

<b>Was Fairness bedeutet . . . . .</b>	<b>9</b>
<b>Die Macht der Kunden . . . . .</b>	<b>10</b>
Wir bestimmen, wo es langgeht . . . . .	10
Unternehmen beim Wort nehmen . . . . .	12
Was Ethik leisten kann . . . . .	14
Worauf Moral beruht . . . . .	17
Wie sich Moral begründen lässt . . . . .	20
Werte, Verantwortung und Nachhaltigkeit . . . . .	23
Wie vertragen sich Moral und Markt? . . . . .	27
Ethik und Globalisierung . . . . .	30
Gibt es Alternativen? . . . . .	32
<b>Der Blick in die Unternehmen . . . . .</b>	<b>35</b>
Wie weit reicht die Verantwortung? . . . . .	35
Was sind die größten Probleme in der Praxis? . . . . .	39
Wie lässt sich Ethik im Unternehmen verankern? . . . . .	42
Ethik und Geschäftsmodelle . . . . .	45
<b>Das Konzept der ethischen Profile . . . . .</b>	<b>46</b>
Die Auswahl der Unternehmen in diesem Buch . . . . .	46
Wo finde ich Informationen? . . . . .	47
Die Daten . . . . .	49
Die Ratings . . . . .	50
Die eigene Bewertung . . . . .	54

## **50 ethische Profile . . . . .**

<b>Adidas . . . . .</b>	58
<b>Aldi . . . . .</b>	62
<b>Allianz . . . . .</b>	66
<b>Amazon . . . . .</b>	70
<b>Apple . . . . .</b>	74
<b>Bayer . . . . .</b>	78
<b>Beiersdorf . . . . .</b>	82
<b>BMW . . . . .</b>	86
<b>C&amp;A . . . . .</b>	90
<b>Coca-Cola . . . . .</b>	94
<b>Daimler . . . . .</b>	98
<b>Danone . . . . .</b>	102
<b>Deutsche Bank . . . . .</b>	106
<b>Deutsche Telekom . . . . .</b>	110
<b>dm . . . . .</b>	114
<b>Facebook . . . . .</b>	118
<b>Google . . . . .</b>	122
<b>Henkel . . . . .</b>	126
<b>Hennes &amp; Mauritz . . . . .</b>	130
<b>Hipp . . . . .</b>	134
<b>Ikea . . . . .</b>	138
<b>Inditex . . . . .</b>	142
<b>Lego . . . . .</b>	146
<b>Levi Strauss . . . . .</b>	150
<b>Lidl . . . . .</b>	154
<b>L'Oréal . . . . .</b>	158
<b>Lufthansa . . . . .</b>	162
<b>LVMH . . . . .</b>	166
<b>McDonald's . . . . .</b>	170

<b>Microsoft</b>	174
<b>Miele</b>	178
<b>Nestlé</b>	182
<b>Nike</b>	186
<b>Nintendo</b>	190
<b>Nokia</b>	194
<b>Novartis</b>	198
<b>Otto</b>	202
<b>Philip Morris International</b>	206
<b>Procter &amp; Gamble</b>	210
<b>Richemont</b>	214
<b>Samsung Electronics</b>	218
<b>Siemens</b>	222
<b>Starbucks</b>	226
<b>Swatch</b>	230
<b>Toyota</b>	234
<b>TUI</b>	238
<b>UBS</b>	242
<b>Unilever</b>	246
<b>Vodafone</b>	250
<b>Volkswagen</b>	254
<b>Index</b>	259