

Abhandlungen zum Deutschen und Europäischen
Gesellschafts- und Kapitalmarktrecht

Band 301

Menschenbilder im Kapitalgesellschaftsrecht

Von

Lukas Klug



Duncker & Humblot · Berlin

LUKAS KLUG

Menschenbilder im Kapitalgesellschaftsrecht

Abhandlungen zum Deutschen und Europäischen Gesellschafts- und Kapitalmarktrecht

Herausgegeben von

Professor Dr. Holger Fleischer, LL.M., Hamburg

Professor Dr. Jens Koch, Köln

Professor Dr. Hanno Merkt, LL.M., Freiburg

Professor Dr. Gerald Spindler †

Band 301

Menschenbilder im Kapitalgesellschaftsrecht

Von

Lukas Klug



Duncker & Humblot · Berlin

Die Rechtswissenschaftliche Fakultät der Philipps-Universität Marburg
hat diese Arbeit im Jahr 2025 als Dissertation angenommen.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

Alle Rechte vorbehalten
© 2026 Duncker & Humblot GmbH, Berlin
Satz: 3w+p GmbH, Rimpfing
Druck: Prime Rate Kft., Budapest, Ungarn

ISSN 1614-7626
ISBN 978-3-428-19706-4 (Print)
ISBN 978-3-428-59706-2 (E-Book)

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier
entsprechend ISO 9706 ☺

Verlagsanschrift: Duncker & Humblot GmbH, Carl-Heinrich-Becker-Weg 9,
12165 Berlin, Germany | E-Mail: info@duncker-humblot.de
Internet: <https://www.duncker-humblot.de>

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	19
------------------	----

Kapitel 1

Grundlegung	21
--------------------------	----

§ 1 Menschenbild im Recht	22
A. Menschenbild	23
I. Begriffsgeschichte	23
1. Menschenbild im wörtlichen und synekdochischen Sinne	23
2. Doppelte Vergeistigung bei Pestalozzi	24
3. Grundlage des gegenwärtigen Begriffs bei Nietzsche	26
4. Mentalistisch-universalistisches Verständnis seit dem 20. Jahrhundert ...	27
II. Definitionen, Typen und Arten von Menschenbildern	28
1. Menschenbilder im weiten Sinne	29
2. Theoretische und praktische Menschenbilder	29
3. Lebensweltliche und sektorale Menschenbilder	30
a) Lebensweltliche Menschenbilder	30
b) Sektorale Menschenbilder	31
c) Das Kapitalgesellschaftsrecht als Praxissektor	32
III. Funktionen	32
1. Menschenbilder als Verhaltensklärung und Interpretation	33
2. Menschenbilder als Legitimierung	33
3. Menschenbilder als Orientierung	34
4. Übertragung auf sektorale Menschenbilder	34
IV. Zusammenfassung	35
B. Recht	36
I. Instrumentelle Funktion: Verhaltenssteuerung	36
1. Instrumentell-normativ	37
2. Instrumentell-empirisch	37
II. Reflexive Funktion: Selbstauffassung	38
1. Reflexiv-normativ	38
2. Reflexiv-empirisch	39
III. Zusammenfassung	39

C. Menschenbild im Recht	40
I. Bezüge des Menschenbildes zur instrumentellen und reflexiven Funktion des Rechts	40
1. Bezüge zur instrumentellen Funktion des Rechts	40
2. Bezüge zur reflexiven Funktion des Rechts	42
II. Menschenbild als Leitbild	43
1. Leitbilder als eigene methodische Kategorie	44
a) Leitbild und Vorverständnis	44
b) Leitbild und Rechtsprinzip	45
2. Kongruenz der Funktionen von Leitbildern und Menschenbildern	46
a) Real- und Idealvorstellung	47
b) Verhaltenssteuerung	47
c) Orientierung	48
d) Reflexion	50
III. Konkurrenzen verschiedener Menschenbilder	51
IV. Zusammenfassung	52
D. Zusammenfassung	53
§ 2 Untersuchungsgegenstand, -methode und -ziel	54
A. Untersuchungsgegenstand	54
I. Kapitalgesellschaftsrecht	54
II. Kontextualisierung und Problembezug innerhalb des Kapitalgesellschaftsrechts	55
III. Real- und Idealbildelemente als pragmatisch orientierte Personenkonzeption	56
B. Untersuchungsmethode	58
I. Juristische Methodik	59
1. Idealbild	60
2. Realbild	60
II. Außerrechtliche Hintergrundannahmen	61
C. Untersuchungsziel	61
§ 3 Ökonomisches Verhaltensmodell als Realbild	62
A. Auswahl des ökonomischen Verhaltensmodells	62
B. Wesentliche Annahmen des Verhaltensmodells	65
I. Präferenzen, Restriktionen und Anreize	66
II. Eigennutzaxiom	68
1. Offener Nutzenbegriff und analytische Verengung	69
2. Maximierung und Satisfizierung	70
III. Rationalität	71
1. Vollständige und unvollständige Informationen	71

2. Vollständige und beschränkte Rationalität	72
a) Positives Selbstbild	74
aa) <i>Optimism bias</i>	75
bb) <i>Overconfidence</i>	75
b) Fehlgewichtete Wahrscheinlichkeit	76
aa) Verfügbarkeitsheuristik	76
bb) Repräsentativitätsheuristik	77
cc) Rückschaufehler	77
C. Zusammenfassung	78
§ 4 Agenten und Stewards	79
A. Grundzüge der Prinzipal-Agent-Theorie	80
B. Grundzüge der Stewardship-Theorie	82
I. Präferenzen und Restriktionen	83
1. Präferenzstabilität	83
2. Präferenzvariabilität	83
II. Eigennutzaxiom	84
1. Prosoziale Nutzenfunktion	84
2. Intrinsische Motivation	85
III. Rationalität	86
C. Nutzen für den Gang dieser Arbeit	86
I. Explizite Annahmen über das Verhalten der Gesellschafter	87
II. Implizite Annahmen über menschliches Verhalten	88
III. Corporate Governance	88
D. Zusammenfassung	89
§ 5 Rechtsformvariante GmbH-gebV oder Rechtsform GmgV	90
A. Der GmbHG-gebV als Untersuchungsgegenstand	91
I. Unbeachtlichkeit der fehlenden Proximität der GmbH-gebV zur GmbH ...	91
II. Unbeachtlichkeit der dogmatischen Unterschiede zwischen GmbH-gebV und GmgV	92
III. Beachtlichkeit etwaiger gewandelter Menschenbilder der GmgV	94
IV. Folgen für die Auswahl des Untersuchungsgegenstands	94
B. Wortlaut des rechtspolitischen Gesetzesvorschlags zur GmbH-gebV	95
§ 6 Zusammenfassung der Grundlegung	103

Kapitel 2

Menschenbilder und Gesellschafter	106
§ 7 Treuepflichten und Menschenbild in AG und GmbH	107
A. Geltungsgrund	108
I. Rechtsprinzip	110
1. Vertikale Treuepflichten	111
2. Horizontale Treuepflichten	111
3. Rückführung auf ein Rechtsprinzip	112
II. Menschenbild	113
1. Vertikale Treuepflichten	113
2. Horizontale Treuepflichten	114
3. Rückführung auf beschränkte Rationalität	115
III. Zusammenfassung zum Geltungsgrund	117
B. Intensität	117
I. Rechtsprinzip	118
1. Einwirkungsmacht	118
2. Auswirkung der Rechtsausübung	119
3. Realstruktur	121
II. Menschenbild	122
1. Gesellschaftszweck	123
2. Notwendigkeit der Anpassung an veränderte Verhältnisse	124
III. Zusammenfassung	124
C. Potenzial eines Menschenbildes als Leitbild	124
I. Methodische Schwäche des Korrelationsarguments	125
II. Methodische Stärke des Menschenbildes als Leitbild	125
1. Vermeidung des Zirkelschlusses	126
2. Notwendigkeit eines Deutungsfreiraums	127
3. Menschenbildelemente	128
a) Realbild	128
b) Idealbild	129
III. Erklärung des Korrelationsarguments mit der notwendigen Offenheit des Verbands	130
1. Geltungsgrund	130
2. Intensität	132
D. Zusammenfassung	132
§ 8 Treuepflicht und Menschenbild in GmbH-gebV und GmgV	133
A. Korrelationsargument	134
I. Gesetzliche Vinkulierung	134
II. Ergebnisverwendung und Vermögensbindung	135

III. Zusammenfassung	136
B. Persönliche Verbundenheit	136
I. Ausschluss der Vererblichkeit der Geschäftsanteile	137
II. Fähigkeiten- und Wertefamilie bzw. -gemeinschaft	138
III. Zusammenfassung	139
C. Notwendige Offenheit des Verbands	139
I. Gebundenes Vermögen	140
II. Gesellschaftszweck	141
III. Treuhänderisches Unternehmertum	141
IV. Zusammenfassung	142
D. Menschenbild	142
I. Realbild	143
1. Beschränkte Rationalität und intrinsische Motivation	143
2. Ziellpluralität und engagierter Gesellschafter	147
II. Idealbild	148
1. Langfristige Orientierung der Fähigkeiten- und Wertefamilie bzw. -ge-	
meinschaft	149
2. Ausrichtung auf Stakeholder, Gläubiger und Allgemeinheit	151
E. Zusammenfassung	153
§ 9 Zusammenfassung des zweiten Kapitels	153

Kapitel 3

Menschenbilder und Geschäftsleitung

155

§ 10 Ziel der Geschäftsleitung und Menschenbild in der AG	157
A. Interessenmonismus	157
I. Dezentrale Gewinnmaximierung	158
1. Realbild des Aktionärs	160
2. Idealbild des Vorstandsmitglieds	160
3. Realbild des Vorstandsmitglieds	162
II. Dauerhafte Rentabilität und Bestand des Unternehmens	162
1. Realbild des Aktionärs	164
2. Idealbild des Vorstandsmitglieds	164
3. Realbild des Vorstandsmitglieds	165
III. Shareholder Value	165
1. Realbild des Aktionärs	167
2. Idealbild des Vorstandsmitglieds	168
3. Realbild des Vorstandsmitglieds	168
IV. Zusammenfassung	169