

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Abbildungen	XIII
Verzeichnis der Abkürzungen	XIV
A. Einleitung und Problemstellung	1
B. Ansätze einer Definition des Begriffes 'Unternehmensethik' für die international tätige Unternehmung	12
I. Der Begriff 'Ethik' - Herkunft und Bedeutung	12
II. Die ethnozentrische Ethik international tätiger Unternehmungen	15
III. Ethiksysteme als Bestandteile von Kulturen	16
IV. Anforderungen an eine 'Unternehmensethik' aus der Sicht international tätiger Unternehmungen	23
1. Unterschiedliche Ansätze einer 'Unternehmensethik'	23
a. Der Ansatz von Tuleja	25
aa. Der ethische Fundamentalismus	25
bb. Der ethische Relativismus	26
cc. Der Utilitarismus	27
dd. Der kategorische Imperativ von Kant und das Konzept von Tuleja	29
b. Der Ansatz von Freeman/Gilbert	30
aa. Grundlegende Überlegungen	30
bb. Die 'Strategie der persönlichen Projekte' als Unternehmensethik	35
cc. Die Kritik am Konzept der dialogischen Unternehmensethik von Freeman/Gilbert	37
c. Der Ansatz von Donaldson	40
aa. Der Rahmen des Ansatzes	40
bb. Unternehmungen als Partner im Gesellschaftsvertrag	41
cc. Minimale und maximale Pflichten international tätiger Unternehmungen im Gesellschaftsvertrag	44
dd. Entscheidungsverhalten bei abweichenden Standards	47

ee.	Der ethische Algorithmus von Donaldson	50
aaa.	Der Aufbau des Algorithmus	50
bbb.	Probleme bei der Anwendung des ethischen Algorithmus	53
ff.	Abbruch jeglicher Geschäftsbeziehungen	54
aaa.	Das "condition-of-business"-Prinzip	54
bbb.	Probleme bei der Anwendung des "condition-of-business"-Prinzips	55
d.	Der Ansatz von Wagner	57
aa.	Grundzüge der Bedürfnisorientierung	57
bb.	Bedürfnisorientierung als unternehmensethisches Konzept	58
cc.	Die erweiterte Wirtschaftlichkeitsrechnung	61
dd.	Typische Widerstände und Schwierigkeiten	62
e.	Der Ansatz von Steinmann/Löhr	63
aa.	Grundprobleme der Unternehmensethik	63
bb.	Die Dialogethik (Diskursethik) als Unternehmensethik	64
cc.	Die Kritik an der Dialogethik	68
aaa.	Die Fragwürdigkeit der Konstruktionsvorschriften für den idealen Dialog	68
bbb.	Die Grenzen des idealen Dialogs	70
2.	Wie vertragen sich unternehmensethische Ansätze mit dem 'Postulat der Werturteilsfreiheit' im Sinne Max Webers?	73
3.	Schlußfolgerungen für eine Unternehmensethik international tätiger Unternehmungen	82
C.	Die inhaltliche Gestaltung einer Unternehmensethik für eine international und interkulturell tätige Unternehmung im Hinblick auf eine Basis-Ethik	87
I.	Eine Basis-Ethik aus Sicht der Weltreligionen	87
1.	Der Mensch im Mittelpunkt einer Basis-Ethik	88
2.	Die natürliche Umwelt im Zentrum einer Basis-Ethik	90

II. Eine Basis-Ethik aus säkularisierter Sicht	93
1. Die 'Allgemeine Erklärung der Menschenrechte'	93
2. Die Umweltethik als Ergebnis der system- theoretischen Begründung des Umweltschutzes	97
III. Der Vorschlag einer Basis-Ethik	106
D. Vereinheitlichung versus Differenzierung von Unternehmenskultur und Unternehmensethik international tätiger Unternehmungen	109
I. Ansatzpunkte für eine Unternehmenskulturbeeinflussung	109
II. Chancen und Risiken der Unternehmenskulturbeeinflussung im internationalen Kontext	112
III. Problemlösung im Bereich der internationalen Unternehmenskulturbeeinflussung	118
IV. Die Unternehmensethik im Rahmen der Unternehmenskultur einer international tätigen Unternehmung	126
1. Unternehmenskulturbedingte Barrieren	126
2. Die ethische Stärken-/Schwächen-Analyse	131
3. Organisationskulturelle Beeinflussungsziele des Managements unter Berücksichtigung der Unternehmensethik	135
E. Problembereiche der Unternehmensethik auf der Entscheidungsträger-Ebene	141
I. Entscheidungstheorie und Managerethik	141
II. Der Auslandsmanager und die Komplexität seines Aufgabenbereiches	150
III. Die Auswirkungen der Verantwortungsethik auf den Entscheidungsprozeß	155
IV. Persönlich-charakterliche Mängel von Führungskräften	160

F. Problembereiche der Unternehmensethik auf der Unternehmungs-Ebene	166
I. Die Organisationsstruktur als Barriere	166
II. Die Unternehmung als 'ethischer Akteur'	171
III. Ansätze zu einer ethischen Sensibilisierung von Organisationsstrukturen	173
IV. Unternehmensethische Praxis am Beispiel einer ökologisch orientierten Betriebswirtschaft	183
1. Die strategische Planung	183
2. Die betrieblichen Funktionen	186
a. Marketing	186
b. Umweltverträgliche Produktpolitik und Produktionsverfahren	189
c. Materialwirtschaft	190
d. Investition	190
e. Umweltrechnungslegung	191
f. Forschung und Entwicklung	192
G. Zusammenfassung und Ausblick	196
Literaturverzeichnis	201
Stichwortverzeichnis	229

Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1:	Ebenen der Kultur und ihre Beziehungen	18
Abb. 2:	Grundschemata des Systems "Industriebetrieb"	99
Abb. 3:	Empfehlung für die Unternehmenskulturbeeinflussung im Rahmen internationaler Unternehmenstätigkeit	118
Abb. 4:	Der strategische Spielraum der Unternehmenskulturbeeinflussung im Rahmen internationaler Unternehmenstätigkeit	118
Abb. 5:	Dilemma der Unternehmenskulturbeeinflussung im Rahmen internationaler Unternehmenstätigkeit	119
Abb. 6:	Das Schichtenmodell der Umweltberücksichtigung	120
Abb. 7:	Das "Filtermodell" der Umweltberücksichtigung	123
Abb. 8:	Entscheidungsprozeß in der Unternehmung unter Berücksichtigung einer Unternehmensethik	157
Abb. 9:	Auswirkungen der Forderung nach qualitativem Wachstum auf die inhaltliche Gestaltung der strategischen Planung	184
Abb. 10:	Der Zusammenhang zwischen ökologischen Einstellungen und Kaufverhalten	187
Abb. 11:	Gestaltungsprozeß ökologiegerechter Marketingkonzeptionen	188
Abb. 12:	Das Informations- und Dokumentationssystem Umwelt (UMPLIS)	194