

Inhalt

1	Warum wir Moral in der Unternehmensführung brauchen	9
1.1	Die Forderung nach mehr Moral in der Unternehmensführung ist populär	9
1.2	Der Markt als Ersatz für Moral?	10
1.3	Warum der Marktmechanismus nicht reicht	12
1.4	Warum auch eine Verschärfung der Gesetze nicht ausreicht	18
2	Grundlagen der Ethik.....	23
2.1	Zentrale Begriffe: Moral, Ethos, Ethik, angewandte Ethik	23
2.2	Das Verhältnis von Moral, Ethos und Recht	25
2.3	Verantwortung als zentraler ethischer Begriff	29
3	Gibt es eine Verantwortung des Unternehmens?	33
3.1	Das Unternehmen als moralischer Akteur?	33
3.2	Bedingungen für die Moralfähigkeit von Unternehmen	34
3.3	Unternehmen sind moralfähig	35
3.4	Individualverantwortung im Unternehmen	39
4	Die Stakeholder als Adressaten der Unternehmensverantwortung	41
4.1	Unterschiedliche Definitionen des Stakeholders	41
4.2	Stakeholder wahrnehmen	43
4.3	Analyse der Stakeholderanliegen	47
4.4	Prognose der Stakeholderanliegen	48
4.5	Stakeholderanliegen bewerten	49

6	Inhalt	
5	Ethische Grundlagen für die Bewertung von Stakeholderanliegen	51
5.1	Menschenwürde als ethisches Prinzip für die Bewertung....	51
5.2	Gemeinwohl als ethisches Prinzip für die Bewertung.....	53
5.3	Nachhaltigkeit als ethisches Prinzip für die Bewertung	55
5.4	Tierschutz als ethisches Prinzip für die Bewertung.....	56
5.5	Gerechtigkeit als ethisches Prinzip für die Bewertung.....	57
5.6	Die mögliche Kollision legitimer Stakeholderanliegen.....	59
5.7	Die Abwägung konfligierender Ansprüche	60
5.8	Die Rolle des Gewinns bei der Abwägung konfligierender Ansprüche.....	62
6	Die strategische Option einer Konfliktentschärfung...	65
6.1	Unternehmensstrategien zur Förderung der Nachhaltigkeit	66
6.2	Geschäftsbereichsstrategien zur Förderung der Nachhaltigkeit	67
6.3	Funktionsbereichsstrategien zur Förderung der Nachhaltigkeit	68
6.4	Ordnungspolitische Strategien.....	70
6.5	Marktaustrittsstrategie.....	73
7	Die innerbetrieblichen Institutionen	75
7.1	Die Bedeutung strukturell-systemischer Führung	75
7.2	Die institutionelle Unterstützung des Sollens.....	77
7.2.1	Formale Werte und Normen: Das Unternehmensleitbild ...	77
7.2.2	Informale Werte und Normen: Die Unternehmenskultur ..	81
7.3	Die institutionelle Unterstützung des Wollens.....	87
7.3.1	Personalauswahl.....	87

7.3.2	Personalbeurteilung und -honorierung.....	91
7.3.3	Kontrollsysteme.....	96
7.4	Die institutionelle Unterstützung des Könnens.....	101
7.4.1	Personalentwicklung	101
7.4.2	Organisationsstruktur	107
7.4.3	Informationssysteme und Controlling.....	114
8	Überbetriebliche Institutionen.....	121
8.1	Gesetze und Kodizes	122
8.2	Kontrollen und Anreize.....	124
8.3	Wirtschaftsethische Ausbildung und Verbraucherbildung	126
9	Fazit	129
	Literaturverzeichnis	131
	Stichwortverzeichnis.....	135