

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Von der natürlichen Moralität des Menschen . . . . .</b>	<b>1</b>
1.1	Der Mensch als kultiviertes Tier . . . . .	1
1.2	Der Mensch als Einzelwesen im sozialen Verbund . . . . .	4
1.2.1	Das soziale Umfeld als natürlicher Ort des Menschen . . . . .	4
1.2.2	Von der moralischen Natur des Menschen . . . . .	6
1.2.3	Moral und die Macht der Liebe . . . . .	11
1.2.4	Moral und der Wille zur Macht . . . . .	13
1.3	Die Gefährdungen der Existenz und die Kraft der Moral . . . . .	17
1.4	Die Ethik des Wirtschaftens . . . . .	20
1.4.1	Wirtschaftsethik und moralisches Wirtschaften . . . . .	20
1.4.2	Kultur als Rahmenbedingung moralischen Wirtschaftens . . . . .	24
1.4.3	Die abgeleitete Moral des Kalküls . . . . .	25
<b>2</b>	<b>Vom kulturellen Charakter der Wirtschaft . . . . .</b>	<b>31</b>
2.1	Bestimmung eines leistungsfähigen Kulturbegriffs . . . . .	31
2.1.1	Was muss ein Kulturbegriff leisten? . . . . .	31
2.1.2	Die Sonderstellung der Gattung <i>Mensch</i> in der Evolution . . . . .	36
2.1.3	Die individuelle Gestalt- und Kulturwerdung . . . . .	38
2.1.4	Die soziale Gestalt- und Kulturwerdung . . . . .	42
2.2	Die dehbaren Konturen des Kulturbegriffs . . . . .	44
2.2.1	Soziale Verdichtungen . . . . .	44
2.2.2	Raum und Zeit als Dimensionen der Kultur . . . . .	48
2.3	Zusammenfassung: Die Komposition des Kulturbegriffs . . . . .	53
2.4	Die kulturelle Verfassung der Wirtschaft . . . . .	54

<b>3 Von der Vitalität der Wirtschaft und der Schwäche der Ökonomik . . . . .</b>	<b>59</b>
3.1 Die Wirtschaft ist ein unfassbares Holon . . . . .	59
3.2 Die Befreiung vom ökonomischen Determinismus . . . . .	63
3.2.1 Die Überzeugungen der Neoklassiker . . . . .	63
3.2.2 Adam Smiths Vermächtnis . . . . .	64
3.2.3 Die Fragwürdigkeit von Neoklassik und Neoliberalismus . . . . .	69
<b>4 Von der holistischen Annäherung an die Wirklichkeit des Wirtschaftens . . . . .</b>	<b>75</b>
4.1 Lebenswelten und Wirtschaftswelten . . . . .	75
4.2 Der Gestaltkreis des Wirtschaftens . . . . .	78
4.3 Von der erlebten zur imaginierten Vorstellung von der Wirtschaft . . . . .	84
4.4 Die ästhetische Präsenz der Wirtschaft in der Öffentlichkeit . . . . .	88
4.4.1 Die Gestaltkreise von Handel und Industrie . . . . .	88
4.4.2 Die Entdinglichung der Märkte . . . . .	94
<b>5 Von der Moralität der praktischen Unternehmensführung . . . . .</b>	<b>101</b>
5.1 Die Macht der konstruktiven Moral . . . . .	101
5.2 Moraleische Führung als Navigationskunst . . . . .	105
5.3 Marktstärke durch Moral . . . . .	109
<b>6 Ganz zum Schluss: Vom Einbiegen in eine kultivierte Entwicklung . . . . .</b>	<b>113</b>
<b>Literaturverzeichnis . . . . .</b>	<b>117</b>