

Inhalt

Danksagung	11
Einführung	13
1. Teil: ZUM VERHÄLTNIS VON ETHIK UND ÖKONOMIE — DER BEGRIFF DER UNTERNEHMENSKULTUR IN DER ÖFFENTLICHEN MEINUNG	
1. Der Kulturbegriff	17
1.1. Zur geschichtlichen Entwicklung	17
1.2. Zur inhaltlichen Entfaltung	20
2. Der Begriff der Unternehmenskultur	23
2.1. Zum Verständnis des Begriffs	23
2.2. Zur Geschichte des Begriffs	24
2.3. Zur Bestimmung des Begriffs	25
2.4. Die Bedeutung der Tradition	27
2.5. Die Unternehmenskultur als Erfolgsfaktor	28
2.6. Die Funktionen der Unternehmenskultur	30
2.7. Die Stellung des Menschen in der Unternehmenskultur	31
Zusammenfassung	37
Exkurs: Zum Verhältnis von Unternehmenskultur und Unternehmensidentität	38
2. Teil: GRUNDLAGEN DER KATHOLISCHEN SOZIALLEHRE UND DER WIRTSCHAFTSETHIK	
1. Kapitel: Der theoretische Ort der katholischen Soziallehre	41
1. Der Mensch	41
1.1. Das individualistische Menschenbild	41
1.2. Das kollektivistische Menschenbild	43
1.3. Das personalistische Menschenbild	45

1.3.1.	Die philosophische Legitimation des personalistischen Menschenbildes	45
1.3.2.	Das personalistische Menschenbild im Verständnis der katholischen Soziallehre	48
2.	Das Solidaritätsprinzip	50
2.1.	Das Solidaritätsprinzip als Strukturprinzip	50
2.2.	Das Solidaritätsprinzip als Seinsprinzip	52
2.3.	Das Solidaritätsprinzip als Sollensprinzip	53
2.4.	Das Solidaritätsprinzip als ethisches Prinzip	53
2.5.	Das Solidaritätsprinzip als Rechtsprinzip	54
2.6.	Der Begriff der Solidarität in der katholischen Soziallehre	55
2.6.1.	Konsequenzen aus dem Solidaritätsprinzip	58
2.6.2.	Forderungen des Solidaritätsprinzips an die Wirtschaft	59
3.	Das Subsidiaritätsprinzip	60
3.1.	Begriff und Begründung	60
3.2.	Zur geschichtlichen Entwicklung des Subsidiaritätsprinzips	62
3.3.	Das Subsidiaritätsprinzip in der katholischen Soziallehre	64
3.4.	Die zwei Seiten des Subsidiaritätsprinzips	66
3.4.1.	Die positive Seite	66
3.4.2.	Die negative Seite	67
3.5.	Zum Verhältnis von Solidaritätsprinzip und Subsidiaritätsprinzip	68
4.	Das Gemeinwohlprinzip	69
4.1.	Zum Begriff „Gemeinwohl“	69
4.2.	Zur Abgrenzung von Gemeinwohl und Gemeingut	71
4.3.	Zum Verhältnis von Gemeinwohl und Einzelwohl	71
4.3.1.	Die Betonung der Priorität des Gemeinwohls	71
4.3.2.	Die Bedeutung des Einzelwohles: Die Wahrung der Würde der Person	73
2. Kapitel: Der theoretische Ort der Wirtschaftsethik		75
1.	Zur Bestimmung sittlicher Rationalität	75
2.	Zur Bestimmung ökonomischer Rationalität	76

3.	Zum Verhältnis von sittlicher und ökonomischer Rationalität	76
4.	Zur Kompetenz der Kirche in Wirtschaftsfragen	79
4.1.	Zur Legitimation kirchlicher Stellungnahmen	79
4.1.1.	Das schöpfungstheologische Motiv	79
4.1.2.	Das heilsgeschichtliche Motiv	80
4.2.	Art und Weise der Stellungnahmen zu wirtschaftlichen Fragen seitens der Kirche	80
4.2.1.	Die sozialtheologische Kritik an bestehenden Mentalitäten und Strukturen	81
4.2.2.	Grundsätzliche und allgemeingültige Werturteile	82
4.2.3.	Tagesbezogene, konkrete Ordnungshilfen	83
4.3.	Zur unterschiedlichen Verbindlichkeit kirchlicher Stellungnahmen	84

Exkurs:	Der Begriff des Gewissens	85
---------	---------------------------	----

3. Kapitel: Der praktische Ort der katholischen Soziallehre 89

Wirtschaftsgestaltende Elemente der katholischen Soziallehre 89

○	Die Stellung der Person im Wirtschaftsprozeß	89
○	Der Kulturauftrag des Menschen	91
○	Das Verständnis vom Fortschritt	92
○	Sachzweck der Wirtschaft	93
○	Zweckbestimmung der Wirtschaft	94
○	Zum Verhältnis von Kapital und Arbeit	95
○	Recht auf Arbeit / Pflicht zur Arbeit	98
○	Mitbestimmung	99
○	Bedeutung der Information	101
○	Internationale Solidarität	102
○	Verhalten gegenüber Fortschritt und Technik	105
○	Wettbewerb	107
○	Investitionen	108
○	Gewinn	109
○	Lohn	112

○ Gestaltung der Arbeit	114
○ Sozialleistungen	114
○ Die Stellung der Frau im Berufsleben	116
○ Innovationen	117
○ Umwelt	118

4. Kapitel: Leitsätze einer Unternehmerethik	
– erstellt auf den Vorgaben der katholischen Soziallehre zur Gestaltung des Wirtschaftslebens	122

3. Teil: ETHIK UND ÖKONOMIE IM PRAKTISCHEN VOLLZUG

1. Kapitel: Die Unternehmenskultur in einem multinationalen Konzern: Siemens AG, Berlin und München	127
--	-----

1. Das Unternehmen	127
2. Zum Begriff der Unternehmenskultur	129
3. Die Darstellug der Kulturelemente im einzelnen	130
○ Orientierung am Kunden	130
○ Orientierung am Wettbewerb	132
○ Verhalten gegenüber Mitarbeitern	134
○ Verhalten gegenüber Gesellschaft und Umwelt	142
○ Pflege der Information und Kommunikation	147
○ Bereitschaft und Fähigkeit zur Kooperation	149
○ Bedeutung der Technik	153
○ Bereitschaft zur Innovation	155
○ Ertrags- und kostenbewußtes Handeln	157
○ Entwicklung der Internationalität	160

2. Kapitel: Die Unternehmenskultur der Siemens AG – die Leitsätze einer Unternehmensethik	165
--	-----

1. Gegenüberstellung	165
2. Bewertung	176

3. Kapitel: Leitlinien weiterer Industrieunternehmen	178
Einführung	178
○ Die Stellung des Menschen im Wirtschaftsprozeß	179
○ Zusammenarbeit	182
○ Mitbestimmung	185
○ Gewinn	189
○ Gesellschaft	190
○ Umwelt	192
Bewertende Zusammenfassung	198
1. Der Kulturauftrag des Menschen	198
2. Die Bedeutung des Eigennutzes	200
3. Die Wahrung der Selbstzwecklichkeit des Menschen	202
4. Zur Stellung des Menschen im Wirtschaftsprozeß gemäß den Leitlinien	203
5. Zur Einbindung des Mitarbeiters in den Wirtschaftsprozeß	203
○ Zusammenarbeit	203
○ Mitbestimmung	204
6. Die Bedeutung der Verantwortung	205
7. Die Bedeutung des Gewissens	209
Schlußbetrachtung	210
Abkürzungsverzeichnis	212
Literaturverzeichnis	213
Publikationen der Siemens AG, Berlin und München	223
Unternehmensleitlinien	224