Die institutionenökonomische Theorie der Unternehmung: An Economic View on CSR

Seminar Theorien der Multinationalen Unternehmung

Christian Vögtlin

Universität Zürich, Oktober 2013

Inhalt

1. Problemaufriss: UBS and Climate Change
2. Institutionenökonomische Theorien
3. An Economic View on CSR
4. Implikationen der Globalisierung
5. Kritik und Diskussion

Strategische Herausforderungen der Globalisierung – UBS Case

UBS and Climat Change – Warming up to global action?

HARVARD | BUSINESS | SCHOOL

9-707-511

REV: MARCH 16, 2007

UBS

FELIX OBERHOLZER-GEE

FOREST REINHARDT

ELIZABETH A. RAABE

UBS and Climate Change—Warming Up to Global Action?

Oberholzer-Gee et al., 2007

UBS and Climat Change

UBS

Herausforderung Klimawandel

Home | Risikomanagement | Anlagen, Finanzierung und Research | Geschäftsbetrieb | Engagement & Offenlegung

Unser Engagement für den Klimaschutz

Der Klimawandel ist eine der bedeutendsten Herausforderungen unserer Zeit. Die entscheidenden ökologischen und sozialen Herausforderungen für die Welt wie das Bevölkerungswachstum, die Energiesicherheit, der Verlust der Artenvielfalt und Zugang zu Trinkwasser und Lebensmitteln hängen alle eng mit dem Klimawandel zusammen. Somit wird der Übergang zu einer CO2-armen Wirtschaft eine Notwendigkeit.

Uns ist bewusst, dass von Finanzinstituten in zunehmendem Masse verlangt wird, eine Schlüsselrolle beim Übergang zu einer CO2-armen Wirtschaft zu übernehmen, und wir sind entschlossen, unsere Kunden darauf vorzubereiten, in einer CO2-begrenzten Welt erfolgreich zu bestehen. Als eines der weltweit führenden Vermögensverwaltungsunternehmen und führende Universalbank in der Schweiz mit einer auf kundenorientiertes Geschäft fokussierten Investment Bank konzentrieren wir unsere Klimawandelstrategie auf die folgenden Bereiche. Es sind diejenigen Bereiche, in denen wir unserer Ansicht nach den grössten Beitrag zum Übergang zu einer CO2-armen Wirtschaft leisten können: Risikomanagement, Anlagen, Finanzierung, Research, im Geschäftsbetrieb und durch Engagement und Offenlegung.

- Read our climate change commitment
- Interview mit Group Environmental Representative

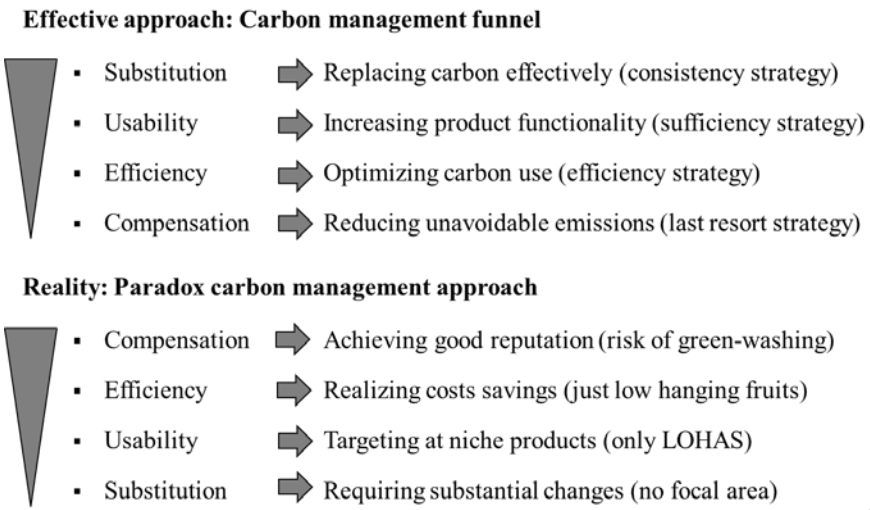
Zuletzt aktualisiert: 08. Aug 2013 17:16

http://www.ubs.com/microsites/climatechange/de/home.html

Wie wahrscheinlich ist der Klimawandel?

Möglichkeiten der UBS, CO2 zu reduzieren:

1. Eigene Emissionen reduzieren: Energieverbrauch und Reisen
2. Emissionshandel:
   - Carbon-reducing projects associated with Kyoto Protokoll
   - Carbon-reducing projects in developing countries



Oberholzer-Gee et al., 2007

Busch & Voegtlin, 2013

Wo stehen die Konkurrenten?

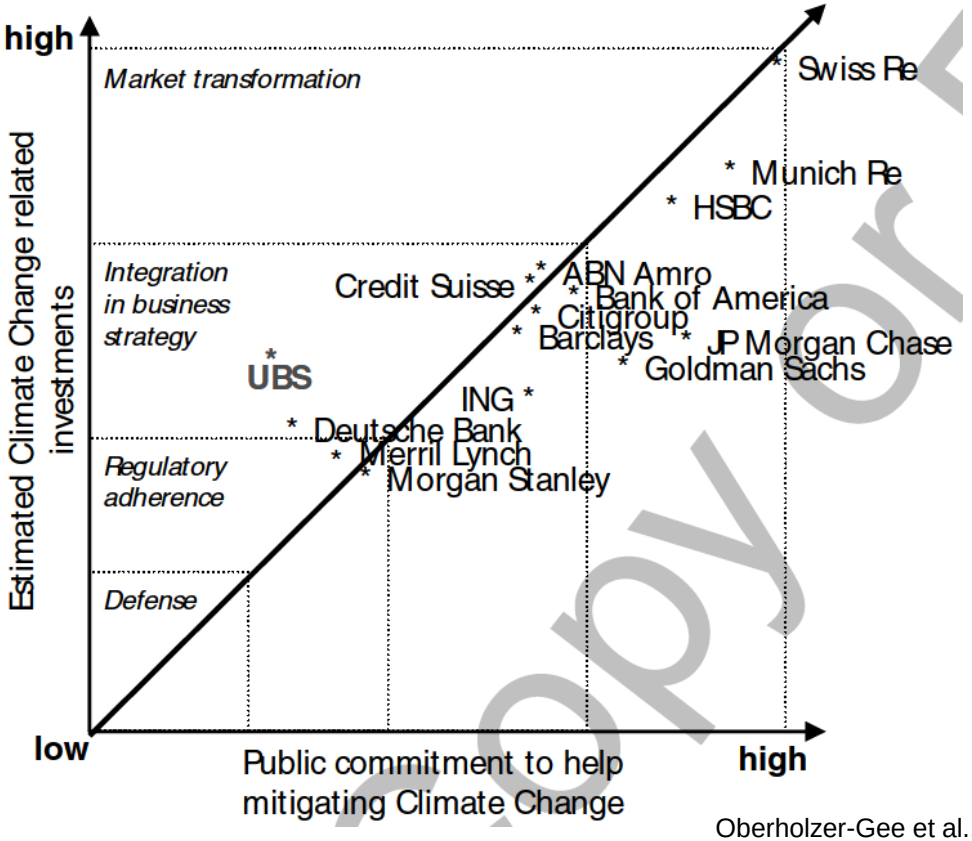
Citigroup

CS

HSBC

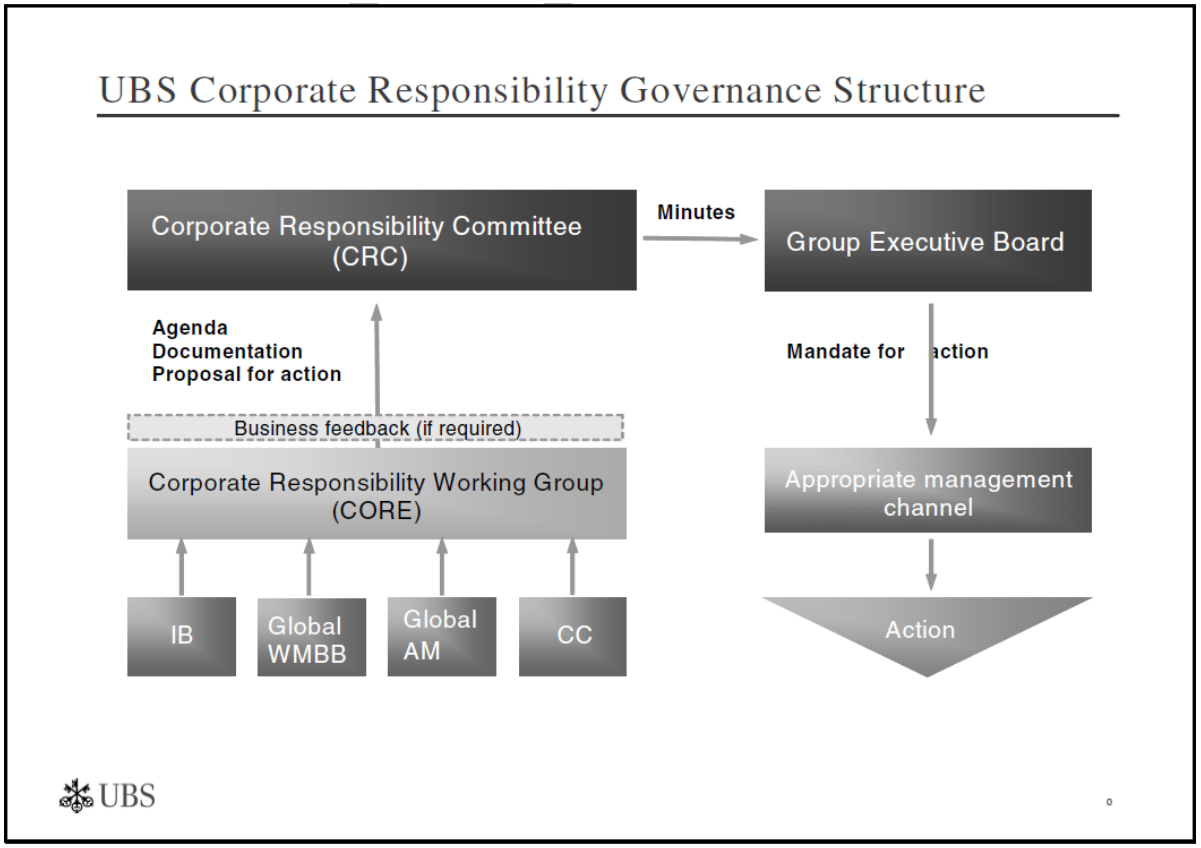
Morgan Stanley

Exhibit 1 Climate Change Policies of Major Financial Institutions, 2005



Oberholzer-Gee et al., 2007

CSR at UBS



Oberholzer-Gee et al., 2007

Strategische Optionen

Four strategic options

Option	CO2 Reduction	Costs 2012	Comments
1	0%	$2.8-5.0 Mil	Stabilize emissions at 2005 level
2	10%	$3.7-5.9 Mil	In line with industry practice
3	40%	$6.4-8.6 Mil	Provides innovative story
4	100%	$9.1-11.3 Mil	Matches HSBC

Oberholzer-Gee et al., 2007

Strategische Optionen

Welche der 4 Optionen sollte die UBS wählen?

Was wäre der richtige Mix aus Climate Change Measures?

Und wie sollte die neue Policy kommuniziert werden?

Ist es realistisch, dass sich der Preis von Carbon Certificats in den nächsten Jahren verdoppelt?

Wie wahrscheinlich ist der Klimawandel?

Wird es Zeit zu reagieren?

Oberholzer-Gee et al., 2007

Fazit

Strategische Herangehensweise an ökologische Verantwortung:

- Wie entwickelt sie die Zukunft?
- Was machen die Konkurrenten?
- Wie viel kostet das Ganze?

→ Towards an economic view on CSR

Institutionenökonomische Theorien der Unternehmung

Institutionenökonomische Theorie

Drei Ansätze

- Property Rights Theory – Theorie der Verfügungsrechte
- Agency Theory – Prinzipal – Agenten Theorie
- Transaction Cost Theory – Transaktionskostentheorie

Grundannahmen über menschliches Verhalten

Zweck von Organisationen

CSR Engagement hängt ab von
1. Grundannahmen menschlichen Verhaltens
2. Zweck der Organisation
3. Erklärungsgehalt der Ansätze

Erklärungsgehalt der einzelnen Ansätze

Verfügungsrechte bestimmen, wie Inhaber über Ressourcen verfügen kann, an denen er Rechte besitzt

- Nutzungs-, Veränderungs-, Einbehaltungs- und Übertragungsrechte
- Bestimmung, Übertragung und Durchsetzung der Rechte verursachen (Transaktions-)Kosten
- Klar definierte und durchgesetzte Verfügungsrechte sind Voraussetzung für ökonomisches Wachstum durch Investition (vgl. Demsetz 1967)
- Akteure werden bei gegebenen institutionellen Rahmenbedingungen solche Formen der Ressourcennutzung wählen und solche Verfügungsrechtstrukturen etablieren, die ihren Nettonutzen maximieren

Ebers & Gotsch, 2001

Erklärungsgehalt der einzelnen Ansätze

Prinzipal-Agenten Theorie: Wie soll die vertragliche Beziehung zwischen Auftraggeber (Prinzipal) und Auftragnehmer (Agent) ausgestaltet sein?

- Vertragskonstruktion (Institution): Bestes relatives Verhältnis zwischen Agenturkosten und Effizienz
- Abhängig vom Bedarf an Steuerungs- und Kontrollmechansimen

Agenturkosten (3 Kostengrössen) (vgl. Jensen/Meckling 1976)

- Prinzipal: Kosten Massnahmen
- Agent: Kosten Garantieversprechen
- Kosten Wohlfahrtsverlust

Lösung der Agenturprobleme

- Anreizmechanismus
- Kontrollmechanismus
- Informationsmechanismus

Ebers & Gotsch, 2001

Erklärungsgehalt der einzelnen Ansätze

Transaktionskostentheorie: Ökonomische Transaktionen werden so gestaltet, dass die Transaktionskosten minimiert werden.

- Unternehmen existieren innerhalb dieses Ansatzes, weil die Kosten des Austausches in der Organisation niedriger sind, als die Kosten für den Markttransaktion
- Die Reduktion von Verhandlungskosten durch den Einsatz von Autorität in hierarchischen Beziehungen ist der Grund für niedrige Transaktionskosten
- Ex-ante Kosten Verträge: Anbahnung, Informationsbeschaffung, Vereinbarung
- Ex-post Kosten Verträge: Abwicklung, Änderung/Anpassung, Kontrolle
- Einflussfaktoren: Häufigkeit, Spezifität, Strategische Bedeutung, Unsicherheit der Transaktion

Ebers & Gotsch, 2001

Zweck von Organisationen

Wahl zwischen Markt und Hierarchie: Abhängig von Transaktionskosten

Ziel: Allokationseffizienz

Vertragstheoretisches Organisationskonzept

- Organisationen werden als Netzwerk von (expliziten und impliziten) Verträgen verstanden
- Annahme „incomplete contracting“, Gründe (vgl. Hart 1988):
- Welt der unvollständigen Information
- Unbestimmtheit zukünftiger Umstände
- Kosten für Perfektionierung Vertragsabschluss

Vertragskonstruktion (Institution): Bestes relatives Verhältnis zwischen Agenturkosten und Effizienz

- Abhängig vom Bedarf an Steuerungs- und Kontrollmechansimen

Ebers & Gotsch, 2001

Grundannahmen über menschliches Verhalten

Charakterisierung der Akteure:

- Individuelle Nutzenmaximierung: Monetäre und nicht-monetäre Ziele
- Opportunistisches Verhalten
- Gegebene und konsistente Präferenzen
- (Begrenzt) rationales Verhalten
- Risikoneutralität; P: Risikoneutralität; A: Risikoabneigung
- Interessenunterschiede
- Informationsasymmetrien

Probleme:

Adverse selection, moral hazard, hold-up; shirking; free-riding

Hidden characteristics, hidden action, hidden information, hidden intention

Ebers & Gotsch, 2001

Implikationen für die Unternehmensverantwortung

Grundannahmen: Nutzenmaximierendes Verhalten

Prinzipal-Agenten Theorie: Shareholder-Value Maximierung

Was bedeutet das für das CSR Engagement der Unternehmen?

Universität Zürich[UZH]

Institut für Betriebswirtschaftslehre

Institutionenökonomische Theorien der Unternehmung – Globalisierung und Verantwortung

Definitionen CSR aus ökonomischer Perspektive

CSR is defined as „actions that appear to further some social good, beyond the interests of the firm and that which is required by law.“ (McWilliams & Siegel, 2001, p.117)

“Government’s job is not business, and business’s job is not government” (Levitt, 1958, p.47)

“The social responsibility of business is to increase its profits” (Friedman, 1970, p.32)

“We cannot maximize the long-term market value of an organization if we ignore or mistreat any important constituency. We cannot create value without good relations with customers, employees, financial backers, regulators, communities, and so on.” (Jensen, 2002, p.246)

Wieso sollten Firmen in CSR investieren?

Gewinnsteigerung und Wettbewerbsvorteile

Möglich durch:

- Erschliessen neuer Märkte (z.B. Bottom-of-the-Pyramid)
- Produktdifferenzierung (Zusatznutzen für Kunden); Werbung
- Vermeiden strengerer Regulierungen

Abhängig von:

- Nachfrage nach CSR: Kunden und andere Stakeholder (z.B. Gewerkschaften)
- Kosten für CSR (Angebotsseite)

McWilliams & Siegel, 2001

An Economic View on CSR

Strategisches CSR Engagement: Differenzierung

Politisches Engagement: Lobbying

Wie sieht es mit freiwilligen Initiativen aus, z.B. dem UN Global Compact?

Reputation
Wie könnte man Probleme des „free-riding“ und „shirking“ lösen?

Strategische Herausforderungen der Globalisierung – Theoretische Perspektive

The road to relevance

Institutional economics is a rigorous theory – but what about its relevance?

“International business theory leans heavily on **neoclassical economics**, ignoring its unrealistic assumptions and the many changes in the environment” (Aharoni, 2013, p. 127).

The road to relevance

Institutional Economists show no “concern for history, uncertainty, distributional issues, and the importance of political and economic institutions in determining the level of activity in an economy […]

However, markets do not exit separately from social context. ‘Depending on the institutional context in which they operate firms develop different patterns of capabilities and performance profiles’ […]

Yet for IB theory to be relevant as a guide to policy makers and to managers it must take into consideration complex legal, political, social, cultural and ethical issues” (Aharoni, 2013, p. 128).

Diskussion

Kritische Würdigung

Was sind Vor-/Nachteile?

Was sind wichtige Einsichten der Theorien?

Wie realistisch sind die Grundannahmen?

Kann man alles auf nutzenmaximierendes Verhalten zurückführen?

Wieso gibt es Firmen, die andere im Bereich CSR outperformen?

Inwieweit berücksichtigen die Ansätze die Entwicklungen der Globalisierung?

CSR Engagement abhängig von Firmengrösse?

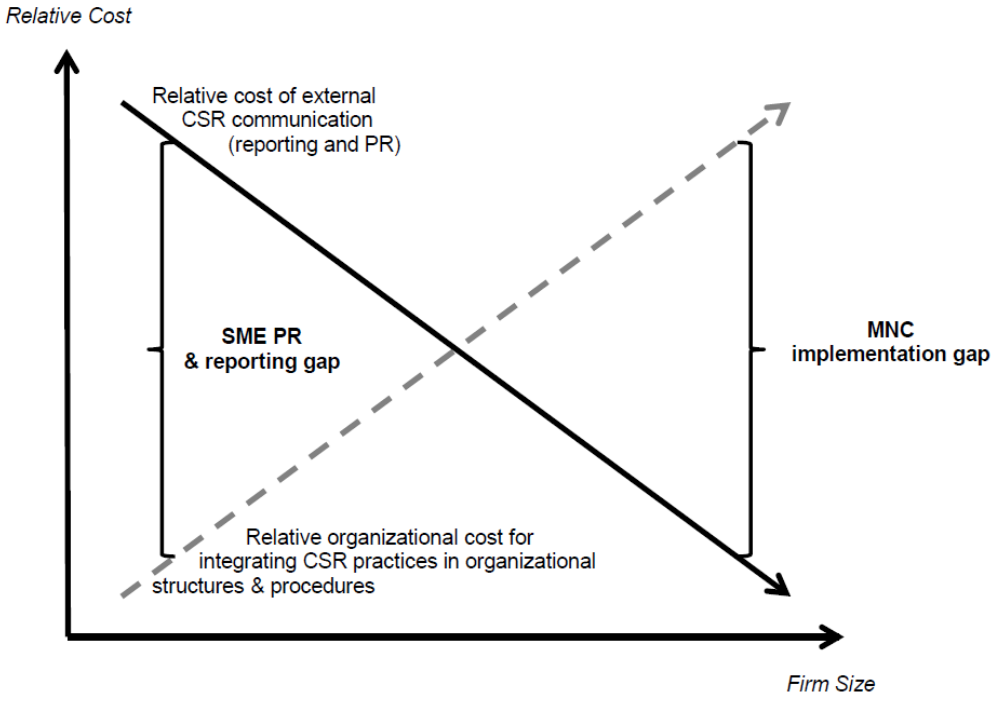


Figure 1: Relative Organizational Cost of Engagement in CSR (as relative share in total firm cost). Black: Relative cost of external communication (façade building by way of reporting and PR); Dotted: Relative organizational cost for embedding CSR (implementing CSR policies in organizational structures and procedures).

Baumann et al., 2011, p.21

Literaturverzeichnis

Aharoni, Y. (2013): The Road to Relevance. In T. M. Devinney, T. Pedersen & L. Tihanyi (Eds.), Advances in International Management: Volume 26 - Philosophy of Science and Meta-Knowledge in International Business and Management (pp. 127-169). Bingley.

Busch, T. & Voegtlin, C. (2013). Corporate carbon management: A critical reflection on the discrepancy between current theorizing and reality, Working Paper University of Hamburg/University of Zurich.

Baumann, D., Wickert, C., Spence, L. J. & Scherer, A. G. (2011). Organizing corporate social responsibility in small and large firms: Size matters. University of Zurich, Chair of Foundations of Business Administration and Theories of the Firm, Working Paper No. 204.

Ebers, M. & Gotsch, W. (2001). Institutionenökonomische Theorien der Organisation. In A.Kieser (Ed.), Organisationstheorien (4 ed., pp. 199-249). Stuttgart: Kohlhammer.

Friedman, M. (1970). The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times Magazine, 13 September 1970.*

Jensen, M. C. (2002). Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. *Business Ethics Quarterly, 12,* 235-256.

Levitt, T. (1958). The dangers of social responsibility, *Harvard Business Review,* September–October, 41–50.

McWilliams, A. & Siegel, D. S. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review, 26,* 117-127.

Oberholzer-Gee, Reinhardt, F. & Raabe, E. (2007). UBS and climate change-Warming up to global action, Harvard Business Case.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!