

Studienmodul: Strategisches Management

Seminar: Strategierhetorik und strategische Praktiken in der Medienindustrie

Prof. Dr. Matthias Maier

Zeit: mittwochs, 17:00 bis 18:30 Uhr

Raum: Helmholtzstraße 15, Raum 103

Syllabus

Das Vertrauen der Gesellschaft in unternehmerisches Handeln ist im Zuge der Wirtschaftskrise mehr und mehr gestört. Jeden Tag erreichen uns über die Medien neue Botschaften über Betrugsfälle und unethisches Managerverhalten. Insbesondere im Finanzbereich wird dies momentan deutlich.

Ein Beispiel ist die Investmentfirma von Bernard Madoff, der vorgeworfen wird Investoren mit einem Schneeballsystem um mindestens 50 Milliarden Dollar betrogen zu haben. Madoff wurde bereits festgenommen und hat gegenüber den Medien zugegeben, dass es sich bei dem Geschäft um eine „einzige große Lüge“ gehandelt hat. Der Fall Madoff ist schon jetzt der größte Betrugsfall in der Geschichte der Wall Street - mit hohen Opferzahlen, weit über die USA hinaus. Dazu gehören neben normalen Privatinvestoren, auch führende Industrielle und Kooperationen, Großbanken, Stiftungen, Fonds und Universitäten. Größtenteils nutzten diese Anleger Madoff wie ein hochverzinsliches Bankkonto. Börsenkrise und Rezession offenbaren nun aber die Schattenseiten des Anlagegeschäfts. Viele der Madoff Anleger stehen vor dem Aus und Milliarden von Dollars sind laut Douglas Kass, Chef des Finanzdienstleisters Seabreeze Partners Management, im Geldhimmel verschwunden. Hier bricht ein ganzes System zusammen, bei dem viele Akteure mitgespielt haben, ob aus Gier, Naivität, Lethargie oder Dummheit. Blinde Aufsichtsbehörden und das Vertrauen eingelullter Investoren erleichterten Madoff sein betrügerisches Spiel. Im Zusammenhang mit dem Skandal tauchen viele Fragen auf, vor allem aber fragt man sich, warum sich so viele Menschen arglos um den Finger wickeln ließen: Profibanker, Privatinvestoren, Prominente. Warum hat keiner die Warnzeichen beachtet, die es wohl schon vor Jahren gegeben hat? Die Antwort ist zum einen in Madoffs Persönlichkeit zu suchen, wo sich außerordentliches geschäftliches Talent mit krimineller Raffinesse verband, und zum anderen in seinem

Umfeld, wo ungebändigtes Profitstreben selbst den grundlegendsten aller Kontrollmechanismen, den gesunden Menschenverstand, außer Kraft setzte. Zu Madoffs Gaben zählte, dass er Vertrauen schaffen konnte. Er galt als Seriosität in Person. Millionen Menschen vertrauten ihm in der Hoffnung auf satte Gewinne ihr Geld an. Betroffene geben zu, Madoffs Charme erlegen zu sein. "Um ihn herum gab es einen Mythos", so ein Prominenter in der "New York Post". "Er hat den Eindruck vermittelt, dass er einen Club mit hundert Mitgliedern unterhält." Ohne dieses gediegene Club-Ambiente hätte Madoffs System nicht funktionieren können. Denn Madoff warb keineswegs selbst um Anleger; er ließ sie zu sich kommen. Durch Mund-zu-Mund-Propaganda verbreiteten sich in den wohlhabenden Zirkeln New Yorks und Floridas die Berichte über Madoffs einträglichen Investmentfond. Neue Kunden wurden nur durch Empfehlung alter Kunden aufgenommen. Bei Madoff zu investieren, galt als Privileg. Ermittler sehen dies heute als den perfekten Vertrauens-Trick: Wer in den exklusiven Kreis der Anleger aufgenommen wurde, stellte keine kritischen Fragen.

Es handelt sich bei Madoff um einen besonders schweren Fall von Vertrauensmissbrauch, wobei er keinen Einzelfall darstellt. Die Medien machen dies jeden Tag deutlich: Manager kassieren Steuergelder in Form von Boni, welche für die Rettung angeschlagener Unternehmen gedacht sind, Staatsoberhäupter kritisieren öffentlich das Verhalten von Unternehmen und Managern usw. Dies hat zur Folge, dass das Vertrauen der Gesellschaft in das Finanz- und teilweise in das gesamte Wirtschaftssystem gestört ist.

Unternehmen sind ein Teil der Gesellschaft und auf diese angewiesen. Sie entwickeln daher unterschiedliche Strategien, um das Vertrauen und damit die Zustimmung ihrer Stakeholder (Markt, Umwelt, Mitarbeiter, Kunden) herzustellen und ein Systemvertrauen zu erzeugen. Neben einer reinen Wettbewerbsstrategie ist daher auch eine Strategie notwendig, welche die Gesellschaft, deren Wohlstand, aber auch Zustimmung erreichen soll. Häufig sind diese Strategien, als auch Wettbewerbsstrategien mit einer bestimmten Strategierhetorik verknüpft, welche die Leistungen eines Unternehmens für seine Kunden, Mitarbeiter und weitere Stakeholder glaubwürdig darstellen und verbreiten sollen.

Im Fall von Madoff handelt es sich um eine unternehmerische Strategie mit spezifischen rhetorischen Praktiken, welche einen derart schweren und weitreichenden Betrug erst möglich gemacht haben. So warb das Unternehmen mit Seriosität, hohen

Gewinnmöglichkeiten, sowie einem gediegenen Club – Ambiente. Das hier eine Inkongruenz zwischen der vermittelten Botschaft und der tatsächlichen Strategie des Unternehmens bestand, wird erst jetzt deutlich, seit der Fall vor Gericht steht und der Milliardenbetrug aufgedeckt wurde.

Die Beziehung zwischen der tatsächlichen Strategie des Unternehmens als das Bezeichnete und der Strategierhetorik als Zeichen war im Fall Madoff gestört. Es herrscht eine Referenzlosigkeit zwischen Zeichen (Signifikant) und Bezeichnetem (Signifikat). Es kann davon ausgegangen werden, dass derartige und weitere Systemstörungen, welche momentan verstärkt thematisiert werden, zu Brüchen im Systemvertrauen der Gesellschaft führen. Rhetorische Wendungen, Floskeln und Begriffsformationen, denen sich Unternehmen strategisch bedienen, um ihre Ziele glaubhaft zu vermitteln und zu verbreiten werden zunehmend in Frage gestellt bzw. ihre Intention durch die Gesellschaft zunehmend stärker reflektiert.

Was aber passiert wenn das Vertrauen der Gesellschaft in unternehmerisches Handeln gestört ist? Welche Bedeutung hat gesellschaftliches Vertrauen in Wirtschaft und unternehmerisches Handeln für das Unternehmen? Wie müssen strategische Praktiken aussehen um ein Systemvertrauen herzustellen und wie lassen sich diese Strategien rhetorisch glaubhaft vermitteln? Diese und weitere Fragen sollen im Seminar genauer betrachtet werden.

Aufbau der Veranstaltung

Im ersten Teil der Veranstaltung soll es zunächst darum gehen die Bedeutung und die Beziehung zwischen Strategie, Zeichen und rhetorischen Praktiken zu hinterfragen. Was für Strategien verfolgen Unternehmen und warum? Welche Verbindung besteht zwischen Strategien und Strategierhetorik bzw. zwischen Zielen und Handlungen und deren Darstellung?

Der zweite Teil dient dazu, an aktuellen Beispielen das Verhältnis zwischen Systemvertrauen und Systemstörung aufzuzeigen. Welche Bedeutung hat das Systemvertrauen und wie lässt sich dieses in Bezug auf Strategie, Zeichen und rhetorische Praktiken erklären. Wie kommt es zu Systemstörungen und welche Rolle spielt dabei die mediale Berichterstattung? Welche Bedeutung haben Systemstörungen für das Systemvertrauen? usw.

Im dritten Teil geht es um unternehmensstrategische Praktiken von Medienunternehmen. Die Corporate Social Responsibility ist eine mögliche Strategie, um das Systemvertrauen herzustellen und zu erhalten. Sie spiegelt die Bestrebungen von Unternehmen wider, nachhaltig verantwortungsvoll zu handeln und damit das gesellschaftliche Vertrauen in ihre Handlungen herzustellen. Die gegenwärtige Wirtschafts- und Vertrauenskrise lässt an der Reichweite des Konzeptes allerdings Zweifel aufkommen. Wie aber können rhetorische Strategien aussehen, um nachhaltig Vertrauen für unternehmerisches Handeln in der Gesellschaft herzustellen? Wie wichtig ist es, dass das Unternehmenshandeln nachvollziehbar ist und der Rhetorik und Selbstdarstellung entspricht?

Gliederung der Veranstaltung

- 1. Strategie, Zeichen und rhetorische Praktiken**
- 2. Systemvertrauen und Systemstörungen**
- 3. Strategische Praktiken von Medienunternehmen**

Literaturvorschläge zu den einzelnen Blöcken

1. Strategie, Zeichen und rhetorische Praktiken

Clausewitz, Carl von: Strategie denken. Die hohe Kunst der Strategie. dtv München

de Saussure, Ferdinand (1967): Grundfragen der allgemeinen Sprachwissenschaft. De Gruyter: Berlin.

Gasché, Rodolphe: Das wilde Denken und die Ökonomie der Repräsentation. In: Lepenies, Wolf; Ritter, Hanns Henning (Hrsg.) (1970): Orte des wilden Denkens – Zur Anthropologie von Claude Lévi-Strauss. Frankfurt a. M.: Suhrkamp Verlag.

Latour, Bruno (2002): Die Hoffnung der Pandora. Suhrkamp Verlag: Frankfurt am Main.

Mintzberg, Henry u. a.: Strategy Safari. Eine Reise durch die Wildnis des strategischen Managements. Redline Wirtschaft bei Ueberreuter, Frankfurt am Main/Wien 2002 (3. Aufl.).

Porter, Michael (1997): Wettbewerbsstrategie: Methoden zur Analyse von Branchen und Konkurrenten. 10. Aufl. Frankfurt: Campus Verlag. [Semesterapparat]

Rolf, Eckard: Symboltheorien : der Symbolbegriff im Theoriekontext. Berlin [u.a.] : de Gruyter.

Smart, Benjamin Humphrey: Grundlagen der Zeichentheorie. Grammatik, Logik, Rhetorik. F. a. M.: Syndikat.

Sunzi: Die Kunst des Krieges. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://opus.bsz-bw.de/hdms/volltexte/2004/408/pdf/Sunzi.pdf>

2. Systemvertrauen und Systemstörungen

Streeck, W. u.a. (Hg.) (2007): Moralische Voraussetzungen und Grenzen wirtschaftlichen Handelns. Forschungsbericht aus dem MPiFG 3. Max Planck-Institut für Gesellschaftsforschung, Köln. URL: http://www.mpifg.de/pu/mpifg_fo/fb3.pdf

Heidbrink, Ludgar (2008): Verantwortung als moralisches Prinzip der Marktwirtschaft: Zum Verhältnis von Moral und Ökonomie. F.a.M.: Campus Verlag. [Wb 1600/6]

Hiß, S. (2006): Warum übernehmen Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung. Campus: Frankfurt/Main [u.a.]

Luhmann, Niklas (1989): Vertrauen: Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität. 3. Aufl. Stuttgart: Enke. [Dg LuhmNik/18]

Fourcade, Marion; Healy, Kieran (2007): Moral Views of Market Society. Annual Review of Sociology, 33, 285-311.

Reidenbach, Dirk (2006): Aktienanalysten und Ratingagenturen – Wer überwacht die Überwacher? Peter Lang: Frankfurt a. M.

Kazim, Hasnain: Rating-Agenturen – Die böse Macht der Krisen-Katalysatoren. Online erschienen unter: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,499674,00.html> (Stand: 9.3.09)

3. Strategische Praktiken von Medienunternehmen

eigene Recherche