

Inhaltsverzeichnis

1	Übersicht	1
2	Verständnis von Ethos, Moral, Ethik	3
2.1	Worum es geht: Vom moralisch Guten.....	3
2.2	Ethos als Teil von Moral und Sitte.....	4
2.3	Moral.....	5
2.4	Ethik.....	6
2.5	Werte und Normen.....	8
2.5.1	Werte.....	8
2.5.2	Moralische Werte und Normen.....	10
3	Unternehmensberatung: Ein amorphes Gebilde	15
3.1	Worum es geht.....	15
3.2	Beitrag der so genannten Beratungsforschung.....	16
3.2.1	Begriffliche Abgrenzung.....	17
3.2.2	Unternehmensberatung als people-business.....	18
3.2.3	Zum relativen Beratungserfolg.....	19
3.3	Ordnung nach Dimensionen.....	22
3.3.1	Institutionale Dimension mit vergessenen KMU als Adressaten.....	23
	Beratungsträger.....	23
	Beratungsadressat.....	24
3.3.2	Funktionale Dimension.....	26
3.3.3	Dimension Beratungsobjekt.....	30
3.3.4	Dimension Organisation.....	32
	Entscheidungen der Unternehmensführung und Beratungsstrategie.....	32
	Beratungs- und Projektorganisation.....	34
3.3.5	Dimension Beratungssystem.....	36
	Rollenspezifisches Berater-Kunden-Verhältnis.....	37
	Doppelte Systemperspektive.....	39
3.3.6	Dienstleistungsdimension.....	43
3.3.7	Dimension Beratungsprozess als Projekt.....	46
	Projekt und Projektmanagement.....	46
	Phasenablauf in Organisationsarbeit und Projektmanagement.....	51
	Kommunikation und Informationsaustausch im Team.....	53

3.3.8	Instrumentell- methodische Dimension	57
	Zur Methodik	57
	Beispielhafte Einzelmethoden	58
3.4	Ressource Beraterwissen: Vermittlung zwischen Theorie und Praxis	60
4	Wirtschaft und Unternehmensberatung: Rationalität ohne Moral?	65
4.1	Worum es geht	65
4.2	Moral in der Wirtschaft	65
4.2.1	Zur Wirtschaftskriminalität	66
4.2.2	Aktuelle Wertvorstellungen	68
4.3	Moral in der Unternehmensberatung	70
4.3.1	Fehlendes Berufsrecht und brüchiger Berufsregelungsrahmen	71
4.3.2	Prinzipielle moralische Anfälligkeit	77
4.3.3	Moralische Risiken in Beratungsprojekten	79
	Übergreifende/begleitende professionell-moralische Risiken	80
	Moralische Risiken in der Beratungsprojektvorphase	81
	Professionell-moralische Risiken in der Projektstartphase	83
	Professionell-moralische Risiken in der Zielvereinbarungsphase	84
	Professionell-moralische Risiken in der Realisierungsplanungsphase	84
	Professionell-moralische Risiken in der Phase der Realisierung und Steuerung	85
	Professionell-moralische Risiken in der Abschlussphase	86
4.3.4	Professionalisierungersatz: Umsatzorientierte Studien zum Unternehmensberatungsmarkt?	86
	Kontext	86
	Marktanalysen und Marktstudien	87
	Ausgewählte Ergebnisse zur Anbieterstruktur	89
	Marktpräsenz und Kundenzufriedenheit	95
	Defizitäre Nachfrage nach Beratungsleistungen in KMU	98
	Resümee: Wandel zum Besseren?	101
4.4	Defizite praktischen Ethikmanagements	103
4.4.1	Corporate Governance als Rahmen	104
4.4.2	Internes Ethikmanagement und externe Ordnungsversuche	106
	Internes Compliance vor Integrity	106
4.4.3	Überbetrieblicher Rahmen	113
4.4.4	Corporate Social Responsibility: Nonplusultra-Ethik?	116
4.5	Die Mär vom rationalen wirtschaftlichen Handeln	122
5	Allgemeine Ethik und Unternehmensethik	127
5.1	Worum es geht	127
5.1.1	Verortung in der Aufklärung	127
5.1.2	Metaethik, deskriptive und normative Ethik	131
5.1.3	Materiale und formale Verfahrenweisen ethischer Reflexion	132
5.1.4	Aufgliederung der normativen Ethiken	134

	Teleologische Ansätze	135
	Deontologische Ansätze.....	135
5.2	Merkmale allgemeiner Ethikansätze	136
5.3	Von Einzel-Moralen zur Ethik des sozialen Ganzen.....	137
5.4	Unternehmensethik	141
5.4.1	Der Homo oeconomicus als anthropologische Konstante.....	141
5.4.2	Die Unternehmung.....	144
	Merkmale	145
5.4.3	Das Recht.....	148
	Die Unternehmensverfassung und die Institution Recht	148
	Wirtschafts- und Unternehmensrecht.....	152
	Privat- und öffentliches Recht.....	157
5.4.4	Ausgewählte Ansätze der Unternehmensethik.....	161
5.4.5	Individual-, Institutionen-, Sozial- und Öffentlichkeitsethik als Problem.....	164
5.4.6	Einige Konsequenzen für Unternehmensberatung	165
5.5	Ethische Kritik aus sozio-kultureller Sicht	167
5.5.1	Kulturethische Voraussetzungen.....	168
5.5.2	Dominanz der Welt 1	172
5.5.3	Außerökonomische Ethik als konkrete Utopie.....	173
5.5.4	Kulturelles Potential von Reziprozitätsbeziehungen.....	175
6	Professionell-ethische Regelungen für den Consulting-Beruf	179
6.1	Worum es geht	179
6.2	Berufsnormen zur professionell-ethischen Steuerung und Unternehmensethik....	180
6.2.1	Unternehmensethik und Berufsethik.....	180
6.2.2	Berufsrechtliche und berufsethische Normen	182
6.2.3	Berufsethische Basisnormen	185
	Glaubwürdigkeit	185
	Vertrauenswürdigkeit.....	186
	Zuverlässigkeit.....	186
	Verantwortung	186
	Berufswürdigkeit.....	187
	Integrität.....	188
	Objektivität	189
6.3	Effizienz und Effektivität: Beratungsqualität als Professionalisierungsfaktor.....	189
6.3.1	Beratungsqualität und Effizienz.....	190
	Verständnis von Effizienz.....	190
	Input: Kostenkalkulation und Honorierung	192
	Nutzen als Output: Beratungsqualität	197
6.3.2	Beratungsqualität und Effektivität	203
	Verständnis von Effektivität	203
	Vergessene Qualitätsdimension:	
	Verdiente Reputation aus Geschäftsbeziehungen	203

	Erfolg in Beratungsprojekten.....	209
6.4	Berater als Rollenträger	212
6.4.1	Rollen in der Unternehmensberatung	212
	Basisrollen als Ergebnis der Sozialisation	213
	Beraterhandeln in Berufsrollen.....	219
	Rollenhandeln in Beratungsprojekten und moralische Konflikte	225
6.4.2	Schlüsseltugenden und Kompetenzen des Beraters	233
	Zur Einordnung: Charakter und Persönlichkeit	233
	Handlungskompetenzen für Beratungsprojekte	237
	Die Zivilcourage eines Whistleblowers als Kompetenzbeispiel	241
7	Professionell-ethische Umsetzungsmaßnahmen	247
7.1	Worum es geht.....	247
7.2	Unternehmenskultur und Leitbildprozess	249
7.2.1	Rahmenentscheidung für Lean Organization.....	249
7.3	Unternehmenskultur: Vom Ist zum Soll	250
7.3.1	Definitionsversuch.....	250
7.3.2	IST-Unternehmenskultur	253
7.3.3	SOLL-Kultur	256
7.4	Leitbildprozess.....	260
7.4.1	Zur Einordnung.....	260
7.4.2	Ethische Perspektive.....	261
7.4.3	Handlungsmaximen und Grundsätze	265
7.5	Moralisches Beratungsprojektklima	268
7.5.1	Sozialer Kontext	268
7.5.2	Sozialisationskonzept moralisches Klima.....	270
7.5.3	Zentrale Dimensionen eines moralischen Klimas.....	274
	Professionell-ethisches Basiskonzept	274
	Wertebereich Leistung und Arbeit.....	275
	Macht, Interesse, Maß.....	276
	Operative Gemeinschaftlichkeit	277
7.5.4	Ausgewählte Personalmanagementmaßnahmen zur Aktivierung moralischer Wertekompetenz.....	279
	Organisatorische Sozialisation zur Eingliederung und Bindung.....	279
	Selbstkonzept: Moralischer Wertewandel über Konflikte	282
8	Resümee und Aussichten	289
	Quellen	291
	Stichwortverzeichnis	315
	Übersicht über die Inhalte des Service-Teils	319