

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	Tehnolders 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
