.5 Weshalb brachten moralische Argumente bei Fernlich und nicht bei Kuhle die Öffentlichkeit auf? 174
8.5.1 Warum Appelle an die Geschäftsleitung bei Kuhle wirkten und bei Fernlich nicht 175
8.5.2 Weshalb moralische Argumente Fernlichs Belegschaft im Gegensatz zu Kuhles aufwiegelten 180
8.5.3 Warum moralische Agitation der Öffentlichkeit bei Fernlich wirkte und bei Kuhle nicht nötig war 183

9 Wie Interessen und moralische Argumente sich beeinflussen 187
9.1 Wie moralische Argumente Interessenverfolgung einschränken 189
9.1.1 Gewissensmobilisierung 191
9.1.2 Belegschaftsmobilisierung 194
9.1.3 Öffentlichkeitsmobilisierung 197
9.1.4 Bedingungen und Erfolgsaussichten der drei Einflussmechanismen 199
9.2 Wie moralische Argumente Interessenverfolgung ermöglichen 202
9.3 Wie Interessen moralische Argumente einschränken 206
9.4 Wie Interessen moralische Argumente ermöglichen 208

10 Wie Moral und Interessen zusammenspielen – Antworten auf Forschungsfragen 211
10.1 Ökonomische Erklärungen wirtschaftlichen Handelns 211
10.2 Soziologische Erklärungen wirtschaftlichen Handelns 214
10.3 Politökonomische Erklärungen von Standortkonflikten 217
10.4 Moral Economy: Die Bedeutung von Moral im Kapitalismus 218

Danksagung 223

Quellen 225