

<b>Was Fairness bedeutet</b> . . . . .	9
<b>Die Macht der Kunden</b> . . . . .	10
Wir bestimmen, wo es langgeht . . . . .	10
Unternehmen beim Wort nehmen . . . . .	12
Was Ethik leisten kann . . . . .	14
Worauf Moral beruht . . . . .	17
Wie sich Moral begründen lässt . . . . .	20
Werte, Verantwortung und Nachhaltigkeit . . . . .	23
Wie vertragen sich Moral und Markt? . . . . .	27
Ethik und Globalisierung . . . . .	30
Gibt es Alternativen? . . . . .	32
<b>Der Blick in die Unternehmen</b> . . . . .	35
Wie weit reicht die Verantwortung? . . . . .	35
Was sind die größten Probleme in der Praxis? . . . . .	39
Wie lässt sich Ethik im Unternehmen verankern? . . . . .	42
Ethik und Geschäftsmodelle . . . . .	45
<b>Das Konzept der ethischen Profile</b> . . . . .	46
Die Auswahl der Unternehmen in diesem Buch . . . . .	46
Wo finde ich Informationen? . . . . .	47
Die Daten . . . . .	49
Die Ratings . . . . .	50
Die eigene Bewertung . . . . .	54

<b>50 ethische Profile</b> . . . . .	57
Adidas . . . . .	58
Aldi . . . . .	62
Allianz . . . . .	66
Amazon . . . . .	70
Apple . . . . .	74
Bayer . . . . .	78
Beiersdorf . . . . .	82
BMW . . . . .	86
C&A . . . . .	90
Coca-Cola . . . . .	94
Daimler . . . . .	98
Danone . . . . .	102
Deutsche Bank . . . . .	106
Deutsche Telekom . . . . .	110
dm . . . . .	114
Facebook . . . . .	118
Google . . . . .	122
Henkel . . . . .	126
Hennes & Mauritz . . . . .	130
Hipp . . . . .	134
Ikea . . . . .	138
Inditex . . . . .	142
Lego . . . . .	146
Levi Strauss . . . . .	150
Lidl . . . . .	154
L'Oréal . . . . .	158
Lufthansa . . . . .	162
LVMH . . . . .	166
McDonald's . . . . .	170

<b>Microsoft</b>	174
<b>Miele</b>	178
<b>Nestlé</b>	182
<b>Nike</b>	186
<b>Nintendo</b>	190
<b>Nokia</b>	194
<b>Novartis</b>	198
<b>Otto</b>	202
<b>Philip Morris International</b>	206
<b>Procter &amp; Gamble</b>	210
<b>Richemont</b>	214
<b>Samsung Electronics</b>	218
<b>Siemens</b>	222
<b>Starbucks</b>	226
<b>Swatch</b>	230
<b>Toyota</b>	234
<b>TUI</b>	238
<b>UBS</b>	242
<b>Unilever</b>	246
<b>Vodafone</b>	250
<b>Volkswagen</b>	254
<b>Index</b>	259