

Bedrijfsethiek

Filosofische perspectieven

René ten Bos &
Mollie Painter-Morland

In samenwerking met
Claudia Groß en Bas van der Linden

© Uitgeverij Boom, Amsterdam 2013

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van kopieën uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikelen 16h t/m 16m Auteurswet 1912 jo. besluit van 27 november 2002, Stb 575, dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoeding te voldoen aan de Stichting Reprorecht te Hoofddorp (postbus 3060, 2130 KB, www.reprorecht.nl) of contact op te nemen met de uitgever voor het treffen van een rechtstreekse regeling in de zin van art. 16l, vijfde lid, Auteurswet 1912. Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro).

No part of this book may be reproduced in any way whatsoever without the written permission of the publisher.

Verzorging omslag en binnenwerk: Marry van Baar

Foto omslag: © Getty Images / Victoria Snowber

ISBN 978 94 6105 035 9

NUR 730

INHOUD

Voorwoord 7

Inleiding 11

1. Stakeholdertheorie 27

2. Beslissingen 46

3. Rechtvaardigheid in organisaties 66

4. Beloning, bonussen en compensatie 84

5. Leiderschap 106

6. Klokkenluiders 125

7. Maatschappelijk verantwoord ondernemen 147

8. Duurzaamheid 168

9. Globalisering 193

Verantwoording en bibliografisch commentaar 223

Dankwoord 237

Over de auteurs 238

VOORWOORD

Te lang is de bedrijfsethiek de gevangene geweest van de Anglo-Amerikaanse analytische filosofie. De meeste bedrijfsethici zetten in op de traditionele ethiek: doeletiek (meestal utilisme), plichtethiek (meestal Kant) en deugdetiek (meestal Aristoteles). Hoewel deze traditionele benadering zeker in de beginjaren van deze onderzoekstraditie nuttig was, is het de hoogste tijd dat we de klassieke teksten en redeneringen in de bedrijfsethiek verbinden met andere tradities in de menswetenschappen.

De bedrijfsethiek is van meet af aan getekend door schande. Na iedere golf van schandalen probeert men haar nieuw leven in te blazen. Twee problemen vallen hier in het bijzonder op. Het eerste is dat we leven in een netwerkwereld waar alles zo met alles verbonden is dat we niet langer net kunnen doen alsof in onze samenleving het bedrijfsleven een aparte institutie is met een eigen morele code. Hierdoor kunnen we niet langer het inmiddels clichématige verhaal accepteren over zakenlui die alleen maar uit zijn op economisch profijt. Zakendoen is in onze samenleving en over de hele wereld een door en door menselijke gewoonte. Het tweede probleem is dat de bedrijfsethiek, doordat ze steeds door schandalen opnieuw geboren wordt, nooit ontsnapt aan de kritiek dat zakendoen moreel dubieus is. In die zin krijgt ze nooit de lof voor het goede dat ze in de zakenwereld brengt, ze krijgt alleen maar vragen over het slechte. Toch zou het kapitalisme wel eens het allerbeste systeem van sociale samenwerking kunnen zijn dat we ooit hebben uitgevonden. Maar als het dat is, moet het zich door onze meest kritische denkers laten testen, al was het alleen al om het nog beter te maken dan het nu al is. Er simpelweg en zonder enige twijfel van uitgaan dat het kapitalisme

moreel goed of moreel slecht is, is in strijd met zowel academische als praktische normen.

De analytische bedrijfsethiek en de managementtheorie die ermee verbonden is, hebben veel opgeleverd voor zowel theoretici als managers: van werknemers-rechten tot de stakeholderbenadering, contracttheorieën, maatschappelijke verantwoordelijkheid, modellen voor duurzaamheid en nog veel meer. Aan sommige van deze ideeën kleeft echter een bijna onmenselijke kwaliteit, vooral omdat ze de onderliggende economische manier van redeneren blijven volgen. Economie is weliswaar een belangrijke hoeksteen van de theorievorming rondom het bedrijfsleven geweest, maar er zijn veel meer zaken waarmee we rekening moeten houden als we ons realiseren dat zakendoen een door en door menselijke gewoonte is.

Er zijn maar weinig mensen in staat om een boek als dit te maken. Hopelijk zijn de oude spanningen tussen de ‘continentale’ en ‘analytische’ filosofen snel verleden tijd. In de bedrijfsethiek zijn ze voorlopig nog volop aanwezig. Wijlen Robert Solomon, een van de belangrijkste Amerikaanse bedrijfsethici, gaf het volgende antwoord op de vraag of hij een continentale of een analytische filosoof was: ‘Welk soort politiek staat er op het spel als je deze vraag stelt?’

Mollie Painter-Morland en René ten Bos laten met dit boek zien dat deze vraag niet opgelost kan worden en dus oninteressant is. Ze hebben een sterk boek in elkaar gezet dat recht doet aan de onderwerpen waar de analytische bedrijfsethiek altijd mee bezig is geweest, en tegelijkertijd een nieuwe manier van denken over deze traditionele onderwerpen introduceert. De auteurs doen een beroep op denkers als Deleuze, Derrida, Foucault, Žižek en anderen die niet echt bekend zijn onder bedrijfsethici en ons toch heel wat te bieden hebben.

Dit boek bevat een vorm van bedrijfsethiek die innovatief en van deze tijd wil zijn. Het heeft de potentie om de bedrijfsethiek als discipline in nieuwe richtingen te sturen. Het plaatst het bedrijfsleven in een brede sociale en menselijke context en het vraagt van de lezer dit bedrijfsleven te zien als iets wat onlosmakelijk deel uitmaakt van het continuüm dat mensen met elkaar hebben gewoven. Aan het slot van ieder hoofdstuk wilde ik meer lezen en anders denken over thema’s – ook thema’s uit mijn eigen onderzoeksgebied – waarvan ik dacht dat ze al

lang geen discussiestof meer opleverden. Er staat heel veel in dit boek waar je het mee eens en oneens kunt zijn. Dat betekent dat Painter-Morland en Ten Bos de discussie over het bedrijfsleven en de ethiek ervan enorm hebben verrijkt.

Dit is dus een belangrijk boek voor de bedrijfsethiek als een onderzoeksgebied. Het lezen en herlezen van dit boek levert wat op: een meer menselijke, meer sociaal bewuste bedrijfsethiek.

Edward Freeman

Edward Freeman is hoogleraar bedrijfsethiek en religiewetenschappen aan The Darden School, University of Virginia. Zijn boek *Strategic Management. A Stakeholder Approach* (1984) wordt algemeen beschouwd als een mijlpaal in de geschiedenis van de bedrijfsethiek. Hij is vanaf eind mei 2013 benoemd tot eredoctor aan de Radboud Universiteit Nijmegen.

INLEIDING

Dit boek gaat over een onderwerp waar steeds meer belangstelling voor is: de ethiek van mensen in bedrijven en organisaties. Degenen die het ethische gedrag van deze mensen bestuderen, worden ‘bedrijfsethici’ genoemd. Dat kunnen academici of adviseurs zijn, maar ook managers zelf. In Nederland spreekt men ook wel eens van ‘organisatie-ethici’. Om esthetische redenen geven wij de voorkeur aan de eerste variant.

We willen in dit boek een toegankelijke inleiding bieden in een aantal thema's dat bedrijfsethici bezighoudt. Dat zijn niet enkel de thema's die u in de inhoudsopgave kunt lezen, maar ook vragen die bedrijfsethici stellen over bijvoorbeeld de aard van het kapitalisme, het probleem van het cultuurrelativisme en de relatie tussen ethiek en wet. Dat zijn het type ‘grote’ onderwerpen waar bedrijfsethici zich mee bezig houden. Het is het doel van dit boek om ook u aan het denken te zetten over deze grote onderwerpen.

Kritisch

We willen met dit boek echter meer dan alleen een inleiding bieden. We proberen de bedrijfsethiek namelijk ook op een kritische manier te benaderen. Allereerst doen we dat door bepaalde standaardopvattingen in de bedrijfsethiek ter discussie te stellen. Zo wordt door veel bedrijfsethici – en ook door veel managers in het bedrijfsleven en bij de overheid – maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) gezien als een positieve ontwikkeling. (In het Engels spreekt men van Corporate Social Responsibility of CSR.) In hoofdstuk 7 willen we laten zien dat op de

vermeende goedheid van maatschappelijk verantwoord ondernemen wel het nodige valt af te dingen – wat natuurlijk niet per se wil zeggen dat we er tegen zijn. Op soortgelijke manier komen ook in andere hoofdstukken allerlei kritische beschouwingen aan bod, onder meer over de thema's leiderschap en globalisering. Het boek biedt dus niet alleen een inleiding, maar ademt ook een sfeer van kritiek.

Wij denken dat die kritische houding ten opzichte van de heersende moraal in het bedrijfsleven noodzakelijk is. Er bestaat namelijk onvrede of onrust over bedrijf en samenleving. We lezen in de kranten over schandalen en crises en we weten allemaal dat ze iets te maken hebben met processen die zich afspelen binnen bedrijven en organisaties. De financiële crisis, die sinds 2008 in meer of mindere mate onze economie beïnvloedt, heeft mensen aan het denken gezet over wat er mis is met bedrijven en organisaties. Sommigen roepen dat er te weinig aan wantoestanden gedaan wordt en dat we andere manieren van denken nodig hebben. Wij sluiten hier graag bij aan, al geloven we niet dat een betere ethiek – wat is eigenlijk een 'betere ethiek'? – een sleutel tot de oplossing van de crisis zou kunnen zijn. Politiek en wetenschap zijn minstens zo belangrijk als het gaat om veranderingen in de goede richting.

Dit boek gaat echter vooral over ethiek. We willen andere manieren van ethisch denken aanbieden. Dat doen we niet vanuit de illusie dat die andere manieren van denken per se beter zouden zijn. Het is dan ook niet onze bedoeling om u te overtuigen van onze eigen opvattingen. Het doel van dit boek is om u vanuit andere perspectieven te leren nadenken over bekende thema's uit de bedrijfsethiek. Dat lijkt misschien niet veel in een tijd waarin iedereen zo graag in actie wil komen en alleen maar wil doen, maar we geloven dat kijken en denken minstens net zo belangrijk zijn als doen.

Filosofie

Ethiek is de filosofische discipline die zich bezighoudt met de vraag naar goed en kwaad. Bedrijfsethiek is een heel specifieke, praktische vorm van ethiek, waarin de vraag naar goed en kwaad in bedrijven en organisaties centraal staat. De prak-

tijk leert ons dat veel bedrijfsethici behoorlijk vrijblijvend filosoferen. Ze maken de theoretische discussies die de filosofie eigen zijn vaak ondergeschikt aan het oplossen van praktische problemen in bedrijf en organisatie. Verantwoordelijkheid bijvoorbeeld is volgens veel bedrijfsethici niet iets waarover je moet nadenken, maar iets wat je ‘gewoon moet doen’. Onder dat motto gaan veel bedrijfsethici aan de slag. Ze benadrukken daarbij dat het hen niet om zuivere, maar om toegepaste filosofie gaat. Die nadruk op toepassing heeft echter als nadeel dat het denkvermogen in de bedrijfsethiek soms enigszins op de achtergrond lijkt te zijn geraakt. Wij hebben onze twijfels over deze pragmatische oriëntatie en willen nadrukkelijk een lans breken voor het denken. Daarbij willen we de praktijk niet afdoen als onbelangrijk, veeleer proberen we de radicale scheiding tussen denken en doen op te heffen.

Daarmee zijn we aangekomen bij de kerngedachte achter dit boek: we willen bepaalde domeinen bij elkaar brengen die doorgaans van elkaar gescheiden worden. Denken en doen zijn daar een voorbeeld van. Het is inmiddels de normaalste zaak van de wereld geworden om te denken dat zakendoen helemaal niets met filosoferen te maken heeft, terwijl filosofie in het oude Griekenland juist plaatsvond op het marktplaatsplein (*agora*). Wijsgeren als Socrates isoleerden zich niet in een tempel of in een stoffige bibliotheek. Integendeel, ze kwamen op hun beste (en hun slechtste) ideeën door constant de dialoog op te zoeken met mensen om hen heen. Onder die mensen waren ook veel zakenlieden. Pas in de loop van de geschiedenis is filosofie ver van dat zakenleven af komen te staan. Wij proberen in dit boek de filosofie en het bedrijfsleven weer wat dichter bij elkaar te brengen, vanuit het geloof dat niet alleen consumenten, maar ook mensen in bedrijven en organisaties kunnen leren van filosofen. Wat mensen als Aristoteles of Nietzsche hun tijdgenoten namelijk leerden, was precies die andere manier van denken.

We leven nu natuurlijk in heel andere tijden dan Aristoteles en zelfs een relatief recente filosoof als Nietzsche zou verbijsterd zijn als hij nu op aarde zou terugkeren. De wereld is door communicatietechnologie kleiner geworden en de globalisering grijpt om zich heen. In zekere zin is dit boek ook het product van dergelijke ontwikkelingen. De ene auteur komt uit Johannesburg, Zuid-Afrika, terwijl de andere is geboren en getogen in de Twentse metaalstad Hengelo. Een

groter verschil lijkt niet denkbaar, maar toch worden dergelijke verschillen tegenwoordig moeiteloos overbrugd. Veel mensen profiteren van de globalisering, terwijl anderen – misschien wel de meesten – er juist de negatieve gevolgen van ondervinden. Ongeacht onze normatieve houding ten opzichte van ontwikkelingen als globalisering valt het niet te ontkennen dat bedrijven en organisaties een cruciale rol hebben gespeeld bij het ontstaan ervan. We zijn het dan ook aan onszelf verplicht om kritisch na te denken over deze kwesties, en het is onze overtuiging dat filosofie daarbij kan helpen.

Analytische en continentale filosofie

Bij het schrijven van dit boek hebben we ons continu afgevraagd welk soort filosofie dit zou moeten zijn. Dit is in feite een vraag naar de fundamenteën van de bedrijfsethiek. Deze heeft zich in haar geschiedenis vooral gebaseerd op de zogenaamde *analytische* filosofie. Ons probleem hiermee is dat ze daardoor belangrijke inzichten uit de *continentale* filosofie links heeft laten liggen.

In dit boek gaan we dus uit van een tweedeling. Laten we vooropstellen dat het onderscheid tussen analytische en continentale filosofie in Nederland ongebruikelijk is. Toch lijkt het ons zinvol om eraan vast te houden, omdat het in de Angelsaksische wereld, waar veel hedendaagse bedrijfsethiek haar wortels heeft, wel een belangrijke rol speelt. De meeste filosofen in Amerika of Engeland zeggen dat ze behoren tot de ‘analytische’ traditie en ze onderscheiden zich daarmee van de ‘continentale’ traditie, die heel anders in elkaar zou zitten. De term *continentale* filosofie heeft voor deze analytische filosofen een uitgesproken negatieve betekenis. De analytische traditie hecht vooral waarde aan wetenschappelijkheid en aan de logische validiteit van redeneringen. Zij verwijten de continentale filosofen ervan dat zij lak hebben aan de strikte logische en wetenschappelijke standaarden. Hun chaotische filosofie zou daarom meer naar literatuur en kunst neigen dan naar exacte wetenschap.

Natuurlijk proberen we dit onderscheid hier zo scherp mogelijk neer te zetten, om zo duidelijk te maken wat het vernieuwende van ons boek is. We hebben het dus bewust niet over de talloze pogingen die gedaan zijn om de kloof tussen beide