

Vorwort	
<i>Ludger Heidbrink und Alfred Hirsch</i>	9
Einleitung – Das Verantwortungsprinzip in der Marktwirtschaft	
<i>Ludger Heidbrink</i>	11
1. Globalisierung und Lokalisierung: Voraussetzungen und Grundlagen der Verantwortung von Unternehmen	
Ordnungs-, Steuerungs- und Aufklärungsverantwortung – Konzeptionelle Überlegungen zugunsten einer semantischen Innovation	
<i>Markus Beckmann und Ingo Pies</i>	31
Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in der Marktwirtschaft	
<i>Andreas Suchanek und Nick Lin-Hi</i>	69
CSR und Globalisierung – Über die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen	
<i>Josef Wieland</i>	97
Lokale und globale Verantwortung von Unternehmen: Drei Thesen zum Verhältnis von Markt und Moral	
<i>Michael Baurmann</i>	117
Unternehmensethik und Globalisierung – Globale Regeln und private Akteure	
<i>Horst Steinmann</i>	145

Corporate Responsibility Culture: Unternehmenskultur, unternehmerische Verantwortung und regionale Einbettung <i>Ludger Heidbrink und Peter Seele</i>	175
---	-----

2. Ethische Dimensionen der Marktwirtschaft

Unternehmensverantwortung ethisch ernst genommen: The Case against the Business Case und die Idee verdienter Reputation <i>Ulrich Thielemann</i>	199
--	-----

Verbändetheik im Spannungsfeld von Individual-, Unternehmens- und Ordnungsethik <i>Bernd Noll</i>	231
---	-----

Philosophie des Konsums – Zum Verhältnis von Möglichkeitssinn und Gesinnungsmoral in der Marktwirtschaft <i>Kai-Uwe Hellmann</i>	261
--	-----

Die Verantwortung der Verbraucher in der Marktwirtschaft <i>Michael Neuner</i>	281
---	-----

Perspektiven responsiver und integraler »Ver-Antwortung« in Organisationen und der Wirtschaft <i>Wendelin Küppers</i>	307
---	-----

Gesellschaftliche Verantwortung in Unternehmen – zwischen Legitimation und Innovation <i>Wolfgang Stark</i>	339
---	-----

Unternehmensverantwortung und -engagement in der Gesellschaft – Praktische Perspektiven <i>Dieter Schöffmann</i>	351
--	-----

3. Marktwirtschaftliche Wandlungsprozesse

Vom Systemvertrauen zur Selbstverantwortung: Der Wandel kapitalistischer Gefühlskultur und seine seelischen Kosten <i>Christoph Henning</i>	373
Autonomiepostulat als Verantwortungszumutung: Jeder ein Unternehmer? <i>Walter Reese-Schäfer</i>	395
Tugend, modern <i>Birger P. Priddat</i>	419
Verantwortung für Innovationen <i>Kurt Röttgers</i>	433
Kulturelle Bildung als mögliche Herausforderung für Unternehmensstrategien <i>Reinhard Pfriem</i>	457
Das Vorsorgeprinzip als Wachstumsbremse: Über den Umgang mit der Unsicherheit unter dem Druck der Weltmarktkonkurrenz <i>Elmar Altvater</i>	479
Das Ende der sozialen Marktwirtschaft <i>Peter Koslowski</i>	497
Zur Verantwortung der sozialen Marktwirtschaft <i>Thomas Geer</i>	527
Autoren	541