

<b>Abkürzungsverzeichnis</b> . . . . .	<b>19</b>
<b>1. Ethische Aspekte wirtschaftlichen Handelns im institutionellen Rahmen</b> . . . . .	<b>21</b>
<b>1.1 Handlungsbedingungen und Handlungsspielräume im institutionellen Rahmen (Josef Wieland)</b> . . . . .	<b>21</b>
1.1.1 <i>Einleitung</i> . . . . .	21
1.1.2 <i>Institution und Kooperation</i> . . . . .	22
1.1.3 <i>Vollständigkeit und Unvollständigkeit von Regeln</i> . . . . .	25
1.1.4 <i>Konstitutionelle und postkonstitutionelle Verträge</i> . . . . .	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 <i>Globalität und Lokalität</i> . . . . .	33
1.1.6 <i>Resümee</i> . . . . .	38
<b>1.2 Entscheidung und Verantwortung im institutionellen Rahmen (Hans-Ulrich Küpper)</b> . . . . .	<b>39</b>
1.2.1 <i>Kennzeichnung von Entscheidung und Verantwortung</i> . . . . .	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 <i>Probleme der Entscheidungsfindung und der Verantwortung</i> . . . . .	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 <i>Entscheidung und Verantwortung von Unternehmungen im gesellschaftlichen Rahmen</i> . . . . .	53
1.2.3.1 Ökonomische und ethische Verantwortlichkeit von Unternehmungen . . . . .	53

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	<b>Entscheidung und Verantwortung innerhalb von Unternehmungen</b> . . . .	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	<b>Vertrauen im institutionellen Rahmen (Tanja Ripperger)</b> . . . . .	67
1.3.1	<b>Vertrauen unter ökonomischen und ethischen Gesichtspunkten</b> . . . . .	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	<b>Begriff und Mechanismus des Vertrauens</b> . . . . .	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	<b>Platzierung und Honorierung von Vertrauen</b> . . . . .	78
1.3.3.1	Die Platzierung von Vertrauen: Vertrauens Erwartung und Vertrauenshandlung . . . . .	78
1.3.3.1.1	Die Vertrauens Erwartung . . . . .	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	<b>Die Genese von Vertrauen in sozialen Systemen</b> . . . . .	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: Vertrauensschutz durch Dritte . . . . .	90
1.3.4.5	Reputation und Sozialkapital als Sicherungsgüter: Vertrauensschutz durch den Vertrauensgeber . . . . .	91
1.3.4.6	Die Internalisierung von Normen: Vertrauensschutz durch den Vertrauensnehmer . . . . .	92
1.3.4.7	Die Genese von Vertrauen in sozialen Systemen . . . . .	94
1.3.5	<i>Vertrauen in Vertrauen</i> . . . . .	95
1.3.5.1	Reflexive Betrachtung des Vertrauensmechanismus . . . . .	95
1.3.5.2	Die Genese von Vertrauen im institutionellen Rahmen . . . . .	96
1.4	<b>Entscheidungstheorie (Helmut Laux)</b> . . . . .	99
1.4.1	<i>Zum Gegenstand der Entscheidungstheorie</i> . . . . .	99
1.4.2	<i>Interessenkonflikte, die Problematik eines fairen Interessenausgleichs und Abstimmung</i> . . . . .	100
1.4.3	<i>Unmöglichkeitstheorem</i> . . . . .	103
1.4.4	<i>Klassische Abstimmungsregeln im Licht des Unmöglichkeitstheorems</i> . . . .	106
1.4.5	<i>Die Suche nach einem Ausweg aus dem Dilemma</i> . . . . .	109
1.4.6	<i>Implikationen</i> . . . . .	110
1.5	<b>Organisationsökonomik (Brigitta Wolff)</b> . . . . .	111
1.5.1	<i>Annahmen</i> . . . . .	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	<i>Property-Rights-Ansatz</i> . . . . .	115
1.5.3	<i>Transaktionskosten-Ansatz</i> . . . . .	117
1.5.3.1	Spezifische Investitionen . . . . .	118
1.5.3.2	Vertragsformen . . . . .	119
1.5.4	<i>Agency-Ansatz</i> . . . . .	122
1.5.4.1	Ex-ante-Informationssymmetrien . . . . .	122
1.5.4.2	Mechanismen gegen Adverse Selection . . . . .	123
1.5.4.3	Ex-post-Informationssymmetrien . . . . .	123
1.5.4.4	Mechanismen gegen Moral-Hazard-Probleme . . . . .	125
1.5.4.5	Anreizeffizienz . . . . .	125
1.5.5	<i>Vertragstheorie</i> . . . . .	125
1.5.5.1	Vertragsgedanke als gemeinsamer Nenner . . . . .	126
1.5.5.2	Ökonomische Verfassungstheorie . . . . .	127
1.5.6	<i>Effizienz und Fairness</i> . . . . .	129

<b>2.</b>	<b>Ethische Aspekte wirtschaftlichen Handelns im Rahmen von Unternehmungen</b> . . . . .	<b>132</b>
<b>2.1</b>	<b>Gegenstand der Unternehmensethik</b> (Hans-Ulrich Küpper, Arnold Picot) . . . . .	<b>132</b>
2.1.1	<i>Bedeutung der Unternehmensethik</i> . . . . .	132
2.1.1.1	Voraussetzungen unternehmensethischer Diskussion . . . . .	132
2.1.1.2	Notwendigkeit unternehmensethischer Ansätze . . . . .	133
2.1.2	<i>Untersuchungsgegenstand und Einordnung der Unternehmensethik</i> . . . .	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	<i>Fragestellungen und Konzeptionen der Unternehmensethik</i> . . . . .	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	<i>Umsetzung der Unternehmensethik</i> . . . . .	146
<b>2.2</b>	<b>Unternehmensverfassung, Mitbestimmung und Stiftungen</b> (Elmar Gerum) . . . . .	<b>149</b>
2.2.1	<i>Grundlagen</i> . . . . .	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	<i>Die kapitalistische Unternehmensverfassung</i> . . . . .	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	<i>Die Managerunternehmung</i> . . . . .	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	<i>Stiftungen</i> . . . . .	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	<i>Die mitbestimmte Unternehmung</i> . . . . .	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	<i>Ausblick</i> . . . . .	162

<b>2.3</b>	<b>Unternehmensphilosophie: Visionen und Missionen eines normativen Managements (<i>Knut Bleicher</i>) . . . . .</b>	<b>165</b>
2.3.1	<i>Die wachsende Suche nach Orientierung . . . . .</i>	165
2.3.2	<i>Unternehmensphilosophie lenkt den Blick auf das Ganze und Wesentliche . . . . .</i>	166
2.3.2.1	Unternehmensphilosophie: Positionierung der Unternehmung im gesellschaftlichen Umfeld . . . . .	167
2.3.2.1.1	Gesellschaftliche Verantwortung als Grundfrage der Unternehmensphilosophie . . . . .	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 Unternehmens- und soziale Managementphilosophie . . . . .	175
2.3.3	<i>Unternehmerische Vision – Leitstern für die zukünftige Unternehmensentwicklung . . . . .</i>	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	<i>Unternehmungspolitik – die politische Suche nach der Mission der Unternehmung im Dialog . . . . .</i>	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	Unternehmensphilosophie und -politik des Opportunismus . . . . .	183
2.3.4.4.2	Unternehmensphilosophie 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

<b>2.4</b>	<b>Ethik des Unternehmers (<i>Hermann Franz</i>)</b>	<b>188</b>
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
<b>2.5</b>	<b>Unternehmensethik und Management: Überlegungen zur Integration der Unternehmensethik in den Managementprozess (<i>Brigitte Kustermann, Horst Steinmann</i>)</b>	<b>210</b>
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 &amp; 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 &amp; Co.</i>	225
2.5.5	<i>Fazit</i>	228

<b>2.6</b>	<b>Absatz- und Beschaffungsmarketing (Klaus Peter Kaas) . . . . .</b>	<b>232</b>
2.6.1	<i>Ethik und Marktmechanismus . . . . .</i>	232
2.6.1.1	Problemstellung . . . . .	232
2.6.1.2	Märkte und Marktakteure . . . . .	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	<i>Spielräume (un-)ethischen Handelns auf Märkten . . . . .</i>	240
2.6.2.1	Opportunistentes Verhalten beim Absatz . . . . .	240
2.6.2.2	Opportunistentes 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	<i>Ethische Aspekte der Produktpolitik . . . . .</i>	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	<i>Ethische Aspekte der Preispolitik . . . . .</i>	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	<i>Ethische Aspekte der Werbung . . . . .</i>	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	<i>Ethische Aspekte der Vertriebspolitik . . . . .</i>	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	<i>Ethische Aspekte der Beschaffung . . . . .</i>	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	<i>Möglichkeiten der Selbstverpflichtung zu moralischem Handeln . . . . .</i>	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	<i>Resümee . . . . .</i>	270

<b>2.7</b>	<b>Finanzmärkte (Bernd Rudolph)</b>	<b>274</b>
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	Investitions- und Anlageplanung	279
2.7.3.2	Shareholder Value	280
2.7.3.3	»Ethische« Anlagemöglichkeiten	281
2.7.4	<i>Zur These von der Abstraktheit finanzwirtschaftlicher Entscheidungen</i>	284
2.7.4.1	Finanzierungstheorie und Ethik	284
2.7.4.2	Finanzwirtschaftliche Praxis und Ethik	286
2.7.4.4	Ethik und Finanzmarktregulierung	288
2.7.5	<i>Ergebnis</i>	289
<b>2.8</b>	<b>Forschung und Entwicklung (Alexander Gerybadze)</b>	<b>292</b>
2.8.1	<i>Zum Problemstand</i>	292
2.8.1.1	Strukturelle Veränderungen in Forschung und Entwicklung	293
2.8.1.2	Strukturierung der Fragestellungen	295
2.8.2	<i>Ethisches Verhalten in der Forschung: Sicherung guter wissenschaftlicher Praxis</i>	296
2.8.2.1	Grundprinzipien wissenschaftlichen Arbeitens	297
2.8.2.2	Ethische Veröffentlichungspraxis	298
2.8.2.3	Dokumentation von Daten und Zwischenergebnissen	299
2.8.3	<i>Einflussnahme auf ethisches Verhalten durch Forschungsorganisationen</i>	300
2.8.3.1	Kommunikation von Regeln guter wissenschaftlicher Praxis und Betreuung des wissenschaftlichen Nachwuchses	301
2.8.3.2	Prinzipien der Leitung von Arbeitsgruppen und Forschungsinstituten	303
2.8.3.3	Übergeordnete Lenkung guter wissenschaftlicher Praxis	304
2.8.4	<i>Ethisches Verhalten im Bereich industrieller Forschung und Entwicklung</i>	306
2.8.4.1	Gute wissenschaftliche Praxis versus Schaffung proprietären Wissens	306
2.8.4.2	Good Clinical Practice in der pharmazeutischen Industrie	308
2.8.4.3	Ethisches Verhalten im industriellen Innovationsprozess	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
<b>2.9</b>	<b>Produktion (Dirk Matten, Gerd Rainer Wagner)</b>	<b>317</b>
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

<b>2.9.3</b>	<b>Relevante Objektbereiche von Unternehmensethik im Funktionsbereich »Produktion«</b>	<b>319</b>
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
<b>2.9.4</b>	<b>Aktuelle Trends unternehmerischen Produktionsmanagements in ethischer Perspektive</b>	<b>331</b>
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
<b>2.9.5</b>	<b>Produktion und Unternehmensethik – ein Ausblick</b>	<b>337</b>
<b>2.10</b>	<b>Personal (Gertraude Kell)</b>	<b>340</b>
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
<b>2.11</b>	<b>Steuern (Theodor Siegel)</b>	<b>354</b>
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	Beurteilung des gegebenen Steuersystems . . . . .	381
2.11.6.1.1	Einkommensteuer . . . . .	381
2.11.6.1.2	Gewerbeertragsteuer . . . . .	385
2.11.6.1.3	Körperschaftsteuer . . . . .	386
2.11.6.1.4	Erbschafts- und Schenkungssteuer . . . . .	387
2.11.6.1.5	Umsatzsteuer . . . . .	388
2.11.6.2	Steuerplanung und Steuermoral . . . . .	388
2.11.6.2.1	Ethik der Steuerplanung . . . . .	388
2.11.6.2.2	Steuerverweigerung und -hinterziehung . . . . .	390
2.12	<b>Wirtschaftsprüfung</b> ( <i>Wolfgang Ballwieser, Hermann Clemm</i> ) . . . . .	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	<b>Informationsverhalten und Informationsstrukturen</b> ( <i>Stefan Klein, Rolf Alexander Teubner</i> ) . . . . .	416
2.13.1	<i>Information, Daten und Wissen, Erkenntnis</i> . . . . .	416
2.13.1.1	Herkunft und Verwendungskontexte des Informationsbegriffs . . . . .	416
2.13.1.2	Definition und Abgrenzung . . . . .	417
2.13.1.3	Eigenschaften von Information als Wirtschaftsgut . . . . .	418
2.13.2	<i>Information im Unternehmenskontext</i> . . . . .	420
2.13.2.1	Informationsmodelle des Unternehmens . . . . .	420
2.13.2.2	Informations- und Wissensmanagement . . . . .	422
2.13.2.3	Organisatorische Wirkungen von Information und Informationstechnik . . . . .	424
2.13.2.4	Grundmuster des Informationsverhaltens . . . . .	425
2.13.3	<i>Ethische Herausforderungen an das Informationsmanagement</i> . . . . .	427
2.13.3.1	Ethische Grenzen der Informatisierung . . . . .	427
2.13.3.2	Axiome einer informationsorientierten Unternehmensethik . . . . .	430
2.14	<b>Internationale Unternehmenstätigkeit</b> ( <i>Marcus Bierich</i> ) . . . . .	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
<b>3.</b>	<b>Ethische Aspekte wirtschaftlichen Handelns in privaten Haushalten</b> . . . . .	<b>449</b>
<b>3.1</b>	<b>Konsum und personale Identität</b> ( <i>Gerhard Mertens</i> ) . . . . .	<b>449</b>
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 Bedarfsurorientierung . . . . .	459
<b>3.2</b>	<b>Zukunftsfähiger Konsum als Ziel der Wirtschaftstätigkeit</b> ( <i>Ursula Hansen, Ulf Schrader</i> ) . . . . .	<b>463</b>
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
3.2.3.3.1	Hilfestellung durch verbraucher- und umweltpolitische Organisationen . . . . .	481
3.2.3.3.2	Hilfestellung durch die Unternehmen . . . . .	482
3.2.3.3.3	Hilfestellung durch den Staat . . . . .	483
3.2.4	<i>Fazit: Verantwortlicher Konsum als Ziel und Weg einer zukunftsfähigen Gesellschaft</i> . . . . .	483
<b>3.3</b>	<b>Private Haushalte als Wohlfahrtsproduzenten</b> (Uta Meier, Rosemarie von Schweitzer) . . . . .	486
3.3.1	<i>Die Wohlfahrtsproduktion der privaten Haushalte ist Daseinsvorsorge</i> . .	486
3.3.2	<i>Das Paradigma der subjektiven Nutzenmaximierung und das Problem des Gemeinwohls</i> . . . . .	489
3.3.3	<i>Das Paradigma des haushälterischen Handelns und seine Bindung an die Alltagskultur der Daseinsvorsorge</i> . . . . .	491
3.3.4	<i>Möglichkeiten und Grenzen der Messung und Bewertung der Wohlfahrtsproduktion privater Haushalte</i> . . . . .	494
3.3.5	<i>Die geschlechtsspezifische Leerstelle nationalökonomischer Theorieansätze</i>	497
3.3.6	<i>Von der Externalisierung von Umweltkosten in der Nationalökonomie zu einem ganzheitlichen Wirtschaftsverständnis</i> . . . . .	501
<b>4.</b>	<b>Ethische Aspekte wirtschaftsbezogenen Handelns von Interessenverbänden</b> . . . . .	509
<b>4.1</b>	<b>Gewerkschaften</b> (Joachim Genosko) . . . . .	509
4.1.1	<i>Zum Gewerkschaftsbegriff</i> . . . . .	509
4.1.2	<i>Die traditionelle Sichtweise von Gewerkschaften</i> . . . . .	510
4.1.3	<i>Der »Lohnkurven-Effekt«</i> . . . . .	510
4.1.4	<i>Die »Insider-Outsider«-Problematik</i> . . . . .	511
4.1.5	<i>Gewerkschaften und Streiks</i> . . . . .	512
4.1.6	<i>Die »neue« Sicht der Gewerkschaften</i> . . . . .	513
4.1.6.1	<i>Zur Theorie</i> . . . . .	513
4.1.6.2	<i>Zur Empirie</i> . . . . .	516
4.1.7	<i>Zusammenfassung</i> . . . . .	517
<b>4.2</b>	<b>Unternehmervverbände</b> (Manfred Groser) . . . . .	519
4.2.1	<i>Problemaufriss</i> . . . . .	519
4.2.2	<i>Begriff und Strukturen</i> . . . . .	521
4.2.3	<i>Geschichtliche Aspekte</i> . . . . .	522

4.2.4	<i>Theorien</i> . . . . .	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	<i>Die ethische Perspektive</i> . . . . .	531
<b>5.</b>	<b>Ethische Aspekte wirtschaftlichen Handelns im Rahmen von gemeinnützigen Einrichtungen (Joachim Wiemeyer)</b> . . . . .	<b>535</b>
<b>5.1</b>	<b>Gemeinnützigkeit und gemeinnützige Organisationen</b> . . . . .	<b>535</b>
5.1.1	<i>Abgrenzung gemeinwirtschaftlicher Institutionen</i> . . . . .	535
5.1.2	<i>Skizze der Real- und Ideengeschichte der Gemeinwirtschaft</i> . . . . .	537
5.1.3	<i>Gemeinwirtschaftliche Einrichtungen in der Bundesrepublik Deutschland</i> . . . . .	540
5.1.4	<i>Die ordnungsethische Einordnung</i> . . . . .	541
5.1.5	<i>Unternehmensethik gemeinwirtschaftlicher Einrichtungen</i> . . . . .	547
5.1.6	<i>Entwicklungstendenzen gemeinwirtschaftlicher Organisationen</i> . . . . .	553
<b>5.2</b>	<b>Kirchen und religiöse Gemeinschaften</b> . . . . .	<b>555</b>
5.2.1	<i>Ökonomische Grundlagen</i> . . . . .	555
5.2.2	<i>Die ökonomische Entwicklung der christlichen Kirchen</i> . . . . .	558
5.2.3	<i>Die ökonomische Bedeutung der deutschen Kirchen in der Gegenwart</i> . . . . .	560
5.2.4	<i>Wirtschaftsethische Aspekte ökonomischer Aktivitäten von Kirchen</i> . . . . .	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	<i>Religion als Wirtschaftsunternehmen</i> . . . . .	570
5.2.6	<i>Fazit</i> . . . . .	571
<b>6.</b>	<b>Ethische Aspekte wirtschaftlichen Handelns im Rahmen öffentlicher Einrichtungen (Dietrich Budäus, Andreas Steenbock)</b> . . . . .	<b>574</b>
<b>6.1</b>	<b>Einleitung und Gang der Argumentation</b> . . . . .	<b>574</b>
<b>6.2</b>	<b>Zur Bedeutung der Frage nach ethischen Aspekten von Handlungen im Rahmen öffentlicher Einrichtungen</b> . . . . .	<b>575</b>
<b>6.3</b>	<b>Zum Verständnis von Sozialwissenschaft und Ethik</b> . . . . .	<b>577</b>
6.3.1	<i>Einführung</i> . . . . .	577
6.3.2	<i>Erkenntnistheorie und ökonomischer Ansatz</i> . . . . .	579

6.3.3	<i>Metaethik und normative Theorien</i> . . . . .	582
6.3.4	<i>Der Zusammenhang zwischen Ökonomie und Ethik</i> . . . . .	590
<b>6.4</b>	<b>Interessen und Handlungsrahmen von Akteuren öffentlicher Einrichtungen</b> . . . . .	<b>591</b>
6.4.1	<i>Die Interessen von Akteuren im Rahmen öffentlicher Einrichtungen</i> . . . .	592
6.4.2	<i>Der Handlungsrahmen</i> . . . . .	594
<b>6.5</b>	<b>Ethische Aspekte von Handlungen im Rahmen öffentlicher Einrichtungen</b> . . . . .	<b>598</b>
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
<b>6.6</b>	<b>Schlussbetrachtung</b> . . . . .	<b>611</b>
	<b>Inhaltsübersicht Bände 1–2, 4</b> . . . . .	<b>615</b>