

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort Prof. Dr. Ulrich Lehner	7
Vorwort	11
1 Einleitung und Hintergrund	17
1.1 Das Unbehagen der Menschen in modernen Gesellschaften	17
1.2 Die gesellschaftliche Wahrnehmung von Führungskräften der Wirtschaft.....	23
1.3 «Ethik des geschäftlichen Tuns» als prinzipiengeleitetes Nachdenken über integres Handeln von Führungskräften.....	27
1.3.1 Unternehmensethik: Die Organisation als moralischer Akteur	29
1.3.2 Individualethik: Der Mensch als moralischer Akteur	31
2 Erich Fromms Gedankengut und der moderne Diskurs über ethische Desiderata für Führungspersönlichkeiten in Unternehmen ..	35
2.1 Erich Fromms Verständnis von Ethik und das damit verbundene Menschenbild.....	35
2.1.1 Was ist Erich Fromms Verständnis von Ethik?	35
2.1.2 Das Menschenbild Erich Fromms.....	38
2.2 Haben oder Sein als seelische Grundlage einer neuen Gesellschaft....	53
2.2.1 Religion.....	54
2.2.2 Kapitalismus	54
2.2.3 Der Marketing-Charakter.....	57
2.2.4 Der neue Mensch in einer neuen Gesellschaft	62
2.2.5 Können und Sollen.....	67
2.3 Was bleibt, wenn man den ideologischen Ballast des «kommunitären Sozialismus» abwirft?.....	68
2.3.1 Inhaltliche Vielfalt scheinbar eindeutiger Begriffe	68
2.3.2 Kavalleriepferde beim Hornsignal	71
2.3.3 Zivilisiert den Kapitalismus	75
2.3.4 Stimmen aufgeklärter Liberaler	76
2.3.5 Stimmen gestandener Wirtschaftsführer.....	78
2.3.6 Stimmen christlicher Kirchen und der Vereinten Nationen ...	80
2.3.7 Praktische Evolution, nicht theoretische Revolution	84
2.3.8 Licht am Horizont?	86
3 Kann man ein Unternehmen im globalen Wettbewerb erfolgreich mit «Liebe» führen?	89
3.1 Die Sache mit der Liebe	89
3.1.1 Fürsorge.....	93

3.1.2	Verantwortungsgefühl.....	95
3.1.3	Achtung vor den anderen	96
3.1.4	Erkenntnis	102
3.2	Die Sache mit der Erkenntnis	102
3.2.1	Wie wirklich ist die Wirklichkeit?	104
3.2.2	Privilegierte Positionierung bedeutet nicht höhere Erkenntnisfähigkeit	108
3.3	Zentrale Botschaften moderner Managementliteratur zum Thema «Führung»	113
4	Erich Fromm vom Kopf auf die Füße gestellt.....	119
4.1	Was kann ich wissen?	119
4.1.1	Primum non nocere, secundum cavere, tertium sanare	120
4.1.2	«Vorsichtig agieren» und «heilen» als Teil gesellschaftlicher Erwartungen	121
4.1.3	Die Bedeutung zielführender Rahmenbedingungen	123
4.2	Was kann ich tun?.....	124
4.2.1	Erweiterung des Anforderungsprofils von Führungskräften ..	125
4.2.2	Anreicherung der Zielsetzungen, Mitarbeiterbeurteilungen und Beförderungskriterien mit Elementen der humanistischen Ethik	133
5	Vorläufige Schlussfolgerungen: Was darf ich hoffen?	137
5.1	Führungspersönlichkeiten der Wirtschaft als wirkmächtige Gestalter einer nachhaltigen Entwicklung mit menschlichem Antlitz.....	138
5.2	Persönlichkeitsentwicklung und Charakterschulung als «missing link».....	142
5.3	Integres, biophiles Handeln als Wettbewerbsfaktor	148
5.4	Anspruchsvolle Kunden (Aspirational Consumers).....	150
5.5	Der Mensch lebt nicht vom Brot allein.	153
5.6	Noch mehr Licht am Ende des Tunnels.....	154
5.6.1	Das Leipziger Führungsmodell	154
5.6.2	Veränderte Wahlkriterien für den CEO des Jahres.....	157
5.6.3	Beispiele von individueller «Leadership».....	157
Ausblick	159
Epilog	161
Literaturverzeichnis	165