

Inhalt

1	Warum wir Moral in der Unternehmensführung brauchen.....	9
1.1	Die Forderung nach mehr Moral in der Unternehmensführung ist populär.....	10
1.2	Der Markt als Ersatz für Moral?.....	11
1.3	Warum der Marktmechanismus nicht reicht.....	13
1.4	Warum auch eine Verschärfung der Gesetze nicht ausreicht.....	21
2	Grundlagen der Ethik.....	25
2.1	Zentrale Begriffe: Moral, Ethos, Ethik, angewandte Ethik.....	26
2.2	Das Verhältnis von Moral, Ethos und Recht.....	29
2.3	Verantwortung als zentraler ethischer Begriff ...	33
3	Gibt es eine Verantwortung des Unternehmens?	37
3.1	Das Unternehmen als moralischer Akteur?.....	38
3.2	Bedingungen für die Moralfähigkeit von Unternehmen	40
3.3	Unternehmen sind moralfähig.....	41
3.4	Individualverantwortung im Unternehmen.....	45

6 Inhalt

4	Die Stakeholder als Adressaten der Unternehmensverantwortung.....	47
4.1	Unterschiedliche Definitionen des Stakeholders.....	48
4.2	Stakeholder wahrnehmen.....	50
4.3	Analyse der Stakeholderanliegen.....	55
4.4	Prognose der Stakeholderanliegen.....	56
4.5	Stakeholderanliegen bewerten	56
5	Ethische Grundlagen für die Bewertung von Stakeholderanliegen	59
5.1	Menschenwürde als ethisches Prinzip für die Bewertung.....	60
5.2	Gemeinwohl als ethisches Prinzip für die Bewertung.....	62
5.3	Nachhaltigkeit als ethisches Prinzip für die Bewertung.....	65
5.4	Tierschutz als ethisches Prinzip für die Bewertung 66	
5.5	Gerechtigkeit als ethisches Prinzip für die Bewertung.....	67
5.6	Die mögliche Kollision legitimer Stakeholderanliegen.....	70
5.7	Die Abwägung konfligierender Ansprüche.....	71
5.8	Die Rolle des Gewinns bei der Abwägung konfligierender Ansprüche.....	72

6	Die strategische Option einer Konflikt-entschärfung	77
6.1	Unternehmensstrategien zur Förderung der Nachhaltigkeit.....	79
6.2	Geschäftsbereichsstrategien zur Förderung der Nachhaltigkeit.....	80
6.3	Funktionsbereichsstrategien zur Förderung der Nachhaltigkeit.....	81
6.4	Ordnungspolitische Strategien.....	84
6.5	Marktaustrittsstrategie	87
7	Die innerbetrieblichen Institutionen	89
7.1	Die Bedeutung strukturell-systemischer Führung	90
7.2	Die institutionelle Unterstützung des Sollens	92
7.2.1	Formale Werte und Normen: Das Unternehmensleitbild	92
7.2.2	Informale Werte und Normen: Die Unternehmenskultur.....	97
7.3	Die institutionelle Unterstützung des Wollens	104
7.3.1	Personalauswahl	104
7.3.2	Personalbeurteilung und -honorierung	108
7.3.3	Kontrollsysteme	114
7.4	Die institutionelle Unterstützung des Könnens	120
7.4.1	Personalentwicklung.....	120

8 Inhalt

7.4.2	Organisationsstruktur	128
7.4.3	Informationssysteme und Controlling.....	137
8	Überbetriebliche Institutionen.....	145
8.1	Gesetze und Kodizes	147
8.2	Kontrollen und Anreize	149
8.3	Wirtschaftsethische Ausbildung und Verbraucherbildung	152
9	Fazit	155
	Literaturverzeichnis.....	159
	Stichwortverzeichnis	163