

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Geleitwort | V |
| Vorwort | VII |
| Tabellenverzeichnis | XVII |
| Abbildungsverzeichnis | XIX |
| | |
| 1. Ein neues Zeitalter des Bank- und Finanzwesens | 1 |
| 1.1 Gewinn und Moral | 3 |
| 1.2 Neuerungen als Bedrohung | 6 |
| 1.2.1 Neue Gesetze | 6 |
| 1.2.2 Neue Wertvorstellungen | 7 |
| 1.2.3 Die neue Konkurrenz | 9 |
| 1.2.4 Die neue Technologie | 10 |
| 1.2.5 Die neue Weltordnung | 10 |
| 1.2.6 Neue Bedürfnisse und Erwartungen | 11 |
| 1.2.7 Die Rolle der Banken im Wandel | 11 |
| 1.3 Die Bank von morgen | 14 |
| 1.3.1 Die Überwindung von Schwächen | 15 |
| 1.3.2 Geschäftschancen erkennen und ergreifen | 17 |
| 1.3.3 Die Bewältigung drohender Risiken | 19 |
| 1.4 Die Kunden von morgen | 20 |
| 1.5 Auslöser eines neuen moralischen Verhaltens | 21 |
| <i>Schlußfolgerung</i> | <i>24</i> |
| | |
| 2. Die moralische Dimension des persönlichen Verhaltens im Bankwesen | 37 |
| 2.1 Die Wiederentdeckung moralischer Werte | 38 |
| 2.2 Humanistische Verhaltenstheorien | 40 |
| 2.3 Behaviouristische Verhaltenstheorien | 47 |
| 2.4 Moralische Entscheidungen | 51 |
| | XI |

| | |
|---|------------|
| 2.4.1 Die moralische Dimension des individuellen Verhaltens . . . | 57 |
| <i>Schlußfolgerung</i> | 61 |
| 3. Die moralische Dimension der Organisation des Bankwesens | 63 |
| 3.1 Ressourcen | 64 |
| 3.2 Märkte | 65 |
| 3.3 Wertesysteme | 71 |
| 3.4 Das Konzept des Wünschenswerten | 73 |
| 3.5 Der ethische Kodex | 73 |
| 3.6 Zwänge | 74 |
| 3.7 Die „Leiter des moralischen Ansehens“ | 79 |
| 3.8 Das „Pendel der moralischen Empfindung“ | 85 |
| <i>Schlußfolgerung</i> | 88 |
| 4. Die moralischen Wurzeln des Bank- und Finanzdienstleistungswesens | 89 |
| 4.1 Wesentliche Charakteristika von Banken | 89 |
| 4.2 Die Geschichte der Moral im Bankwesen | 90 |
| 4.2.1 Der Einfluß der Religion | 93 |
| 4.2.2 Die Postindustrielle Revolution | 94 |
| 4.3 Der Moralische Imperativ im Bankwesen | 98 |
| 4.4 Verantwortung und Verpflichtungen | 99 |
| 4.4.1 Die Verpflichtung zur Erziehung | 104 |
| 4.4.2 Die Verpflichtung zur Vorwarnung | 106 |
| 4.4.3 Die Verpflichtung zur Vorbeugung | 106 |
| 4.5 Die Definition moralischer Zwecke | 107 |
| <i>Schlußfolgerung</i> | 113 |
| 5. Die Wahrnehmung der moralischen Dimension des Bankwesens durch den Kunden | 119 |
| 5.1 Qualität von Produkten und Dienstleistungen | 119 |
| 5.2 Die Elastizität ethischen Verhaltens | 120 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 5.3 | Die „Landkarte der Moral“ | 122 |
| 5.4 | Die drei wesentlichen Aspekte der Kundenbedürfnisse | 126 |
| 5.5 | Rollen | 133 |
| 5.6 | Werte | 133 |
| 5.7 | Das „moralische Konto“ | 141 |
| | <i>Schlußfolgerung</i> | 142 |
| | | |
| 6. | Bedrohungen der moralischen Dimension im Bankwesen | 145 |
| 6.1 | Pseudo-Fürsorglichkeit | 145 |
| 6.2 | Die negative Seite des Bankwesens | 147 |
| 6.3 | Bedrohungen aus dem Betriebsinneren | 160 |
| 6.4 | Kompetenz und Moral | 163 |
| | <i>Schlußfolgerung</i> | 165 |
| | | |
| 7. | Die Prüfsteine ethischen Verhaltens im Bankwesen | 167 |
| 7.1 | Die Elastizität individuellen Verhaltens | 168 |
| 7.2 | Der Prüfstein zur Messung der Legitimität | 170 |
| 7.3 | Woran läßt sich Fairneß festmachen? | 173 |
| 7.4 | Gesellschaftliche Akzeptanz als Maßstab für Integrität | 176 |
| 7.5 | Der Prüfstein der Vertretbarkeit | 179 |
| 7.6 | Die Verpflichtung zur Verschwiegenheit | 182 |
| 7.7 | Der Prüfstein der Aufrichtigkeit | 185 |
| 7.8 | Moralische Gefahrenzonen | 187 |
| | <i>Schlußfolgerung</i> | 189 |
| | | |
| 8. | Die Ethik der Treugeberfürsorge im Bankwesen | 191 |
| 8.1 | Die Bedeutung von Fürsorge | 192 |
| 8.1.1 | Kundenfürsorge | 193 |
| 8.1.2 | Angestelltenfürsorge | 198 |
| 8.1.3 | Fürsorge um Aktionäre | 201 |
| 8.1.4 | Fürsorge für die örtliche Gemeinde | 205 |

| | |
|---|-----|
| 8.1.5 Fürsorge für die Umwelt | 208 |
| 8.2 Die Regeln ethnischer Fürsorge | 209 |
| <i>Schlußfolgerung</i> | 211 |
| | |
| 9. Die ethische Seite menschlicher Beziehungen im Bankwesen | 213 |
| 9.1 Neue Ziele im Bankwesen | 214 |
| 9.1.1 Geteilte Fürsorge | 215 |
| 9.1.2 Aufbau eines Beziehungsgeflechtes | 218 |
| 9.1.3 Preisgestaltung durch den Kunden/Vereinbarung von Beziehungen | 219 |
| 9.1.4 Management der Begegnungen | 224 |
| 9.1.5 Outsourcing | 227 |
| <i>Schlußfolgerung</i> | 230 |
| | |
| 10. Auf dem Weg zu einer globalen moralischen Dimension im Bankwesen | 233 |
| 10.1 Kulturelle Vielfalt | 233 |
| 10.2 Fehlverhalten | 234 |
| 10.3 Staatsangehörigkeit und Berufsethos | 235 |
| 10.4 Annehmbare Geschäftspraktiken | 237 |
| 10.5 Vertragliche Verpflichtungen | 238 |
| 10.6 Auf dem Weg zu einer globalen moralischen Dimension | 239 |
| 10.7 Die sozio-ökonomische Rolle der Finanzdienstleistungen | 243 |
| <i>Schlußfolgerung</i> | 254 |
| | |
| 11. Die Zukunft der moralischen Dimension im Bankwesen | 255 |
| 11.1 Perspektive | 256 |
| 11.2 Zielvorstellung | 262 |
| 11.3 Gewinn | 263 |
| 11.4 Wegbereitung | 265 |

| | |
|-----------------------------------|-----|
| 11.5 Klugheit | 265 |
| 11.6 Durchhaltevermögen | 267 |
| 11.7 Stolz | 268 |
| 11.8 Macht | 269 |
| 11.9 Professionalität | 271 |
| 11.10 Partnerschaft | 273 |
| <i>Schlußfolgerung</i> | 279 |