

Inhalt

| | |
|---|----|
| Vorwort | 7 |
| I. Was heißt Wirtschaftsethik und was kann und soll sie leisten? | 9 |
| 1. Begriffsklärung | 9 |
| 1.1 Ethik und Moral | 9 |
| 1.2 Angewandte Ethik – Konkrete Ethik | 10 |
| 1.3 Drei Modelle: Deduktionismus, Kontextualismus, Kohärentismus | 12 |
| 1.4 Wirtschaftsethik als Angewandte Ethik: hohe Erwartungen – begrenzte Möglichkeiten | 14 |
| 2. Drei Gründe für die wachsende Bedeutung der Moral für die Wirtschaft | 15 |
| 2.1 Komplexität der Wirtschaftsprozesse und Entscheidungen | 16 |
| 2.2 Individualisierung und Zunahme der Subjektivität | 18 |
| 2.3 Gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen | 19 |
| 3. Unterschiedliche Ansätze und Stand der wirtschaftsethischen Theorien | 21 |
| 3.1 Was denken Praktiker? | 22 |
| 3.2 US-amerikanische Ansichten im Unterschied zu kontinentaleuropäischen | 25 |
| 3.3 Zwischen Moralismus und Amoralismus: wirtschaftsethische Ansätze im deutschsprachigen Raum | 30 |
| 4. Zusammenfassung, Lektürehinweise, Fragen und Übungen | 35 |
| II. Individualethik – klassische moralische Begründungen | 38 |
| 1. Handlungsfreiheit, Verantwortung, Orientierung durch Normen | 38 |
| 2. Tugendethik – Integrität und persönliche Verantwortung | 43 |
| 3. Pflichtethik – moralische Pflichten | 52 |
| 4. Zusammenfassung, Lektürehinweise, Fragen und Übungen | 64 |
| III. Individualethik – auf der Suche nach dem Standpunkt der Moral | 66 |
| 1. Konsequentialismus – der rationale Egoist, der größtmögliche Nutzen und das Gemeinwohl | 66 |
| 1.1 Rationaler Egoismus | 67 |
| 1.2 Der Utilitarismus | 68 |
| 2. Vertragstheorie – Gerechtigkeit als Fairness (John Rawls) | 72 |
| 3. Diskursethik – vom moralischen Wert eines geordneten Verfahrens | 76 |
| 4. Der Standpunkt der Moral als Basis und Verpflichtung | 79 |
| 5. Zusammenfassung, Lektürehinweise, Fragen und Übungen | 87 |

| | |
|--|-----|
| IV. Sein und Sollen – von der Einsicht zum moralischen Handeln . . . | 90 |
| 1. Deskriptive Ethik: persönliche, situative und kulturelle Einflüsse auf Handlungsentscheidungen | 90 |
| 1.1 Individuelle Faktoren – die Entwicklung des individuellen moralischen Bewusstseins | 92 |
| 1.2 Der Einfluss der Situation | 95 |
| 1.3 Der Relativismus der Kulturen | 96 |
| 2. Macht und Ohnmacht individueller Moral | 99 |
| 2.1 Grundzüge einer universalen Moral | 100 |
| 2.2 Wie wirksam kann individuelle Moral sein? | 102 |
| 2.2.1 Was sind Versprechen wert? Der Eid der Harvard- Absolventen | 103 |
| 2.2.2 Braucht die Moral Helden? – Whistleblowing | 106 |
| 2.2.3 Was kann ein Einzelner schon ausrichten? – Greenfreeze | 108 |
| 3. Moral braucht institutionelle Unterstützung: Orte der Moral | 110 |
| 3.1 Individuen als Bürger und Konsumenten | 111 |
| 3.2 Markt und Wettbewerb | 112 |
| 3.3 Unternehmen im Wettbewerb | 114 |
| 3.4 Staat und Markt | 116 |
| 3.5 Gesellschaft und Öffentlichkeit | 118 |
| 4. Zusammenfassung, Lektürehinweise, Fragen und Übungen | 119 |
| V. Wie bringt man die rationale Ökonomie wieder zur Vernunft? | 122 |
| 1. Drei Konzepte der Wirtschaftsethik | 122 |
| 1.1 Prämodernismus | 124 |
| 1.2 Ökonomismus | 126 |
| 1.3 Reflektiert-moderne Wirtschaftsethik – integrative Wirtschaftsethik | 134 |
| 1.4 Wirtschaftsethik als rationales Gewissen auf unterschiedlichen Ebenen | 136 |
| 2. Unternehmensethik | 137 |
| 2.1 Gewinn und Moral – Varianten der Unternehmensethik | 138 |
| 2.2 Die Verantwortung der Unternehmen: Interessen, Ansprüche, Rechte | 141 |
| 2.2.1 Was heißt Verantwortung? | 141 |
| 2.2.2 Shareholder und Stakeholder | 142 |
| 2.3 Wertemanagement | 143 |
| 2.3.1 Chefsache Ethik – Siemens räumt auf | 144 |
| 2.3.2 Die Implementierung von Moral im Unternehmen – Instrumente | 145 |
| 3. Zusammenfassung, Lektürehinweise, Fragen und Übungen | 147 |
| Literatur | 151 |
| Namensregister | 157 |
| Sachregister | 159 |