

Inhalt

Abkürzungsverzeichnis	19
1. Ethische Aspekte wirtschaftlichen Handelns im institutionellen Rahmen	21
1.1 Handlungsbedingungen und Handlungsspielräume im institutionellen Rahmen (Josef Wieland)	21
1.1.1 Einleitung	21
1.1.2 Institution und Kooperation	22
1.1.3 Vollständigkeit und Unvollständigkeit von Regeln	25
1.1.4 Konstitutionelle und postkonstitutionelle Verträge	27
1.1.4.1 Staatliche Ordnungsstrukturen	27
1.1.4.2 Ökonomische Regelwerke	28
1.1.4.3 Personale Identität	30
1.1.5 Globalität und Lokalität	33
1.1.6 Resümee	38
1.2 Entscheidung und Verantwortung im institutionellen Rahmen (Hans-Ulrich Küpper)	39
1.2.1 Kennzeichnung von Entscheidung und Verantwortung	39
1.2.1.1 Begriffe der Entscheidung und der Verantwortung	39
1.2.1.2 Komponenten von Entscheidung und Verantwortung	40
1.2.1.2.1 Komponenten von Entscheidungen	40
1.2.1.2.2 Komponenten der Verantwortung	41
1.2.1.3 Formen der Entscheidung und der Verantwortung	43
1.2.1.3.1 Entscheidungs- und Verantwortungstypen	43
1.2.1.3.2 Formen der Verantwortlichkeit	45
1.2.2 Probleme der Entscheidungsfindung und der Verantwortung	46
1.2.2.1 Handlungsmöglichkeit und Handlungsbeschränkungen	46
1.2.2.2 Verursachung und Zurechnung von Verantwortung	47
1.2.2.3 Indeterminismus und unvollkommene Information	48
1.2.2.4 Kollektive Entscheidungen und Verantwortung	50
1.2.2.5 Ziel- und Rechtfertigungskonflikte	51
1.2.3 Entscheidung und Verantwortung von Unternehmungen im gesellschaftlichen Rahmen	53
1.2.3.1 Ökonomische und ethische Verantwortlichkeit von Unternehmungen	53

6		
1.2.3.2	Beziehungen zwischen ökonomischen und ethischen Kriterien in einer Marktwirtschaft	54
1.2.3.3	Problematik einer Gemeinwohlorientierung von Unternehmungen	55
1.2.3.4	Problematik der Separation von ökonomischen und ethischen Zusammenhängen	57
1.2.4	Entscheidung und Verantwortung innerhalb von Unternehmungen	57
1.2.4.1	Aufteilung von Entscheidungskompetenzen in wirtschaftlichen Institutionen	58
1.2.4.2	Dimensionen und Begründung der Verantwortung in wirtschaftlichen Institutionen	59
1.2.4.3	Mechanismen zur Verankerung von Verantwortung in Institutionen	61
1.2.4.3.1	Verankerung in der Unternehmensverfassung	61
1.2.4.3.2	Verankerung in der Organisation der Unternehmung	62
1.2.4.3.3	Verankerung in der Unternehmenskultur	62
1.2.4.3.4	Verankerung durch Instrumente der Personalführung	63
1.2.4.3.5	Ethische Inseln und Ethik-Audits	63
1.3	Vertrauen im institutionellen Rahmen (<i>Tanja Ripperger</i>)	67
1.3.1	Vertrauen unter ökonomischen und ethischen Gesichtspunkten	67
1.3.1.1	Ökonomik oder Ethik des Vertrauens?	67
1.3.1.2	Vertrauen als Organisationsprinzip zwischenmenschlicher Austauschbeziehungen: Ökonomische und ethische Implikationen	69
1.3.1.2.1	Ökonomische Implikationen	69
1.3.1.2.2	Ethische Implikationen	71
1.3.2	Begriff und Mechanismus des Vertrauens	72
1.3.2.1	Vertrauen als Mechanismus zur Stabilisierung unsicherer Erwartungen .	72
1.3.2.2	Vertrauen und Verhaltensannahmen	74
1.3.2.3	Definition von Vertrauen	75
1.3.2.4	Der komplementäre Einsatz von Verträgen und Vertrauen	76
1.3.3	Platzierung und Honorierung von Vertrauen	78
1.3.3.1	Die Platzierung von Vertrauen: Vertrauenserwartung und Vertrauenshandlung	78
1.3.3.1.1	Die Vertrauenserwartung	79
1.3.3.1.2	Die Vertrauenshandlung	81
1.3.3.2	Die Honorierung von Vertrauen	82
1.3.3.2.1	Vertrauenswürdigkeit	82
1.3.3.2.2	Reziprok altruistisches Verhalten	84
1.3.4	Die Genese von Vertrauen in sozialen Systemen	85
1.3.4.1	Soziales Kapital	86
1.3.4.2	Reputationsmechanismen	87
1.3.4.3	Kultur, Vertrautheit und Vertrauen	89

1.3.4.4	Vertrauensatmosphäre und Vertrauensverfassung:	
	Vertrauenschutz durch Dritte	90
1.3.4.5	Reputation und Sozialkapital als Sicherungsgüter:	
	Vertrauenschutz durch den Vertrauensgeber	91
1.3.4.6	Die Internalisierung von Normen: Vertrauenschutz durch den Vertrauensnehmer	92
1.3.4.7	Die Genese von Vertrauen in sozialen Systemen	94
1.3.5	Vertrauen in Vertrauen	95
1.3.5.1	Reflexive Betrachtung des Vertrauensmechanismus	95
1.3.5.2	Die Genese von Vertrauen im institutionellen Rahmen	96
1.4	Entscheidungstheorie (Helmut Laux)	99
1.4.1	Zum Gegenstand der Entscheidungstheorie	99
1.4.2	Interessenkonflikte, die Problematik eines fairen Interessenausgleichs und Abstimmung	100
1.4.3	Unmöglichkeitstheorem	103
1.4.4	Klassische Abstimmungsregeln im Licht des Unmöglichkeitstheorems	106
1.4.5	Die Suche nach einem Ausweg aus dem Dilemma	109
1.4.6	Implikationen	110
1.5	Organisationsökonomik (Brigitta Wolff)	111
1.5.1	Annahmen	112
1.5.1.1	Individuelle Nutzenmaximierung	113
1.5.1.2	Rationalität	113
1.5.1.3	Opportunismus	114
1.5.1.4	Methodologischer Individualismus	115
1.5.2	Property-Rights-Ansatz	115
1.5.3	Transaktionskosten-Ansatz	117
1.5.3.1	Spezifische Investitionen	118
1.5.3.2	Vertragsformen	119
1.5.4	Agency-Ansatz	122
1.5.4.1	Ex-ante-Informationsasymmetrien	122
1.5.4.2	Mechanismen gegen Adverse Selection	123
1.5.4.3	Ex-post-Informationsasymmetrien	123
1.5.4.4	Mechanismen gegen Moral-Hazard-Probleme	125
1.5.4.5	Anreizeffizienz	125
1.5.5	Vertragstheorie	125
1.5.5.1	Vertragsgedanke als gemeinsamer Nenner	126
1.5.5.2	Ökonomische Verfassungstheorie	127
1.5.6	Effizienz und Fairness	129

8	2.	Ethische Aspekte wirtschaftlichen Handelns im Rahmen von Unternehmungen	132
	2.1	Gegenstand der Unternehmensethik (Hans-Ulrich Küpper, Arnold Picot)	132
	2.1.1	Bedeutung der Unternehmensethik	132
	2.1.1.1	Voraussetzungen unternehmensethischer Diskussion	132
	2.1.1.2	Notwendigkeit unternehmensethischer Ansätze	133
	2.1.2	Untersuchungsgegenstand und Einordnung der Unternehmensethik	134
	2.1.2.1	Begriff und Abgrenzung der Unternehmensethik	134
	2.1.2.2	Unternehmensethik in Beziehung zu Wirtschaftsethik und Wirtschaftswissenschaft (Ökonomie)	136
	2.1.3	Fragestellungen und Konzeptionen der Unternehmensethik	137
	2.1.3.1	Deskriptive Unternehmensethik	137
	2.1.3.2	Normative Unternehmensethik	138
	2.1.3.3	Rahmenbezogene Unternehmensethik	142
	2.1.3.4	Analytische Unternehmensethik	142
	2.1.4	Umsetzung der Unternehmensethik	146
	2.2	Unternehmensverfassung, Mitbestimmung und Stiftungen (Elmar Gerum)	149
	2.2.1	Grundlagen	149
	2.2.1.1	Begriff	149
	2.2.1.2	Grundfragen der Unternehmensverfassung	149
	2.2.1.3	Wirtschaftsordnung und Unternehmensverfassung	150
	2.2.2	Die kapitalistische Unternehmensverfassung	151
	2.2.2.1	Die Verfassungsregelungen des Gesellschaftsrechts	151
	2.2.2.2	Zur Begründung: Das Vertragsmodell der Unternehmung	152
	2.2.2.3	Konnexinstitute	153
	2.2.3	Die Managerunternehmung	153
	2.2.3.1	Managerherrschaft als Problem	153
	2.2.3.2	Kapitaleigner und Unternehmensführung: Empirische Befunde	154
	2.2.3.3	Theorien zur Managerherrschaft	155
	2.2.4	Stiftungen	156
	2.2.4.1	Ziele und Erscheinungsformen	156
	2.2.4.2	Die Stiftungsverfassung	157
	2.2.4.3	Das Stiftungsrecht in der Diskussion	157
	2.2.5	Die mitbestimmte Unternehmung	158
	2.2.5.1	Die gesetzliche Verankerung der Mitbestimmung	158
	2.2.5.2	Zur Mitbestimmungspraxis	159
	2.2.5.3	Begründungen zur Mitbestimmung	160
	2.2.6	Ausblick	162

2.3 Unternehmungsphilosophie: Visionen und Missionen eines normativen Managements (Knut Bleicher)	165
2.3.1 Die wachsende Suche nach Orientierung	165
2.3.2 Unternehmungsphilosophie lenkt den Blick auf das Ganze und Wesentliche	166
2.3.2.1 Unternehmungsphilosophie: Positionierung der Unternehmung im gesellschaftlichen Umfeld	167
2.3.2.1.1 Gesellschaftliche Verantwortung als Grundfrage der Unternehmungsphilosophie	167
2.3.2.1.2 Ethik des Verhaltens	170
2.3.2.2 Managementphilosophie: Positionierung des Managements im sozialen Kooperationszusammenhang	171
2.3.2.2.1 Menschenbilder als Grundlage einer Managementphilosophie	172
2.3.2.2.2 Managementphilosophie – Auseinandersetzung mit Werthaltungen	173
2.3.2.3 Sinnfindung durch eine gesellschaftsbezogene Unternehmungs- und soziale Managementphilosophie	175
2.3.3 Unternehmerische Vision – Leitstern für die zukünftige Unternehmungsentwicklung	177
2.3.3.1 Visionen als realistische Zukunftsschau	177
2.3.3.2 Visionsfindung	178
2.3.3.3 Vision – Zukunftsfokus ganzheitlichen Strebens	178
2.3.4 Unternehmungspolitik – die politische Suche nach der Mission der Unternehmung im Dialog	179
2.3.4.1 »Policies« und »Politics« als Ausdruck der Unternehmungspolitik	179
2.3.4.1.1 »Policies« – Mission der Unternehmung	179
2.3.4.1.2 »Politics« – Interessenausgleich an und in der Unternehmung	180
2.3.4.2 Die Entwicklung von Nutzenpotentialen	180
2.3.4.3 Verständigungspotentiale im Rahmen einer dialogischen Unternehmungspolitik	181
2.3.4.4 Idealtypische Extreme einer Unternehmungspolitik	182
2.3.4.4.1 Unternehmungsphilosophie und -politik des Opportunismus	183
2.3.4.4.2 Unternehmungsphilosophie und -politik der Verpflichtung	183
2.3.4.5 Die unternehmungspolitische Mission – Aktivierung von Verständigungspotentialen zur Entwicklung von Nutzenpotentialen	184
2.3.4.5.1 Generelle Ziele als Missionsinhalte	185
2.3.4.5.2 Grundorientierung als Missionsinhalt	185
2.3.4.5.3 Kommunikation der Mission	186

2.4	Ethik des Unternehmers (Hermann Franz)	188
2.4.1	<i>Historische Entwicklung des Unternehmertums</i>	189
2.4.2	<i>Aufgabe des Unternehmens und der Unternehmer</i>	191
2.4.3	<i>Motivation des Unternehmers</i>	193
2.4.4	<i>Gewinn als Maßstab</i>	193
2.4.5	<i>Shareholder oder Stakeholder Value</i>	194
2.4.6	<i>Wertorientierung</i>	196
2.4.7	<i>Die Globalisierung und ihre Folgen</i>	196
2.4.8	<i>Globalisierung und Unternehmenskonzentrationen</i>	197
2.4.9	<i>Auswirkungen der Globalisierung auf den Arbeitsmarkt</i>	198
2.4.10	<i>Die Problematik der Standortpolitik</i>	199
2.4.11	<i>Neue Herausforderungen für Unternehmer</i>	200
2.4.12	<i>Konfliktfelder im internationalen Geschäft</i>	202
2.4.13	<i>Entwicklung von Standards</i>	205
2.4.14	<i>Einbindung weltweit operierender Unternehmen in ein Regelwerk</i>	206
2.4.15	<i>Unternehmer und Politik</i>	207
2.4.16	<i>Zusammenfassende Schlussbetrachtung</i>	208
2.5	Unternehmensethik und Management: Überlegungen zur Integration der Unternehmensethik in den Managementprozess (Brigitte Kustermann, Horst Steinmann)	210
2.5.1	<i>Einleitung</i>	210
2.5.2	<i>Ethikmanagement in der Unternehmenspraxis: Zwei Modelle</i>	211
2.5.2.1	<i>Der Compliance-Ansatz</i>	212
2.5.2.2	<i>Der Integritäts-Ansatz</i>	214
2.5.3	<i>Ethik-Management und Managementtheorie: Vom traditionellen zum modernen Managementkonzept</i>	216
2.5.3.1	<i>Compliance-Ansatz und traditionelles Management-Modell: Fundamentale Annahmen</i>	217
2.5.3.2	<i>Die Revision des traditionellen Managementmodells: Strategische Kontrolle im Strategischen Managementprozess</i>	219
2.5.3.3	<i>Informationsgewinnung und Informationsverarbeitung im Rahmen der Strategischen Kontrolle</i>	220
2.5.3.4	<i>Strukturgleichheit des Managementprozesses in strategischer und unternehmensethischer Hinsicht</i>	223
2.5.4	<i>Ethik-Management bei Levi Strauss & Co.</i>	224
2.5.4.1	<i>Drei strategische Grundoperationen</i>	224
2.5.4.2	<i>Die drei Grundoperationen im Ethik-Management: Praktische Erfahrungen bei Levi Strauss & Co.</i>	225
2.5.5	<i>Fazit</i>	228

2.6	Absatz- und Beschaffungsmarketing (Klaus Peter Kaas)	232
2.6.1	Ethik und Marktmechanismus	232
2.6.1.1	Problemstellung	232
2.6.1.2	Märkte und Markakteure	234
2.6.1.3	Die Bedeutung von Absatz- und Beschaffungsmarketing für die Unternehmen	235
2.6.1.4	Unvollkommenheiten des Marktes	236
2.6.1.5	Ethisches Handeln im Gefangenendilemma	238
2.6.2	Spielräume (un-)ethischen Handelns auf Märkten	240
2.6.2.1	Opportunistisches Verhalten beim Absatz	240
2.6.2.2	Opportunistisches Verhalten bei der Beschaffung	242
2.6.2.3	Grenzen des Opportunismus	243
2.6.2.4	Anreize zu ethisch fragwürdigem Handeln	244
2.6.3	Ethische Aspekte der Produktpolitik	246
2.6.3.1	Sozialverträglichkeit der Produktpolitik	246
2.6.3.2	Umweltverträglichkeit der Produktpolitik	249
2.6.3.3	Humane Angemessenheit der Produktpolitik	250
2.6.4	Ethische Aspekte der Preispolitik	251
2.6.4.1	Überhöhte Preise durch Ausnutzung von Monopolstellungen	251
2.6.4.2	Preisabsprachen im Oligopol	254
2.6.4.3	Überhöhte Preise durch Ausnutzung von Informationsasymmetrien	255
2.6.5	Ethische Aspekte der Werbung	256
2.6.5.1	Irreführende Werbung	256
2.6.5.2	Manipulierende Werbung	257
2.6.5.3	Sittenwidrige Werbung	259
2.6.6	Ethische Aspekte der Vertriebspolitik	260
2.6.6.1	Rüde Verkaufsmethoden (Hard Selling)	260
2.6.6.2	Bestechung im Verkauf	261
2.6.6.3	Betrügerische Verkaufsorganisationen	262
2.6.7	Ethische Aspekte der Beschaffung	263
2.6.7.1	Ethische Aspekte der Informationsbeschaffung	263
2.6.7.2	Ethische Aspekte der Beschaffung bei Nachfragemacht	264
2.6.7.3	Ethische Aspekte der Beschaffung bei spezifischen Investitionen und unvollständigen Verträgen	265
2.6.8	Möglichkeiten der Selbstverpflichtung zu moralischem Handeln	267
2.6.8.1	Unternehmenskultur als moralische Selbstbindung	267
2.6.8.2	Interessenausgleich durch Unternehmensdialog	268
2.6.8.3	Kollektives Handeln	269
2.6.9	Resümee	270

2.7	Finanzmärkte (Bernd Rudolph)	274
2.7.1	<i>Einführung</i>	274
2.7.2	<i>Vermutungen über die Vernachlässigung einer Ethik der Finanzmärkte</i> . .	276
2.7.3	<i>Zur These von der mangelnden Spezifität finanzwirtschaftlicher Entscheidungen</i>	279
2.7.3.1	<i>Investitions- und Anlageplanung</i>	279
2.7.3.2	<i>Shareholder Value</i>	280
2.7.3.3	<i>»Ethische« Anlagemöglichkeiten</i>	281
2.7.4	<i>Zur These von der Abstraktheit finanzwirtschaftlicher Entscheidungen</i> . .	284
2.7.4.1	<i>Finanzierungstheorie und Ethik</i>	284
2.7.4.2	<i>Finanzwirtschaftliche Praxis und Ethik</i>	286
2.7.4.4	<i>Ethik und Finanzmarktregulierung</i>	288
2.7.5	<i>Ergebnis</i>	289
2.8	Forschung und Entwicklung (Alexander Gerybadze)	292
2.8.1	<i>Zum Problemstand</i>	292
2.8.1.1	<i>Strukturelle Veränderungen in Forschung und Entwicklung</i>	293
2.8.1.2	<i>Strukturierung der Fragestellungen</i>	295
2.8.2	<i>Ethisches Verhalten in der Forschung: Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis</i>	296
2.8.2.1	<i>Grundprinzipien wissenschaftlichen Arbeitens</i>	297
2.8.2.2	<i>Ethische Veröffentlichungspraxis</i>	298
2.8.2.3	<i>Dokumentation von Daten und Zwischenergebnissen</i>	299
2.8.3	<i>Einflussnahme auf ethisches Verhalten durch Forschungsorganisationen</i> .	300
2.8.3.1	<i>Kommunikation von Regeln guter wissenschaftlicher Praxis und Betreuung des wissenschaftlichen Nachwuchses</i>	301
2.8.3.2	<i>Prinzipien der Leitung von Arbeitsgruppen und Forschungsinstituten</i> . .	303
2.8.3.3	<i>Übergeordnete Lenkung guter wissenschaftlicher Praxis</i>	304
2.8.4	<i>Ethisches Verhalten im Bereich industrieller Forschung und Entwicklung</i> . .	306
2.8.4.1	<i>Gute wissenschaftliche Praxis versus Schaffung proprietären Wissens</i> . .	306
2.8.4.2	<i>Good Clinical Practice in der pharmazeutischen Industrie</i>	308
2.8.4.3	<i>Ethisches Verhalten im industriellen Innovationsprozess</i>	310
2.8.5	<i>Anhang A: Leitlinien der DFG zur Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis</i>	313
2.8.6	<i>Anhang B: Leitlinien für Good Clinical Practice (GCP) im Bereich der pharmazeutischen Industrie</i>	315
2.9	Produktion (Dirk Matten, Gerd Rainer Wagner)	317
2.9.1	<i>Industrielle Produktion als Quelle von Nebenfolgen der Modernisierung in sozioökonomischer Perspektive</i>	317
2.9.2	<i>Die Rolle ethischer Reflexion in der Produktionstheorie</i>	318

2.9.3	Relevante Objektbereiche von Unternehmensethik im Funktionsbereich	
	»Produktion«	319
2.9.3.1	Ethische Aspekte der sozialen Nebenfolgen bei Rationalisierung von Produktionsprozessen	320
2.9.3.2	Ethische Aspekte der ökologischen Nebenfolgen industrieller Produktionen	322
3.7.3.3	Ethische Herausforderungen durch Globalisierung von Produktionen	325
2.9.3.4	Ethische Probleme der Nebenfolgen des Einsatzes risikobehafteter Technologien im Produktionsbereich	328
2.9.3.5	Ethische Implikationen des Einsatzes neuer Informationstechnologien	330
2.9.4	Aktuelle Trends unternehmerischen Produktionsmanagements in ethischer Perspektive	331
2.9.4.1	Das Phänomen »latenter Moral« in industriellen Metastandards	332
2.9.4.2	Die Einführung von erweiterter Produktverantwortung als Versuch kodifizierter Minimalmoral	335
2.9.5	Produktion und Unternehmensethik – ein Ausblick	337
2.10	Personal (Gertraude Kell)	340
2.10.1	Annäherungen: Orientierungen einer Lehre vom Personal und deren Verständnis von Personalethik	340
2.10.2	Personalethisch relevante Handlungsfelder, Normen und Fragen	343
2.10.2.1	Interessenausgleich: Die verständigungsorientierte Organisation	343
2.10.2.2	Schutz der Persönlichkeit und Privatsphäre: Die Grenzen der Verfügung respektierende Organisation	345
2.10.2.3	Chancengleichheit: Die multikulturelle Organisation	346
2.10.2.4	Menschengerechte Arbeit: Die gesunde Organisation	347
2.10.2.5	Angemessenes Entgelt: Die verteilungsgerechte Organisation	349
2.10.3	Zum Schluss: Institutionalisierung von Personalethik in der Praxis	351
2.11	Steuern (Theodor Siegel)	354
2.11.1	Besteuerung und Ethik – Einführung	354
2.11.2	Zweckmäßigkeit der Steuererhebung	355
2.11.3	Besteuerung nach dem Fiskalzweck	357
2.11.3.1	Kriterien für ein Steuersystem	357
2.11.3.2	Besteuerung nach dem Neutralitätspostulat	359
2.11.3.3	Besteuerung bei Umverteilung	362
	2.11.3.3.1 Mögliche Bezugsgrößen der Leistungsfähigkeit	362
	2.11.3.3.2 Probleme einer Einkommensteuer	364
	2.11.3.3.3 Berechtigung einer Vermögensteuer	376
2.11.4	Wirtschafts- und sozialpolitische Funktionen der Besteuerung	376
2.11.4.1	Subventionen	376
2.11.4.2	Lenkungssteuern	377

2.11.5	<i>Zwischenergebnis: Konturen ethisch vertretbarer Steuersysteme</i>	378
2.11.6	<i>Probleme des Ist-Steuersystems</i>	381
2.11.6.1	<i>Beurteilung des gegebenen Steuersystems</i>	381
2.11.6.1.1	<i>Einkommensteuer</i>	381
2.11.6.1.2	<i>Gewerbeertragsteuer</i>	385
2.11.6.1.3	<i>Körperschaftssteuer</i>	386
2.11.6.1.4	<i>Erbschafts- und Schenkungssteuer</i>	387
2.11.6.1.5	<i>Umsatzsteuer</i>	388
2.11.6.2	<i>Steuerplanung und Steuermoral</i>	388
2.11.6.2.1	<i>Ethik der Steuerplanung</i>	388
2.11.6.2.2	<i>Steuerverweigerung und -hinterziehung</i>	390
2.12	Wirtschaftsprüfung (Wolfgang Ballwieser, Hermann Clemm)	399
2.12.1	<i>Problemaufriss</i>	399
2.12.2	<i>Wirtschaftsprüfung als gesetzliche Institution</i>	401
2.12.3	<i>Ethische Postulate als kodifizierte Berufspflichten des Wirtschaftsprüfers</i> .	403
2.12.4	<i>Wirtschaftsprüfer als Prüfer einer »wahrheitsgemäßen und fairen« Rechenschaft</i>	405
2.12.5	<i>Verantwortungen des Wirtschaftsprüfers gegenüber dem geprüften Unternehmen</i>	408
2.12.6	<i>Gemeinwohlverantwortung des Wirtschaftsprüfers?</i>	410
2.12.7	<i>Glaubwürdigkeit des Wirtschaftsprüfer</i>	411
2.13	Informationsverhalten und Informationsstrukturen (Stefan Klein, Rolf Alexander Teubner)	416
2.13.1	<i>Information, Daten und Wissen, Erkenntnis</i>	416
2.13.1.1	<i>Herkunft und Verwendungskontexte des Informationsbegriffs</i>	416
2.13.1.2	<i>Definition und Abgrenzung</i>	417
2.13.1.3	<i>Eigenschaften von Information als Wirtschaftsgut</i>	418
2.13.2	<i>Information im Unternehmenskontext</i>	420
2.13.2.1	<i>Informationsmodelle des Unternehmens</i>	420
2.13.2.2	<i>Informations- und Wissensmanagement</i>	422
2.13.2.3	<i>Organisatorische Wirkungen von Information und Informationstechnik</i> .	424
2.13.2.4	<i>Grundmuster des Informationverhaltens</i>	425
2.13.3	<i>Ethische Herausforderungen an das Informationsmanagement</i>	427
2.13.3.1	<i>Ethische Grenzen der Informatisierung</i>	427
2.13.3.2	<i>Axiome einer informationsorientierten Unternehmensethik</i>	430
2.14	Internationale Unternehmenstätigkeit (Marcus Bierich)	432
2.14.1	<i>Die deutsche Wirtschaft im internationalen Wettbewerb</i>	433
2.14.2	<i>Ethische Probleme für die Beteiligten im Inland</i>	434

2.14.3	<i>Ethische Probleme für die Beteiligten in den Gastländern</i>	440
2.14.4	<i>Ethische Grundwerte in internationalen Unternehmen</i>	446
3.	Ethische Aspekte wirtschaftlichen Handelns in privaten Haushalten	449
3.1	Konsum und personale Identität (Gerhard Mertens)	449
3.1.1	<i>Problemstellung</i>	449
3.1.2	<i>Intra-individuelle Perspektive</i>	451
3.1.2.1	Zum Grundansatz: »Wahre« und »falsche« Bedürfnisse?	451
3.1.2.2	Kategorien zur Bemessung eines kultivierten Bedürfnislebens	453
3.1.2.3	Kultivierung des individuellen Konsumstils durch Askese?	454
3.1.2.4	Gefährdungen	457
3.1.3	<i>Extra-individuelle, gesellschaftliche Perspektive</i>	458
3.1.3.1	(Gesamt-)Gesellschaftliche Mitbestimmung	458
3.1.3.2	Ethisch qualifizierte Bedarfsumorientierung	459
3.2	Zukunftsfähiger Konsum als Ziel der Wirtschaftstätigkeit (Ursula Hansen, Ulf Schrader)	463
3.2.1	<i>Die Notwendigkeit einer Konsumethik für eine »Consumer Society«</i>	463
3.2.2	<i>Traditionelle Konsumethik nach dem Leitbild der Konsumentensouveränität</i>	465
3.2.2.1	Bedürfnisbefriedigung als Ziel des Konsums	465
3.2.2.2	Die Konsumentensouveränität als traditionelles Konsumleitbild in der Marktwirtschaft	466
3.2.2.3	Die Ohnmacht der Konsumenten am Markt	468
3.2.2.3.1	Defizite bei der Anpassung des Angebots	468
3.2.2.3.2	Defizite bei der Auswahl aus dem Angebot	470
3.2.2.3.3	Die Beeinflussung durch das Marketing	471
3.2.2.4	Verbraucherpolitische Gegenmacht	471
3.2.3	<i>Elemente einer zeitgemäßen Konsumethik nach dem Leitbild des Zukunftsfähigen Konsums</i>	472
3.2.3.1	Zukunftsfähiger Konsum als Leitbild einer neuen Konsumethik	472
3.2.3.1.1	Über individuelle Bedürfnisbefriedigung hinaus: Notwendigkeit eines neuen Konsumleitbildes	472
3.2.3.1.2	Inhalte und Legitimation eines neuen Konsumleitbildes	473
3.2.3.2	Orte der Verantwortung von Konsumenten	475
3.2.3.2.1	Verantwortung für die Beseitigung der Funktionsdefizite des Marktmechanismus	475
3.2.3.2.2	Verantwortungsvoller Umgang mit der vorhandenen Nachfragemacht	478

3.2.3.3	Hilfestellungen bei der Durchsetzung verantwortlichen Konsumverhaltens	481
3.2.3.1	Hilfestellung durch verbraucher- und umweltpolitische Organisationen	481
3.2.3.2	Hilfestellung durch die Unternehmen	482
3.2.3.3	Hilfestellung durch den Staat	483
3.2.4	Fazit: Verantwortlicher Konsum als Ziel und Weg einer zukunftsfähigen Gesellschaft	483
3.3	Private Haushalte als Wohlfahrtsproduzenten (Uta Meier, Rosemarie von Schweitzer)	486
3.3.1	Die Wohlfahrtsproduktion der privaten Haushalte ist Daseinsvorsorge	486
3.3.2	Das Paradigma der subjektiven Nutzenmaximierung und das Problem des Gemeinwohls	489
3.3.3	Das Paradigma des haushälterischen Handelns und seine Bindung an die Alltagskultur der Daseinsvorsorge	491
3.3.4	Möglichkeiten und Grenzen der Messung und Bewertung der Wohlfahrtsproduktion privater Haushalte	494
3.3.5	Die geschlechtsspezifische Leerstelle nationalökonomischer Theorieansätze	497
3.3.6	Von der Externalisierung von Umweltkosten in der Nationalökonomie zu einem ganzheitlichen Wirtschaftsverständnis	501
4.	Ethische Aspekte wirtschaftsbezogenen Handelns von Interessenverbänden	509
4.1	Gewerkschaften (Joachim Genosko)	509
4.1.1	Zum Gewerkschaftsbegriff	509
4.1.2	Die traditionelle Sichtweise von Gewerkschaften	510
4.1.3	Der »Lohnkurven-Effekt«	510
4.1.4	Die »Insider-Outsider«-Problematik	511
4.1.5	Gewerkschaften und Streiks	512
4.1.6	Die »neue« Sicht der Gewerkschaften	513
4.1.6.1	Zur Theorie	513
4.1.6.2	Zur Empirie	516
4.1.7	Zusammenfassung	517
4.2	Unternehmerverbände (Manfred Groser)	519
4.2.1	Problemaufriss	519
4.2.2	Begriff und Strukturen	521
4.2.3	Geschichtliche Aspekte	522

4.2.4	Theorien	524
4.2.4.1	Voraussetzungen und Folgen kollektiven Handelns (Olson)	524
4.2.4.2	Kritik und Erweiterungen	526
4.2.4.3	Unternehmerverbände und Gemeinwohl	529
4.2.5	Die ethische Perspektive	531
5.	Ethische Aspekte wirtschaftlichen Handelns im Rahmen von gemeinnützigen Einrichtungen (Joachim Wiemeyer)	535
5.1	Gemeinnützigkeit und gemeinnützige Organisationen	535
5.1.1	Abgrenzung gemeinwirtschaftlicher Institutionen	535
5.1.2	Skizze der Real- und Ideengeschichte der Gemeinwirtschaft	537
5.1.3	Gemeinwirtschaftliche Einrichtungen in der Bundesrepublik Deutschland	540
5.1.4	Die ordnungsethische Einordnung	541
5.1.5	Unternehmensethik gemeinwirtschaftlicher Einrichtungen	547
5.1.6	Entwicklungstendenzen gemeinwirtschaftlicher Organisationen	553
5.2	Kirchen und religiöse Gemeinschaften	555
5.2.1	Ökonomische Grundlagen	555
5.2.2	Die ökonomische Entwicklung der christlichen Kirchen	558
5.2.3	Die ökonomische Bedeutung der deutschen Kirchen in der Gegenwart	560
5.2.4	Wirtschaftsethische Aspekte ökonomischer Aktivitäten von Kirchen	562
5.2.4.1	Die Aufbringung der Finanzmittel	562
5.2.4.2	Die Verwendung der Finanzmittel	564
5.2.4.3	Kirche als Arbeitgeberin	567
5.2.4.4	Ethische Aspekte kirchlicher Vermögensverwaltung	569
5.2.5	Religion als Wirtschaftsunternehmen	570
5.2.6	Fazit	571
6.	Ethische Aspekte wirtschaftlichen Handelns im Rahmen öffentlicher Einrichtungen (Dietrich Budäus, Andreas Steenbock)	574
6.1	Einleitung und Gang der Argumentation	574
6.2	Zur Bedeutung der Frage nach ethischen Aspekten von Handlungen im Rahmen öffentlicher Einrichtungen	575
6.3	Zum Verständnis von Sozialwissenschaft und Ethik	577
6.3.1	Einführung	577
6.3.2	Erkenntnistheorie und ökonomischer Ansatz	579

18		
6.3.3	<i>Metaethik und normative Theorien</i>	582
6.3.4	<i>Der Zusammenhang zwischen Ökonomie und Ethik</i>	590
6.4	Interessen und Handlungsrahmen von Akteuren öffentlicher Einrichtungen	591
6.4.1	<i>Die Interessen von Akteuren im Rahmen öffentlicher Einrichtungen</i>	592
6.4.2	<i>Der Handlungsrahmen</i>	594
6.5	Ethische Aspekte von Handlungen im Rahmen öffentlicher Einrichtungen	598
6.5.1	<i>Die Beurteilung von Handlungen bei gegebenen und ethisch akzeptablen Zielen öffentlicher Einrichtungen</i>	600
6.5.2	<i>Die Beurteilung von Handlungen bei gegebenen und ethisch nicht akzeptablen Zielen öffentlicher Einrichtungen</i>	603
6.5.3	<i>Beurteilung von Handlungen bei nicht gegebenen Zielen öffentlicher Einrichtungen</i>	609
6.6	Schlussbetrachtung	611
	Inhaltsübersicht Bände 1–2, 4	615