

Inhaltsverzeichnis

Einführung.....	17
I Grundlagen der Ethik.....	23
1 Zentrale Begriffe	23
1.1 Freiheit und Verpflichtung.....	23
1.2 Moral, Recht und Ethos	25
1.2.1 Moral.....	25
1.2.2 Recht.....	25
1.2.3 Ethos	27
1.3 Ethik.....	29
1.3.1 Allgemeine Kennzeichnung.....	29
1.3.2 Deskriptive Ethik.....	30
1.3.3 Normative Ethik.....	30
1.3.4 Methodenlehre.....	30
1.3.5 Metaethik	31
2 Unterschiedliche Typen ethischer Argumentation	32
2.1 Bewertungsgrundlage: Gesinnung, Handlung, Folgen.....	32
2.1.1 Gesinnungsethik.....	33
2.1.1.1 Allgemeine Kennzeichnung	33
2.1.1.2 Vorteile und Probleme einer Gesinnungsethik	33
2.1.2 Pflichtenethik	35
2.1.2.1 Allgemeine Kennzeichnung	35
2.1.2.2 Die Erkenntnis des Pflichtgemäßen auf der Grundlage von Imperativen	35
2.1.2.3 Die Pflichten im Einzelnen.....	36
2.1.2.4 Vorteile und Probleme einer Pflichtenethik.....	37
2.1.3 Folgenethik	38
2.1.3.1 Allgemeine Kennzeichnung	38
2.1.3.2 Vorteile und Probleme einer Folgenethik	39
2.1.3.3 Der Handlungsutilitarismus von <i>Jeremy Bentham</i>	40
2.1.3.4 Die Weiterentwicklung des Utilitarismus durch <i>John Stuart Mill</i>	41
2.1.3.5 Das Verhältnis von Pflichtenethik und Utilitarismus	41
2.1.4 Synopse	43
2.2 Der Ort der Moral: Individuum, Institution, Öffentlichkeit	45
2.2.1 Individualethik	45
2.2.2 Institutionenethik	45
2.2.3 Die Öffentlichkeit als Ort der Moral	47
2.2.4 Synopse	49

2.3	Ethische Entscheidungsmethoden: Monologische Ethik und Diskursethik.....	51
2.3.1	Formale und materiale Ethik	51
2.3.2	Monologische Ethik.....	51
2.3.3	Diskursethik	53
2.3.3.1	Allgemeine Kennzeichnung	53
2.3.3.2	Anwendungsbereiche der Diskursethik.....	53
2.3.3.3	Probleme und Vorzüge der Diskursethik.....	54
2.3.4	Synopse.....	55
II	Das Verhältnis von Ethik und Ökonomik	57
1	Kennzeichnung der Ökonomik.....	57
1.1.	Begriff der Ökonomik	57
1.2	Das Modell menschlichen Verhaltens in der Ökonomik	60
2	Die Auseinanderentwicklung von Ethik und Ökonomik	63
2.1	Ethik und Ökonomik als miteinander verbundene Teile der praktischen Philosophie.....	63
2.2	Von der materialen zur formalen Auslegung des ökonomischen Prinzips.....	64
2.3	Unterschiede zwischen der aristotelischen und der modernen Auffassung von Ökonomik	66
2.4	Ethik und Ökonomik – zwei Welten?	67
3	Das Verhältnis von Sittlichkeit und Selbstinteresse: Unvereinbar oder vereinbar?	68
3.1	Was heißt Selbstinteresse?	68
3.2	Nähere inhaltliche Bestimmung des Selbstinteresses	68
3.3	Berücksichtigung der Interessen anderer	70
3.4	Gesinnung der Akteure	71
3.5	Kanalisierung des Selbstinteresses durch Institutionen	72
3.6	Synopse.....	73
III	Modelle der Beziehung von Ethik und Ökonomik.....	75
1	Anwendung der Ethik auf die Wirtschaft (Modell 1).....	75
1.1	Ethik als Ausgangsdisziplin.....	75
1.2	Kritik am Anwendungsmodell.....	75
1.3	Konkretisierung ethischer Grundsätze für unterschiedliche Lebensbereiche.....	76
2	Anwendung der Ökonomik auf die Moral (Modell 2)	77
2.1	Ökonomik als universale Erklärungsgrammatik	77
2.2	Ort der Moral ist die marktwirtschaftliche Rahmenordnung.....	78
2.2.1	Moralisches Handeln muss sich auszahlen.....	78
2.2.2	These: Die Marktwirtschaft transformiert Eigennutz in Gemeinwohl.....	78
2.2.3	Ethische Probleme der Marktwirtschaft.....	79
2.3	Individualmoral in der Moralökonomik	80
2.3.1	Individualmoral der Politiker	81
2.3.2	Individualmoral der Wirtschaftsakteure	81
2.3.3	Die Unverzichtbarkeit der Individualmoral im Modell der Moral-ökonomik.....	83

2.4	Primat der Ökonomik im Konfliktfall.....	83
2.5	Relevanz der Ökonomik für die Implementation ethischer Zielsetzungen.....	84
3	Integration von Ethik und Ökonomik (Modell 3).....	85
3.1	Das Konzept sozialökonomischer Rationalität.....	85
3.2	Problematik der Integrationsidee.....	85
4	Plädoyer für das Anwendungsmodell.....	87
IV	Bereiche einer angewandten Wirtschaftsethik	89
1	Allgemeine Abgrenzung der Wirtschaftsethik.....	89
2	Die Mikroebene der Wirtschaftsethik: Die Wirtschaftsakteure.....	91
2.1	Konsumentenethik.....	92
2.1.1	Ethische Forderungen an die Konsumenten.....	92
2.1.2	Grenzen der Konsumentenverantwortung.....	93
2.2	Produzentenethik	94
2.3	Investorenethik.....	95
3	Die Makroebene der Wirtschaftsethik: Die Rahmenordnung	96
3.1	Ethische Bewertung wirtschaftlicher Institutionen	96
3.2	Vorteile und Probleme der Marktwirtschaft.....	97
3.3	Zwingt der Markt zur Unmoral?	98
3.4	Staatliche Rahmenordnung	100
3.5	Überstaatliche Rahmenordnung.....	101
4	Die Mesebene der Wirtschaftsethik: Unternehmensethik.....	102
4.1	Das Unternehmen als moralischer Akteur?.....	102
4.2	Bedingungen für die Moralfähigkeit von Unternehmen	103
4.3	Unternehmen sind moralfähig.....	104
4.4	Die Mitverantwortung der Individuen in der Unternehmung	106
5	Zusammenwirken von Mikro-, Meso- und Makroebene der Wirtschaftsethik	107
V	Unternehmensethik als Management der Verantwortung	109
1	Verantwortung: Die ethische Grundkategorie der Unternehmensethik	109
1.1	Subjekt der Verantwortung	109
1.2	Objekt der Verantwortung.....	110
1.3	Verantwortungsrelation	111
1.4	Inстанz der Verantwortung	112
2	Verantwortung als Integrationsbegriff.....	113
2.1	Integration von Gesinnungs-, Pflichten- und Folgenethik.....	113
2.2	Integration von Individuen, Institutionen und Öffentlichkeit	114
2.3	Integration von Diskursethik und monologischer Verantwortungsethik	116
3	Die praktische Umsetzung der Unternehmensverantwortung im Management	117
3.1	Warum „Management“?.....	117
3.2	Kritik an der Idee eines Managements der Verantwortung.....	118
3.3	Die Bausteine eines Managements der Verantwortung.....	119

4.3.1	Die Rolle des Gewinns in einer Marktwirtschaft	153
4.3.2	Gewinnerzielung steht unter einem Legitimitätsvorbehalt	154
4.3.3	Gewinneinbußen können das kleinere Übel sein	155
5	Die strategische Option einer Konfliktentschärfung	156
VII	Die strategische Komponente der Unternehmensethik	157
1	Das Ziel einer Entschärfung von Stakeholderkonflikten durch die Harmonisierung von Moral und ökonomischen Interessen	157
2	Wettbewerbsstrategien	158
2.1	Arten von Strategien	158
2.1.1	Unternehmensstrategie	159
2.1.2	Geschäftsbereichsstrategie	160
2.1.3	Funktionsbereichsstrategie	160
2.2	Können Strategien „moralisch“ sein?	160
2.3	Verantwortungsbewusste Strategiewahl am Beispiel Umweltschutz	161
2.3.1	Umweltschutz als Unternehmensziel	161
2.3.2	Umweltbewusste Unternehmensstrategien	162
2.3.3	Umweltbewusste Geschäftsbereichsstrategien	163
2.3.4	Umweltbewusste Funktionsbereichsstrategien	164
2.3.5	Integration von Moralität in die strategische Unternehmensführung	166
2.4	Probleme der Harmonisierung von Moral und Gewinn durch Wettbewerbsstrategien	167
2.4.1	Die unterschiedliche Fristigkeit von Kosten und Nutzen	167
2.4.2	Die unterschiedliche Bewertbarkeit von Kosten und Nutzen	168
2.4.3	Die Unsicherheit hinsichtlich der Reaktion der anderen Marktteilnehmer	169
3	Ordnungspolitische Strategien	170
3.1	Die Notwendigkeit von Ordnungspolitik	170
3.2	Staatliche Ordnungspolitik	171
3.3	Ordnungspolitische Strategien der Unternehmen	172
3.3.1	Unterstützung staatlicher Ordnungspolitik	172
3.3.2	Ordnungspolitische Eigeninitiativen	173
4	Marktaustrittsstrategien	174
VIII	Die personale Komponente der Unternehmensethik	177
1	Die Unverzichtbarkeit der personalen Komponente	177
2	Führungsethik	179
2.1	Begriffsklärung	179
2.1.1	Begriff „Führung“	179
2.1.2	Begriff „Führungsethik“	180
2.2	Personalführungsethik	181
2.2.1	Voraussetzungen für ein legitimes Führungsverhältnis	181
2.2.2	Die Begrenzung der Weisungsbefugnisse	182
2.2.3	Die verantwortungsvolle Gestaltung der Führungsbeziehung	182

2.3 Unternehmensführungsethik.....	184
2.3.1 Die Unternehmensführung betrifft alle Stakeholder.....	184
2.3.2 Typische Unternehmensführungsentscheidungen.....	184
2.3.3 Ethik in der Unternehmensführung.....	185
2.3.4 Die besondere Verantwortung der Führungskräfte.....	186
3 Mitarbeiterethik.....	187
3.1 Die innerbetriebliche Verantwortung.....	187
3.2 Die Verantwortung gegenüber den Stakeholdern.....	188
3.3 Whistle Blowing.....	190
3.3.1 Kennzeichnung des Whistle Blowing.....	190
3.3.2 Bewertung des Whistle Blowing.....	190
3.3.3 Empfehlungen für das Whistle Blowing.....	191
4 Führungs- und Mitarbeiterethik als Tugendethik.....	192
4.1 Kennzeichnung von Tugend und Tugenden.....	192
4.2 Grenzen der Tugendethik.....	194
IX Die innerbetrieblichen Institutionen.....	197
1 Die Bedeutung strukturell-systemischer Führung.....	197
2 Die institutionelle Unterstützung des Sollens.....	199
2.1 Formale Werte und Normen: Das Unternehmensleitbild.....	199
2.1.1 Das Unternehmensleitbild als Teil der Zielhierarchie.....	199
2.1.2 Das Bekenntnis zur Verantwortung in Vision und Leitbild.....	200
2.1.3 Einige typische Leitbildaussagen.....	201
2.1.4 Empfehlungen für das Leitbild.....	202
2.1.5 Die Präzisierung der Grundsätze in Zielen und Richtlinien.....	203
2.1.6 Der Prozess der Leitbilderstellung.....	204
2.2 Informale Werte und Normen: Die Unternehmenskultur.....	205
2.2.1 Kennzeichnung der Unternehmenskultur.....	205
2.2.2 Beziehung zwischen Unternehmenskultur und Unternehmensethik.....	206
2.2.3 Ansatzpunkte für ein „Kulturmanagement“.....	209
3 Die institutionelle Unterstützung des Wollens.....	211
3.1 Personalauswahl.....	212
3.1.1 Das Personalauswahlverfahren.....	212
3.1.2 Personalauswahl und Unternehmensethik.....	213
3.1.3 Ansatzpunkte für die Auswahl sittlich orientierter Unternehmens- mitglieder.....	214
3.2 Personalbeurteilung und -honorierung.....	218
3.2.1 Motivation durch Anreize.....	218
3.2.2 Der Zusammenhang mit der Unternehmensethik.....	218
3.2.2.1 Prinzipien einer gerechten Personalbeurteilung und -honorierung.....	219
3.2.2.2 Beispiele für Lohnungsgerechtigkeiten.....	221
3.2.2.3 Der Ehrliche darf nicht der Dumme sein.....	223

3.3	Kontrollsysteme.....	225
3.3.1	Anreizwirkungen der Kontrolle.....	225
3.3.2	Die Bedeutung der Kontrolle in Compliance- und Integritäts- programmen.....	227
4	Die institutionelle Unterstützung des Könnens	229
4.1	Personalentwicklung	230
4.1.1	Funktion der Personalentwicklung.....	230
4.1.2	Anlässe für Personalentwicklung.....	231
4.1.3	Inhalte der Personalentwicklung.....	231
4.1.4	Methoden und Träger der Personalentwicklung	231
4.1.5	Personalentwicklung als Teil verantwortlichen Personalmanagements	232
4.1.6	Personalentwicklung zur Unterstützung der Unternehmensethik	234
4.1.6.1	Entwicklungsziel: Moralische Kompetenz	234
4.1.6.2	Verbesserung der moralischen Sensibilität.....	235
4.1.6.3	Verbesserung der moralischen Urteilkraft und Motivation.....	236
4.1.6.4	Verbesserung der Verständigungskompetenz	238
4.1.6.5	Adressaten der Entwicklung	239
4.1.7	Entwicklungsmethoden	240
4.2	Organisationsstruktur	243
4.2.1	Zusammenhang zwischen Organisationsstruktur und Unternehmens- ethik	243
4.2.2	Abbau von organisationalen Verantwortungsbarrieren.....	244
4.2.3	Aufbau von organisationalen Unterstützungspotenzialen	246
4.2.3.1	Stellen	246
4.2.3.2	Gremien.....	249
4.2.3.3	Situative Faktoren.....	251
4.2.3.4	Vor- und Nachteile spezieller Stellen und Gremien für die Unternehmensethik.....	252
4.3	Informationssysteme	253
4.3.1	Die Einordnung der Informationsaufgabe in das Controlling.....	253
4.3.2	Die Beziehung von Controlling und Unternehmensethik	254
4.3.2.1	Barrierewirkung des herkömmlichen Controlling.....	255
4.3.2.2	Unterstützung der Unternehmensethik durch Informations- bereitstellung	255
4.3.3	Beispiel: Öko-Controlling.....	257
4.3.4	Corporate Social Performance als Information für den Kapitalmarkt	258
X	Die überbetrieblichen Institutionen	261
1	Die institutionelle Unterstützung des Sollens	261
1.1	Gesetze und Verordnungen	262
1.1.1	Schutzrechte für Anspruchsgruppen.....	262
1.1.2	Ergänzungsbedürftigkeit der Gesetzgebung.....	263

1.2	Kodizes und Konventionen	265
1.2.1	Funktionen, Verbindlichkeit und Geltungsbereiche	265
1.2.2	Regelsysteme in Bezug auf Branchen	266
1.2.3	Regelsysteme in Bezug auf Produkte	267
1.2.4	Berufs- und Standesregeln	268
1.2.5	Themenspezifische Regelwerke	271
1.2.6	Verhaltenskodizes für Organisationen	274
1.3	Globale Regelsysteme und das Problem interkultureller Konflikte	279
1.3.1	Vereinheitlichung der Normen als Ziel	279
1.3.2	Gibt es universal gültige Werte und Normen?	280
1.3.3	Plädoyer für die Anerkennung weltweit gültiger Normen und Werte	282
2	Die institutionelle Unterstützung des Wollens	283
2.1	Kontrollen	283
2.1.1	Staatliche Kontrollen	284
2.1.2	Kontrollen durch die Öffentlichkeit	284
2.1.3	Kontrollen durch wirtschaftsnahe Organisationen und Peer-Kontrolle	285
2.1.4	Kontrollen durch gemeinnützige Organisationen	286
2.1.5	Kommerzielle Kontrollanbieter	287
2.2	Anreize	288
2.2.1	Bestrafung von Fehlverhalten	288
2.2.2	Kompensation von Zusatzkosten	289
2.2.3	Beseitigung von Fehlanreizen	290
2.2.4	Generierung von Zusatznutzen	290
3	Die institutionelle Unterstützung des Könnens	291
3.1	Leitlinien für die CSR-Berichterstattung	291
3.2	Wirtschaftsethik in der schulischen und universitären Ausbildung	295
3.3	Verbraucheraufklärung und -bildung	298
3.3.1	Das Idealbild vom souveränen Verbraucher	298
3.3.2	Mitverantwortung der Verbraucher	299
3.3.3	Hilfestellungen für den verantwortungsbewussten Verbraucher	300
	Schlusswort	303
	Literaturverzeichnis	305
	Initiativen/Institutionen und Internetadressen	325
	Namensregister	331
	Sachregister mit Glossarhinweis	337

Unter www.uvk-lucius.de/unternehmensethik finden Sie Services zu diesem Buch
– unter anderem ein umfangreiches Glossar.