

LEHRBUCH

Claudia Kreipl

Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Corporate Governance,
Compliance Management und
Corporate Social Responsibility



Springer Gabler

Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Claudia Kreipl

Verantwortungsvolle Unternehmensführung

Corporate Governance, Compliance
Management und Corporate Social
Responsibility

Claudia Kreipl
Hochschule Fulda
Fulda, Deutschland

ISBN 978-3-658-28139-7 ISBN 978-3-658-28140-3 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-28140-3>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2020

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag, noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Vorwort

Unternehmen „richtig“, das heißt erfolgreich zu führen, lag schon seit jeher im Fokus der Unternehmenspraxis und auch der Wirtschaftswissenschaften. Eine rein ökonomische Sichtweise mit den Shareholdern bzw. Eigentümern im Mittelpunkt wurde von einer Stakeholder-Orientierung abgelöst, welche auch vorökonomische Faktoren als Aufgabe des erfolgsträchtigen Managements erachtet. Eine systemorientierte Unternehmensführung mit einem strategischen Management ist auf diese Weise entstanden. Neuere Entwicklungen gehen nun darüber hinaus.

Das Wirtschaftsleben in der aktuellen Zeit ist von Globalisierung geprägt. Unternehmerische Aktivitäten in Beschaffung, Produktion und Absatz sind über eine Vielzahl an Ländern mit ihren individuellen Bedingungen verbunden. Die Digitalisierung ermöglicht in dieser Verflechtung innovative Wege, in globaler Wirtschaft zu agieren. Die nachwachsende Generation der Digital Natives entwickelt neue Werte in diesen Gegebenheiten.

Diese Strukturen und Wertesysteme führen zu einer Vielzahl an Verhaltensmöglichkeiten, die ökonomisch, rechtlich und ethisch korrekt oder kritisch beurteilt werden können. Die Menge an Unternehmensskandalen zeigt die negativen Auswüchse des Verhaltensspielraums auf. In diesem Kontext wird Verantwortung zunehmend als Voraussetzung wirtschaftlichen Erfolgs wahrgenommen. Das Zusammenspiel von Transparenz der Strukturen und Aktivitäten mit einer klaren Regelung von Verantwortlichkeiten ermöglicht das Entstehen und Stabilisieren von Vertrauen in Wirtschaftsstandorte, Unternehmen, Unternehmensbereiche und Unternehmerpersönlichkeiten. Ein Integritäts- bzw. Verantwortungsmanagement entsteht. Verantwortung als Voraussetzung, Motor und Ziel wirtschaftlichen Handelns wird im vorliegenden Buch mit seinen Ebenen betrachtet und mit dem klassischen strategischen Management zu einem integrativen Gesamtmodell zusammengeführt.

Dazu wird die ökonomische Verantwortung über das Konzept der Corporate Governance eingeführt. Eine rechtliche Verantwortung wird über den Ansatz des Compliance Management in Unternehmen betrachtet. Eine ethische Verantwortung rundet die Verantwortungsebenen ab und bindet das Konzept der Corporate Social Responsibility ein. Diese drei Ansätze werden miteinander verzahnt und in einem letzten Schritt mit dem strategischen Management zu einem Gesamtmodell integriert.

Das integrative Gesamtmodell soll Vertreter aus Theorie und Praxis für die Anforderungen des Wirtschaftslebens heute und in Zukunft rüsten. Die grundlegenden Gedanken des Modells sollen insbesondere dem akademischen Nachwuchs der Wirtschaftswissenschaften mit auf den Weg gegeben werden. Dieses Buch richtet sich an alle Personen, die sich mit betriebswirtschaftlichen Fragestellungen im Rahmen ihrer Aus- und Weiterbildung auseinandersetzen. Insbesondere wendet sich das Werk an Bachelor- und Master-Studierende der Fachrichtung Wirtschaftswissenschaften im Haupt- und Nebenfach. Auch Praktiker, die ihren Wissensstand auffrischen und weiterentwickeln wollen, zählen zur Zielgruppe des Werks. Das Buch soll ihnen einen Einblick in aktuelle und wichtige Entwicklungen der Betriebswirtschaftslehre bieten. Es bietet eine Möglichkeit zur Auseinandersetzung mit strategischer Unternehmensführung unter Einbindung der Verantwortungsebenen des Managements. Die Bereiche Corporate Governance, Compliance Management und Corporate Social Responsibility können in ihren Schnittmengen und in der Zusammenführung zu einem Verantwortungsorientierten Management ergründet werden.

Mein Dank geht an dieser Stelle an jene, die das Entstehen des Buchs mit ihrer wertvollen Mitarbeit begleitet haben: Frau Claudia Riegger, Frau Roswitha Birkemeyer und Frau Helga Kreipl danke ich für ihr Engagement bei der Recherche und dem Korrekturlesen. Weiterhin gilt mein Dank der Unterstützung durch den Springer Gabler Verlag an die Lektorinnen Frau Ulrike Lörcher und Frau Katharina Harsdorf.

Fulda, Deutschland, August 2019

Claudia Kreipl

Inhaltsverzeichnis

1	Verantwortung in Unternehmen	1
1.1	Grundlagen zur strategischen Unternehmensführung	2
1.2	Die wachsende Bedeutung verantwortungsvoller Unternehmensführung	6
1.3	Zielgruppen verantwortungsvollen Handelns – Die Stakeholder	10
1.4	Ebenen verantwortungsvollen Handelns	17
1.5	Zusammenführung der Erkenntnisse in ein Gesamtmodell	21
	Literatur	23
2	Corporate Governance	27
2.1	Grundlagen	28
2.1.1	Ausgangspunkte für Corporate Governance	28
2.1.2	Konsequenzen für Unternehmen und Stakeholder	33
2.1.3	Der Begriff Corporate Governance aus verschiedenen Perspektiven	37
2.1.4	Prinzipal-Agent-theoretische Herleitung opportunistischen Verhaltens	45
2.2	Rahmenbedingungen: Der deutsche Corporate Governance Kodex	55
2.2.1	Wirkungsweise des Deutschen Corporate Governance Kodex	55
2.2.2	Einbettung des Kodexes in den Zusammenhang weiterer Regelwerke	61
2.3	Die interne Umsetzung von Corporate Governance	69
2.3.1	Die Rolle des Aufsichtsrats	69
2.3.2	Ein systematisches Kontroll- und Überwachungssystem	87
2.3.3	Ergänzende Corporate Governance-Mechanismen und deren Zusammenspiel	96
2.4	Status quo von Corporate Governance	102
2.5	Corporate Governance in kleinen und mittelständischen Unternehmen	106

2.6	Auswirkungen von Corporate Governance auf den Unternehmenserfolg . . .	115
2.6.1	Corporate Governance-Studien in Deutschland.	116
2.6.2	Indikatoren monetären Erfolgs	117
2.6.3	Vertrauen als Erfolgsindikator	119
	Literatur.	120
3	Compliance Management.	129
3.1	Grundlagen.	130
3.1.1	Begriff, Funktionen, Treiber und Nutzen von Compliance Management.	130
3.1.2	Wirtschaftskriminalität.	141
3.1.3	Rechtliche Grundlagen von Compliance.	147
3.1.4	Theoretische Basis: Informationsasymmetrien begünstigen Compliance-Verstöße.	149
3.2	Ausgestaltung eines Compliance Management Systems.	153
3.2.1	Schaffen einer Compliance Management-Struktur	154
3.2.2	Hinweisgeber-Systeme	161
3.2.3	Durchführen eines Compliance Management-Audits	168
3.2.4	Schaffen einer Compliance-Kultur	173
3.3	Status quo von Compliance Management	192
3.4	Compliance Management in kleinen und mittelständischen Unternehmen	203
3.5	Die Auswirkung von Compliance Management auf den Unternehmenserfolg.	209
	Literatur.	211
4	Corporate Social Responsibility	219
4.1	Theoretische Begründungsansätze gesellschaftlicher Verantwortung	220
4.1.1	Begründung aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive	220
4.1.2	Wirtschaftsethische Positionen zur Erklärung des Aktivitätsniveaus	225
4.1.3	Erzeugen eines Möglichkeitsraums für verantwortungsvolles Handeln in Unternehmen.	228
4.2	Begriff und Elemente.	233
4.2.1	Der Begriff Corporate Social Responsibility	233
4.2.2	Freiwilligkeit der Aktivitäten	237
4.2.3	Ansätze der Nachhaltigkeit	242
4.2.4	Die Stakeholder-Orientierung	247
4.3	Umsetzung und Instrumente von CSR im Unternehmen.	250
4.3.1	Einbindung von CSR in das Unternehmen	250
4.3.2	Überblick über die Instrumente	292

4.4	Corporate Social Responsibility in kleinen und mittelständischen Unternehmen	293
4.5	Auswirkung von CSR auf den Unternehmenserfolg	301
	Literatur.	307
5	Perspektiven einer verantwortungsvollen Unternehmensführung.	317
5.1	Corporate Governance als integrativer Ansatz.	318
5.2	Rechtliche Verantwortung umsetzen	320
5.3	Gesellschaftliche Verantwortung leben	321
5.4	Ein Gesamtmodell verantwortungsvoller Unternehmensführung	325
5.4.1	Plädoyer für ein Gesamtmodell	325
5.4.2	Entwicklung eines Gesamtmodells verantwortungsvoller Unternehmensführung	327
5.4.3	Potenzial des Modells verantwortungsvoller Unternehmensführung	336
	Literatur.	338
	Stichwortverzeichnis.	341

Abkürzungsverzeichnis

AktG	Aktiengesetz
APAG	Abschlussprüferaufsichtsgesetz
ARUG	Gesetz zur Umsetzung der Aktionärsrichtlinie
AV-Modell	Aktivitäts- und Verantwortungsmodell
BaFin	Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht
BilKoG	Bilanzkontrollgesetz
BilMoG	Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz
BilReG	Bilanzrechtsreformgesetz
BLIHR	Business Leader Initiative on Human Rights
CEO	Chief Executive Officer
CEPS	Centre of European Policy Studies
CMS	Compliance Management-System
CrM	Cause-related Marketing
CSR	Corporate Social Responsibility
CSR-RUG	CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz
DCGK	Deutscher Corporate Governance Kodex
ECGI	European Corporate Governance Institute
EFMD	European Foundation for Management Development
EIRIS	Ethical Investment Research Services
EMAS	Eco Management and Audit Scheme
EPU	Ein-Personen-Unternehmen
EU	Europäische Union
FAG	Fernmeldeanlagenengesetz
FLO	Fairtrade Labelling Organizations International
GenG	Genossenschafts-Gesetz
GG	Grundgesetz
GHG	Greenhouse Gas Protocol
GK	Governance-Kodex für Familienunternehmen
GRI	Global Reporting Initiative
G20	Gruppe der 20