

Inhalt

Vorwort

7



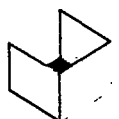
Thomas Retzmann, Tilman Grammes

Wirtschaftsethik in der ökonomischen und gesellschaftspolitischen Bildung

Die fachdidaktischen Grundlagen des ethos-Projekts

9

In dieser Einführung wird das fachdidaktische Konzept des ethos-Projekts erläutert, das in den nachfolgenden ethos-Bausteinen exemplarisch umgesetzt wurde. Lehrerinnen und Lehrer, die im Unterricht weitere, insbesondere eigene Beispiele thematisieren wollen, finden hier das theoretische Rüstzeug dafür.



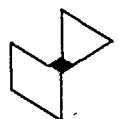
Tim Engartner

Umwelt- und Sozialsiegel: Wie informativ und glaubwürdig sind sie?

Zur Aufhebung von Informationsasymmetrien beim ethischen Konsum von Waren

21

Der ethos-Baustein nimmt seinen Ausgangspunkt beim ethischen Konsum und damit beim Individuum. Es wird untersucht, welche Orientierung Umwelt- und Sozialsiegel stiften können – und warum Konsumenten im sozial-ökologischen Schilderwald leicht die Orientierung verlieren.



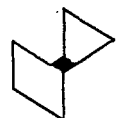
Siegfried Kaiser

Ethisches Investment – Eine Entscheidung für Rendite und Moral?!

Möglichkeiten und Grenzen des Vergleichs ethischer Investments durch den Anleger

41

Geht die Moral bei der Geldanlage zu Lasten der Rendite? Oder gibt es zum reinen Gewissen auch noch eine satte Rendite dazu? Neben dieser nutzenorientierten Sichtweise wirft dieser ethos-Baustein die wirtschaftsethisch spannende Frage auf, welche Kriterien ein ethisches Investment überhaupt erfüllen muss.



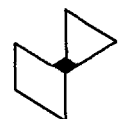
Markus Niederaastroth

Cold Calling – Belästigung durch unerwünschte Telefonwerbung

Bürgerschaftliches Engagement zur Sicherung der eigenen Freiheit

57

Dieser ethos-Baustein macht deutlich, dass Verbraucher in der Marktwirtschaft auch bei der „Kaltakquise“ weder schutz- noch wehrlos sind! Doch reicht es nicht, allein nach schärferen Gesetzen – also nach dem Staat – zu rufen. Jeder Einzelne kann und muss selbst Verantwortung übernehmen.



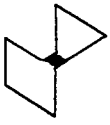
Mark Oliver Meßmer

Versicherungsbetrug – Volkssport ohne Nebenwirkungen?

Ethische Norm und wirtschaftlicher Vorteil in einer ausgewählten Dilemmasituation

75

Dieser ethos-Baustein problematisiert ein „Kavaliersdelikt“. So wird eine geringfügige Regelüberschreitung bezeichnet, die allgemein moralisch nicht beanstandet wird. Wenn allerdings die Schätzungen über die Quoten fingierter Schadensmeldungen stimmen, sind die finanziellen Folgen von Versicherungsbetrug alles andere als eine Bagatelle.



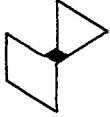
Thomas Faust

Whistleblowing – Verrat oder verantwortliches Handeln?

Chancen und Risiken der Individualethik im Beruf

95

Spätestens durch Edward Snowden ist „Whistleblowing“ nicht mehr nur Experten ein Begriff. In diesem ethos-Baustein geht es um die Aufdeckung von Missständen in Unternehmen durch einen Insider. Es wird die Frage gestellt, ob und wann es sich beim „Whistleblowing“ um Zivilcourage oder Illoyalität handelt.



Franziska Birke

CSR: Sollen Unternehmen Umwelt- und Sozialstandards gewährleisten?

Möglichkeiten und Grenzen ethischen Engagements von Unternehmen im Wettbewerb

115

Der ethos-Baustein hat seinen Schwerpunkt beim Unternehmen, das im Wettbewerb steht. Gefragt wird, ob das Unternehmen das moralische Richtige notfalls auf Kosten des eigenen Gewinns realisieren sollte oder ob es sich in der Marktwirtschaft grundsätzlich davon entlastet fühlen darf.



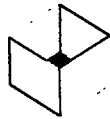
Thomas Faust

Compliance-Management – ein Patentrezept gegen Korruption?

Unternehmerischer Kampf gegen Bestechung und Bestechlichkeit

133

Dieser ethos-Baustein widmet sich anhand des allzeit aktuellen Themas „Korruption“ der Frage, wie private Unternehmen und öffentliche Verwaltung die Einhaltung der Gesetze durch ihre Mitarbeiter gewährleisten können. Wie viel Vertrauen ist möglich? Wie viel Kontrolle ist nötig? Und ist die Legalität des Handelns wirklich ausreichend?



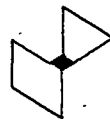
Mark Oliver Meßmer

Ombudsmann-Verfahren – Waffengleichheit zwischen Unternehmen und Kunde?

Die außergerichtliche Durchsetzung legitimer Ansprüche als Beitrag zur Vertragstreue

159

Im Volksmund heißt es nicht ohne Grund: „Recht haben und Recht bekommen – das ist zweierlei“. Dieser ethos-Baustein reflektiert, ob die immer zahlreicher werdenden Ombuds- und Schiedsstellen in der Wirtschaft einen nennenswerten Beitrag zur Vertragstreue leisten, ohne die eine Tauschwirtschaft nicht gut funktionieren kann.



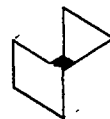
Markus Niederaastroth

Der Deutsche Werberat – eine Erfolgsstory für die Ethik in der Werbung?

Möglichkeiten und Grenzen der ethischen Selbstregulierung
am Beispiel der Werbewirtschaft

179

Dieser ethos-Baustein thematisiert eine weitere Institution auf Branchenebene, die zwischen Markt und Staat angesiedelt ist und deren Aufgabe es ist, die unternehmerische Freiheit zu wahren, moralische Grenzüberschreitungen aber zu verhindern und zu sanktionieren. Wie gut gelingt die ethische Selbstregulierung?



Werner Nagel

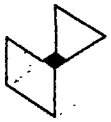
Soziale Dilemmata:

Wenn Eigennutz im Widerspruch zum Gemeinwohl steht!

Ein Unterrichtsexperiment zu einer wirtschaftsethischen Standardsituation

199

Dieser ethos-Baustein simuliert eine wirtschaftsethische Standardsituation durch ein leicht durchzuführendes Classroom Experiment. Wenn in dieser Situation jeder seinen individuellen Nutzen maximieren will, wird das bestmögliche Ergebnis für alle verfehlt. Ob dieses Unterrichtsexperiment wohl gelingt?



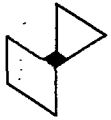
Dirk Loerwald

Produkt- und Markenpiraterie – Fluch der Marktwirtschaft?

Schutz und Missachtung geistigen Eigentums in der globalisierten Wirtschaft

215

Dieser ethos-Baustein rückt ein exekutives Organ des Staates in den Mittelpunkt: den Zoll. In seinen Zuständigkeitsbereich fällt die Bekämpfung der Produkt- und Markenpiraterie. Seine Einfuhrkontrollen und ggf. Beschlagnahmen dienen dem Schutz geistigen Eigentums auch bei der Warenproduktion.



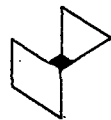
Christian Meyer-Heidemann, Arne Rögge-Pietz

Patente für lebenswichtige Medikamente – Lebensretter oder Todesurteil für Erkrankte?

Die Gestaltung der Rahmenordnung als wirtschaftsethisches Problem

229

Dieser ethos-Baustein fokussiert die gesetzliche Rahmenordnung für Herstellung und Vertrieb einer ganz besonderen Ware: Medikamente für Krankheiten, die in Entwicklungsländern viele Opfer fordern. Kann das Gemeinwohl besser als durch Patente auf lebenswichtige Medikamente gesichert werden?



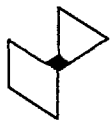
Dirk Loerwald

Der Markt für illegale Drogen – Drogen als Ware und der Staat als Drogenhändler?

Staatliche Drogenpolitik im Lichte ökonomischer Gesetzmäßigkeiten

255

Dieser ethos-Baustein geht der Frage nach, ob Aufklärung, Verbote und Strafen den Drogenkonsum ausreichend hemmen oder ob sich auch bei dieser besonderen Ware jedes Angebot seine Nachfrage schafft. Dann müssten die nationalen Drogenpolitiken die ökonomischen Gesetze des Schwarzmarktes berücksichtigen, um wirksam zu sein.



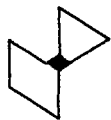
Christian Meyer-Heidemann

Die Kampagne für „Saubere“ Kleidung – ein legitimer und wirksamer Ansatz zur Verbesserung von Sozialstandards in der Textilproduktion?

Öffentlicher Druck auf Unternehmen durch zivilgesellschaftliche Kampagnen

273

Der ethos-Baustein bringt eine internationale Nicht-Regierungsorganisation ins Spiel: die Clean-Clothes-Campaign. Sie prangert soziale und ökologische Missstände bei der Warenproduktion an. Es wird gefragt, ob es legitim und wirksam ist, die Öffentlichkeit zu mobilisieren, um Druck auf hiesige Unternehmen auszuüben.



Christian Meyer

Anbieter im CSR-Test – Ein Beitrag zur Förderung nachhaltigen Konsums?

Unternehmenspolitik und -verhalten auf dem ethischen Prüfstand

291

Auch dieser ethos-Baustein handelt von einer Nicht-Regierungsorganisation: der Stiftung Warentest. Ergänzend zu den klassischen Warentests stellt sie Unternehmen auf den ethischen Prüfstand. Sie macht damit transparent, wie sehr sich insbesondere Handelsunternehmen für gute Bedingungen bei der globalen Warenproduktion engagieren.