

Nina Kolleck

Global Governance, Corporate Responsibility und die diskursive Macht multinationaler Unternehmen

**Freiwillige Initiativen der Wirtschaft für
eine nachhaltige Entwicklung?**



Nomos

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	13
1. Einleitung	15
1.1 Fragestellung bzw. Zielsetzung	15
1.2 Aufbau der Arbeit	21
1.3 Definition relevanter Begriffe	23
2. Hintergründe	30
2.1 Global Governance	30
2.1.1 Überblick	30
2.1.2 Kritik am Global Governance-Konzept	32
2.1.3 Schlussfolgerung	34
2.2 Nicht-staatliche Akteure im Global Governance-System	35
2.2.1 Überblick	35
2.2.2 Public Private Partnerships	37
2.2.3 Unternehmenszusammenschlüsse und Business Roundtable	38
2.2.4 Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Akteuren und Multistakeholder-Initiativen	41
2.2.5 Schlussfolgerung	42
2.3 Theoretische Ansätze → Die Macht von Unternehmen im Global Governance-System	43
2.3.1 Neopluralistische Perspektiven	43
2.3.2 Neogramscianische Perspektiven	44
2.3.3 Dreidimensionaler Ansatz	45
2.4 Diskursanalysen und diskursive Macht	46
2.4.1 Diskursive Macht	46
2.4.2 Diskursanalysen	47
2.5 Unternehmen in der globalen Umweltpolitik und deren Rolle für eine nachhaltige Entwicklung	51
2.5.1 Unternehmen in der globalen Umweltpolitik	52
2.5.2 Engagement von Unternehmen in der globalen Umweltpolitik	54
2.5.3 Nachhaltige Entwicklung, Handelsliberalisierung und Wachstum	55
2.5.4 Unternehmensverantwortung	57
2.5.5 Sustainable Entrepreneurship	61
2.5.6 Nachhaltigkeitsberichterstattung	61

2.5.7 Externe Kontrolle von Nachhaltigkeitsberichten	62
2.6 Sozialkonstruktivistische Analysen	64
2.7 Zwischenfazit	65
3. Theoretische und methodische Orientierung	67
3.1 Sozialkonstruktivistische Perspektiven	70
3.1.1 Konstruktivismus in den Internationalen Beziehungen	71
3.1.2 Methodische Operationalisierbarkeit	73
3.1.3 Bedeutung, Entstehung und Wirkung von Normen	74
3.2 Methodik	77
3.2.1 Qualitative Inhaltsanalyse	78
a) Durchführung der Analyse nach Mayring	79
b) Kategorienbildungen	80
c) Grundformen des Interpretierens	82
3.2.2 Diskursanalyse	85
a) Macht und Diskurs: Diskursanalyse nach Foucault	87
b) Kritik an Foucault	89
c) Durchführung der Diskursanalyse	91
3.2.3 Verknüpfung der methodischen Ansätze	96
3.2.4 Computergestützte Analyse mit ATLAS.ti	99
3.2.5 Leitfadeninterviews	101
a) Stichprobenziehung	101
b) Interviewvorbereitung	102
c) Kontaktaufnahme	103
d) Durchführung	104
3.3 Qualitätssicherung und Geltungsbegründung	105
3.3.1 Geltungsbegründung qualitativer Sozialforschung	105
3.3.2 Gültigkeit des Fallstudiendesigns	108
3.4 Zwischenfazit	111
4. Econsense und der Diskurs über nachhaltige Entwicklung	113
4.1 Econsense, multinationale Unternehmen und nachhaltige Entwicklung	113
4.1.1 Econsense	114
a) Vor- und Nachteile der pansektoralen Vernetzung	117
b) Einfluss von Econsense auf seine Mitglieder	119
c) Weitergehende Kooperationen	119
4.1.2 Econsense-Mitglieder und nachhaltige Entwicklung	122
4.1.3 Nachhaltigkeitsberichte	123
4.2 Diskursanalytische Konzepte	126
4.2.1 Diskurs-Koalition	127
4.2.2 Story-lines	127

a) Freiwilligkeit versus Regulierung	128
b) Unentbehrlichkeit der Wirtschaft	129
c) Gestaltung politischer Rahmenbedingungen	130
d) Kompetenz wirtschaftlichen Handelns	132
e) Positiv-Summen-Spiel	133
f) Wettbewerbsvorteile	133
4.2.3 Diskursverschränkungen	134
4.2.4 Gegendiskurse	136
a) Nationalstaatlicher Gegendiskurs	138
b) Zivilgesellschaftlicher Gegendiskurs	142
4.2.5 Wortwahl, Wortprägungen und Euphemismen	146
4.3 Dimensionen, Paradigmata, Regeln des Diskurses und die „archäologische“ Methode	150
4.3.1 Begriffliche Abgrenzungen	152
a) Wachstum, nachhaltige Entwicklung und Umweltschutz	156
b) Nachhaltiges Wirtschaften	159
4.3.2 Ambivalenzen	160
a) Ökologisch, Sozial und Ökonomisch?	161
b) Erhalt und Entwicklung	163
c) Globale und nationale Orientierung	165
d) Erwartungen und Ziele	167
e) Langfristige und kurzfristige Orientierung	170
4.4 Zwischenfazit	171
5. Theoretische Interpretationen und Implikationen	176
5.1 Chancen und Grenzen der diskursiven Macht von Unternehmen	176
5.1.1 Rechtfertigungen	180
5.1.2 Zufriedenstellung der Stakeholder	183
5.1.3 Modetrend oder PR-Gag?	184
5.1.4 Interne Kommunikation	185
5.1.5 Externe Prüfung der Nachhaltigkeitsberichte	187
5.1.6 Zielkonflikte	190
5.1.7 Wertschöpfungsketten	191
5.1.8 Interpretation der diskursiven Macht multinationaler Unternehmen	193
5.2 Der „Business Case“. Oder: Ursachen, Motivationen und Ziele	196
5.2.1 Nachhaltige Entwicklung als Business Case?	198
5.2.2 Wettbewerbsvorteile	199
5.2.3 Stakeholder	201
5.2.4 Neoliberale Reformen und natürliche Rahmenbedingungen	205
a) Demografischer Wandel	206
b) Endliche Rohstoffe und Klimawandel	208
5.2.5 Ausübung diskursiver Macht	209

a) Kooperativer und proaktiver Ansatz	210
b) Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Akteuren	212
c) Kontakte zu politischen Entscheidungsträgern	214
d) Bereiche fehlender staatlicher Versorgung	216
e) Legitimation nachhaltiger Entwicklung	217
5.2.6 Interpretation der Motivationen der Unternehmen	218
5.3 Theoretische Implikationen	219
5.3.1 Theoretische Modifikationen	220
5.3.2 Argumente gegen die Anwendung	222
5.3.3 Generalisierung der Forschungsergebnisse	223
6. Fazit	225
6.1 Zusammenfassung	225
6.2 Ausblick	231
7. Anhang: Interviewleitfaden	236
8. Bibliographie	239
8.1 Interviews	239
8.2 Sekundärliteratur und Dokumente	240