

INHALTSVERZEICHNIS

Seite

ABBILDUNGSVERZEICHNIS	13
TABELLENVERZEICHNIS	15
1 EINFÜHRUNG	17
1.1 Die Erweiterung der Strategischen Unternehmensplanung um ethische Reflexion als Problemstellung	17
1.2 Begriffsklärungen	19
1.2.1 Ethische Reflexion.....	19
1.2.2 Strategische Unternehmensplanung.....	20
1.3 Gang der Untersuchung	23
2 EINE KONZEPTION DER STRATEGISCHEN UNTERNEHMENSPLANUNG	27
2.1 Zum Zusammenhang von Strategischer Unternehmensplanung, strategischem Planungssystem und strategischem Plan	27
2.2 Strategische Konzepte	30
2.2.1 Systematisierungsrichtungen	30
2.2.2 Systematisierungsübersicht	35
2.2.3 Formen strategischer Konzepte	36
2.2.3.1 <i>Systemisches Paradigma</i>	36
2.2.3.2 <i>Deskriptives Paradigma</i>	48
2.2.3.3 <i>Konstruktivistisches Paradigma</i>	51
2.3 Anforderungen an ein strategisches Konzept zur Erweiterung um ethische Reflexion	64
2.4 Ausgewähltes Konzept der Strategischen Unternehmensplanung	66

3	WIRTSCHAFTS- UND UNTERNEHMENSETHIK ALS AUSDRUCKSFORMEN ETHISCHER REFLEXION ÖKONOMISCHER ZUSAMMENHÄNGE.....	75
3.1	Ökonomie und Ethik	75
3.1.1	Das Verhältnis von Ökonomie und Ethik bei den Klassikern.....	75
3.1.2	Das Verhältnis von Ökonomie und Ethik bei den Neoklassikern.....	78
3.1.3	Das Verhältnis von Ökonomie und Ethik bei den modernen Ökonomen.....	81
3.2	Wirtschaftsethik als Ausgangspunkt unternehmensethischer Überlegungen.....	83
3.3	Zur Möglichkeit einer Unternehmensethik in der Marktwirtschaft.....	86
3.3.1	Die Voraussetzung unternehmerischer Handlungsfreiräume	86
3.3.2	Die realen Handlungsfreiräume von Unternehmen unter marktwirtschaftlichen Bedingungen	88
3.4	Zur Notwendigkeit einer Unternehmensethik in der Marktwirtschaft.....	91
3.4.1	Die Berücksichtigung ethischer Normen als systematische Aufgabe der Rahmenordnung.....	91
3.4.2	Die inhärenten Defizite der Rahmenordnung als Ausgangspunkt der Aufgaben einer Unternehmensethik	94
3.5	Die Aufgaben der Unternehmensethik	97
3.5.1	Die Ergänzungsfunktion.....	97
3.5.2	Die Ersatzfunktion.....	98
3.5.3	Die Verbesserungsfunktion.....	99
3.5.4	Die Entdeckungsfunktion.....	100
3.6	Konsequenzen aus der eigenständigen Rolle der Unternehmensethik ..	101
4	STRATEGISCHE IMPLIKATIONEN ALTERNIERENDER ANSÄTZE DER UNTERNEHMENSETHIK	103
4.1	Die amerikanische Business Ethics-Bewegung.....	103
4.1.1	Ausgangspunkt: Die sozio-kulturellen und philosophischen Grundlagen der Business Ethics-Bewegung	103
4.1.2	Hauptströmungen der Business Ethics-Bewegung	106
4.1.3	Strategische Implikationen.....	116

4.2	Unternehmensethik als Ausgleich der defizitären Rahmenordnung	121
4.2.1	Ausgangspunkt: Ökonomische Theorie der Moral.....	121
4.2.2	Verwirklichung moralischer Normen durch unternehmerisches Handeln in der Marktwirtschaft	123
4.2.3	Strategische Implikationen.....	126
4.3	Unternehmensethik als situatives Korrektiv	128
4.3.1	Ausgangspunkt: Republikanische Ethik	128
4.3.2	Situative Beschränkung des Gewinnprinzips in Konfliktsituationen..	132
4.3.3	Strategische Implikationen.....	135
4.4	Der dialogische Ansatz der Unternehmensethik	138
4.4.1	Ausgangspunkt: Die Erweiterung der ökonomischen Rationalität im Unternehmen als Konsequenz des diskursethischen Programms.....	138
4.4.2	Drei Rationalisierungsebenen und die regulative Leitidee des unternehmenspolitischen Dialogs	147
4.4.3	Strategische Implikationen.....	150
4.5	Die Eignung der alternierenden unternehmensethischen Ansätze zur Erweiterung der Strategischen Unternehmensplanung	155
5	STRATEGISCHE UNTERNEHMENSPLANUNG ALS GEEIGNETER ORT ETHISCHER REFLEXION	163
5.1	Der informationsverarbeitende Prozeßcharakter von Strategischer Unternehmensplanung und ethischer Reflexion als Ausgangspunkt	163
5.2	Der Anwendungsbezug ethischer Reflexion	165
5.2.1	Die Bedeutung der Ethik als praktische Philosophie.....	165
5.2.2	Voraussetzungen ethischer Reflexion.....	166
5.2.3	Konkretisierungsstufen ethischer Reflexion.....	168
5.2.3.1	<i>Normative Ebene</i>	168
5.2.3.2	<i>Entscheidungs- und Handlungsebene</i>	170
5.2.4	Normenhinterfragung und Zukunftsorientierung ethischer Reflexion.....	170

5.3	Konzeptionelle Zusammenhänge zwischen Strategischer Unternehmensplanung und ethischer Reflexion	171
5.3.1	Formale Zusammenhänge	171
5.3.1.1	<i>Zusammenhang der konzeptionellen Rahmenbedingungen</i>	171
5.3.1.2	<i>Systematisch-methodische Gemeinsamkeiten</i>	173
5.3.2	Funktionale Zusammenhänge.....	174
5.3.2.1	<i>Integrationscharakter von Strategischer Unternehmensplanung und ethischer Reflexion</i>	174
5.3.2.2	<i>Sicherheitsfunktion von Strategischer Unternehmensplanung und ethischer Reflexion</i>	176
5.3.3	Inhaltliche Zusammenhänge.....	178
5.3.3.1	<i>Bedingungen für ethisch reflektierte Absichten</i>	178
5.3.3.2	<i>Bezugspunkte zwischen ethischer Reflexion und strategischer Analyse</i>	180
5.3.3.3	<i>Der Stellenwert der Ethik bei der Strategiebestimmung</i>	182
5.3.3.4	<i>Strategieimplementierung und ethische Reflexion</i>	184
5.3.3.5	<i>Die Bedeutung der ethischen Reflexion im Rahmen der strategischen Kontrolle</i>	185
5.4	Ethische Reflexion als komplementärer Prozeß zur Strategischen Unternehmensplanung	187
5.5	Die Interdependenz von ethischer Reflexion und Strategischer Unternehmensplanung	189
5.5.1	Durchdringung ethischer Positionen durch die Strategische Unternehmensplanung	189
5.5.2	Öffnung und Schließung strategischer Perspektiven durch ethische Reflexion.....	191
5.5.3	Konsequenzen einer ethisch-strategischen Dilemmasituation	192
6	MÖGLICHKEITEN DER IMPLEMENTIERUNG ETHISCHER REFLEXION IN DIE STRATEGISCHE UNTERNEHMENSPLANUNG	195
6.1	Schaffung der organisatorischen Voraussetzungen durch kulturbewußtes Management	195
6.2	Schaffung der personellen Voraussetzungen	204

6.3	Möglichkeiten der Implementierung ethischer Reflexion in einzelne Bereiche der Strategischen Unternehmensplanung	210
6.3.1	Ethische Orientierung unternehmerischer Absichten.....	210
6.3.2	Unternehmens- und Umfeldanalyse aus ethischer Perspektive	214
6.3.3	Formulierung konsensfähiger Strategien.....	222
6.3.4	Entwicklung konsensfähiger Maßnahmen und Ziele.....	226
6.3.5	Die Doppelrolle der strategischen Kontrolle	228
7	SCHLUBBETRACHTUNG: DIE NOTWENDIGKEIT UND MÖGLICHKEIT EINER UM ETHISCHE REFLEXION ERWEITERTEN STRATEGISCHEN UNTERNEHMENSPLANUNG	231
	LITERATURVERZEICHNIS	233

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

	<i>Seite</i>
Abbildung 1-1: Gliederung der Ethik.....	20
Abbildung 1-2: Gang der Untersuchung	26
Abbildung 2-1: Der Zusammenhang von Strategischer Unternehmensplanung, strategischem Planungssystem und strategischen Plänen	27
Abbildung 2-2: Klassisch-konstruktivistischer Planungsablauf	31
Abbildung 2-3: Ausgewählte strategische Konzepte	36
Abbildung 2-4: Die geplante Evolution	37
Abbildung 2-5: Modell einer Gesamtarchitektur von Managementsystemen	39
Abbildung 2-6: Die Unternehmung als lebensfähiges System	41
Abbildung 2-7: Die Problemlösungsschritte der Methodik des vernetzten Denkens	45
Abbildung 2-8: Strategiemuster nach MINTZBERG	48
Abbildung 2-9: Das formale Verfahren der Unternehmensstrategieplanung bei HAX/ MAJLUF	57
Abbildung 2-10: HINTERHUBERS Gesamtkonzeption der Strategischen Unternehmensführung	59
Abbildung 2-11: Die Triebkräfte des Branchenwettbewerbs nach PORTER.....	61
Abbildung 2-12: Das Grundmodell der Strategischen Unternehmensplanung	66
Abbildung 2-13: Klassifizierung von Umweltbedingungen.....	67
Abbildung 2-14: Strategische Analyse der Unternehmenssituation.....	68
Abbildung 2-15: Der Zusammenhang von Absichten und Zielen.....	69
Abbildung 2-16: Zielvorstellung eines um ethische Reflexion erweiterten Grundmodells der Strategischen Unternehmensplanung nach KREIKEBAUM	74
Abbildung 3-1: Die Zwei-Weltenkonzeption von Wirtschaftstheorie und Wirtschaftsethik	80
Abbildung 4-1: Philosophischer Hintergrund der Business Ethics-Bewegung	106
Abbildung 4-2: Der triadische Ansatz zur Entwicklung einer Verfahrensethik	109
Abbildung 4-3: GOODPASTERS Konzept der Business Ethics	110
Abbildung 4-4: VELASQUEZ' Konzept der Business Ethics	112
Abbildung 4-5: EPSTEINS Konzept des Corporate Social Policy Process.....	116
Abbildung 4-6: Das Unternehmen und seine Anspruchsgruppen.....	118
Abbildung 4-7: Das URJC-Ablaufdiagramm zur Entwicklung ethischer Entscheidungen.....	119

Abbildung 4-8: HOMANNS zweistufige Konzeption der Wirtschafts- und Unternehmensethik	124
Abbildung 4-9: Das Vier-Quadranten-Schema nach HOMANN	127
Abbildung 4-10: Der Prozeß der praktischen Normenbegründung nach STEINMANN	131
Abbildung 4-11: STEINMANNS Konzept der republikanischen Handlungsorientierung des Unternehmens.....	133
Abbildung 4-12: Die Rolle der Ethik-Kommission nach STEINMANN	137
Abbildung 4-13: Der prozedurale Charakter der Diskursethik.....	139
Abbildung 4-14: Die 'Verortung' unternehmerischen Handelns bei ULRICH.....	147
Abbildung 4-15: Konsequenzen der systematisch defizitären Rahmenordnung für HOMANNS Konzeption der Wirtschafts- und Unternehmensethik....	158
Abbildung 5-1: Prozeßphasen ethischer Reflexion.....	171
Abbildung 5-2: Cross-Impact-Matrix	182
Abbildung 5-3: Komplementarität von ethischer Reflexion und Strategischer Unternehmensplanung	188
Abbildung 5-4: Die Ableitung und Einbettung der ökonomischen in die gesamtgesellschaftliche Rationalität.....	189
Abbildung 6-1: Gestaltung und Ergebnisse des internen Strukturwandels	203
Abbildung 6-2: Mögliche Phasen und Zielsetzungen eines Schulungsprozesses.....	207
Abbildung 6-3: Der Zusammenhang von Persönlichkeitsfaktoren und Gemeinschaftszielen	209
Abbildung 6-4: Ablaufdiagramm des Normenfindungsprozesses zur Festlegung von Absichten.....	213
Abbildung 6-5: Bedeutungskriterien von Interessengruppen	216
Abbildung 6-6: Strategieimplementierung unter Einbezug der Interessengruppen	227
Abbildung 6-7: Die Doppelrolle der strategischen Kontrolle.....	229

TABELLENVERZEICHNIS

	<i>Seite</i>
Tabelle 2-1: ANSOFFS Entwicklungsstufen der Managementsysteme	51
Tabelle 2-2: Produkt-Markt-Matrix nach ANSOFF	52
Tabelle 2-3: Relevante Bereiche des Strategie-Konzepts nach DRUCKER	52
Tabelle 2-4: Überblick über mögliche Arten von Strategien	70
Tabelle 4-1: Diskursregeln nach HABERMAS	141
Tabelle 4-2: Sozialökonomische Konzeption betriebswirtschaftlicher Rationalisierungsebenen	148
Tabelle 4-3: Konzeption einer offenen Unternehmensverfassung	152
Tabelle 4-4: Zusammenhang von Strategischer Planung und konsensorientiertem Management	154
Tabelle 5-1: KOHLBERGS Stufen der Moralentwicklung	167
Tabelle 5-2: Gemeinsamkeiten von Strategischer Unternehmensplanung und ethischer Reflexion	178
Tabelle 6-1: Verbindungslinien zwischen strategischer Systemsteuerung, Kulturentwicklung und dialogischer Unternehmensethik	200
Tabelle 6-2: Mögliche Schulungsinhalte im Rahmen des kulturellen Mitarbeitertrainings	206
Tabelle 6-3: Anforderungen an Organisationsstruktur, Unternehmenskultur und Persönlichkeitsstruktur	209
Tabelle 6-4: Aspekte der Interessengruppen	217
Tabelle 6-5: Erfassungsbformblatt 'Anliegen - Interessengruppen'	219
Tabelle 6-6: Erfassungsbformblatt 'Importance-Index'	220
Tabelle 6-7: Erfassungsbformblatt 'Chancen-Bedrohungs-Matrix'	221
Tabelle 6-8: Strategiebewertungsformblatt	224
Tabelle 6-9: Feststellung der aktuellen Diskurssituation	230