

Inhalt

Vorwort	7
Einleitung	11
Zur Relevanz und Lage der Unternehmensethik	14
Zur Bedeutung philosophischer Reflexionen für die Unternehmensethik	21
Zur Fragestellung und zum Aufbau dieses Buches	27

Teil I

Der moralische Status von Unternehmen

Kapitel 1

Verantwortung und ihre Grenzen in korporativen Umwelten	37
Verantwortung für Handlungen, Ereignisse und Konsequenzen	45
Bedingungen für Verantwortungsfähigkeit	56
Verantwortungslücken in Unternehmen	70

Kapitel 2

Unternehmen als moralische Akteure	90
Bedingungen von Personalität	98
Unternehmen, Tiere und Personen	107
Unternehmen als moralische Akteure ohne Personalität ..	119

Kapitel 3

Korporative Akteure und ihre Agenten	133
Theorien kollektiver Intentionen und korporative Akteure	140
Pläne von Unternehmen und Intentionen individueller Mitarbeiter	153
Korporative Akteure, ihre Agenten und moralisches Handeln	164

Teil II

Zur praktischen Verantwortung von Unternehmen

Kapitel 4	
Menschenwürde, moralische Ansprüche und die Verantwortung von Unternehmen	181
Menschenwürde, Menschenrechte und moralische Ansprüche	188
Moralische Pflichten und das Netz der Verantwortung ...	199
Verantwortung von Unternehmen, Rechtfertigungen und Entschuldigungen	212
Kapitel 5	
Massenentlassungen, Umweltschutz und Kinderarbeit	221
Soziale Teilhabe, Wohlfahrt und Entlassungen bei der Deutschen Bank	228
Umweltschutz, zukünftige Generationen und die Automobilindustrie	238
Globale Gerechtigkeit und Kinderarbeit	249
Kapitel 6	
Moralische Unternehmen auf dem globalen Markt	264
Unternehmen unter Druck	270
Unternehmen als politische Institutionen und moralbefreite Märkte	278
Unternehmen in einer kosmopolitischen Welt	296
Nachwort	
Banken als moralische Akteure und die Finanzkrise 2007 ...	311
Literatur	327