

# Inhalt

1.	Einleitung .....	11
2.	Wertebegriff und Werteentstehung .....	17
2.1	Historische Betrachtung .....	17
2.2	Begriffsanalyse des Wortes Wert .....	31
2.3	Entstehung von Werten bei Joas .....	34
2.4	Klassifizierung von Werten .....	39
2.5	Abgrenzung zu anderen Begriffen .....	45
2.6	Zwischenfazit .....	54
3.	Werte in Wirtschaftsethik und Unternehmenskultur .....	55
3.1	Standortbestimmung Wirtschafts- und Unternehmensethik .....	55
3.2	Ökonomie als Ausgangsparadigma .....	58
3.3	Ökonomische Ethik .....	60
3.4	Integrative Wirtschaftsethik .....	75
4.	Werte als Instrument im Unternehmen .....	90
4.1	Instrumentalisierung der Werte .....	90
4.2	Scheitern der Unternehmenskultur als Fehler der Führungsebene .....	98
4.3	Erschaffung und Umsetzung der Unternehmenswerte .....	102
4.4	Werbekonzepte in Abgrenzung zu Werten .....	109
4.5	Ablehnung der Unternehmenswerte durch den Mitarbeiter .....	115
4.6	Sinnlosigkeit der autoritären Ethik in der Unternehmenskultur .....	120
5.	Werteentwicklung und Persönlichkeitsbildung .....	125
5.1	Persönlichkeit und Identität .....	125
5.2	Bildung als Biographisierung des Lebenslaufs .....	132
5.3	Wechselseitige Anerkennung .....	135
6.	Positives Menschenbild in Organisationen .....	143
6.1	Optimistisches Bild vom Mitarbeiter .....	143
6.2	Der Wert der Arbeit für den Menschen .....	148
6.3	Tugenden anstelle von Unternehmenswerten .....	157
6.4	Entwicklung von Moral und ethischer Haltung .....	161
7.	Fazit .....	171
	Abbildungsverzeichnis .....	178
	Literatur .....	179