

# Inhaltsverzeichnis

Geleitwort des Reihenherausgebers .....	5
Vorwort .....	7
<b>1 Unternehmensethik und Wirtschaftsethik .....</b>	<b>13</b>
1.1 Zwei entgegengesetzte Sichtweisen: Zum Glück gibt es Unternehmensethik! .....	13
1.1.1 Der Praktische Syllogismus als Klammer .....	15
1.1.2 Dilemmastrukturen als Ergebnisse freier Entscheidungen .....	18
1.1.3 Regeln, Institutionen und Vertrauen als Lösung der Dilemmata .....	20
1.1.4 Das Spiel: Spielverständnis, Spielregeln und Spielzüge .....	21
1.2 Der »moral point of view« und das moralische Urteilsvermögen .....	25
1.2.1 Freiheit und Gerechtigkeit .....	26
1.2.2 Verantwortung .....	29
1.2.3 Ansatzpunkte ethischer Argumentation .....	32
1.2.3.1 Aspekte moralischer Bewertungen: Intentionen, Tugend, Institutionen und Folgen .....	32
1.2.3.2 Methoden zur Urteilsfindung .....	39
1.2.3.3 Ort der Moral .....	42
1.3 Empirische Bedingungen: Unternehmen im markt- wirtschaftlichen Koordinierungsmechanismus .....	47
1.3.1 Grundtatbestände des gesellschaftlichen Wirtschaftens .....	47
1.3.2 Funktionsweise des marktwirtschaftlichen Koordinierungsmechanismus .....	50
1.3.2.1 Vorteile des marktwirtschaftlichen Koordinierungs- mechanismus für das gesellschaftliche Wirtschaften .....	51
1.3.2.2 Marktversagen und Wirksamkeit staatlicher Maßnahmen .....	52
1.3.2.3 Moralische Eigenschaften des marktwirtschaftlichen Koordinierungsmechanismus .....	57
1.3.3 Was ist ein Unternehmen? .....	60
1.3.4 Kooperation und Konfliktpotentiale .....	67
1.3.5 Vertrauen als Transaktionskomponente .....	71
1.3.5.1 Das Vertrauensspiel .....	72
1.3.5.2 Vertrauensgeber und Vertrauensempfänger .....	74
1.4 Unternehmensethik und Unternehmensverantwortung .....	79
	9

1.4.1	Unternehmen als handlungsfähige moralische Akteure .....	79
1.4.2	Gründe für eine eigenständige Unternehmensethik .....	81
1.4.3	Wie weit reicht unternehmerische Verantwortung? .....	85
1.4.3.1	Unternehmensverantwortung als Shareholder-Value oder Stakeholder-Value .....	85
1.4.3.2	Unternehmensverantwortung als Wohltätigkeit .....	88
1.5	Ethik-Management .....	89
1.5.1	Ethik-Management: Vertrauens- und Wertemanagement .....	90
1.5.2	Risikoanalyse unternehmerischer Konfliktfelder: Stakeholder-Ansatz .....	91
1.5.2.1	Relevante Stakeholder, Multistakeholder-Dialoge und NGO ..	91
1.5.2.2	Berechtigung von Stakeholderanliegen .....	93
1.5.2.3	Lösungsansätze für moralische Dilemmata .....	97
1.5.3	Strategiewahl: Compliance oder Integrity-Ansatz .....	98
1.5.4	Kodifizierung: Regelwerk und Handlungsanweisungen in Ethik-Kodizes .....	99
1.5.5	Implementierung: Organisationsstrukturen .....	100
1.5.5.1	Unmoralisches Handeln fördernde Strukturen .....	101
1.5.5.2	Ethisches Verhalten ermöglichende Strukturen .....	102
1.5.6	Implementierung: Organisationskulturen .....	105
1.5.6.1	Unmoralisches Handeln fördernde Kulturen .....	106
1.5.6.2	Ethisches Verhalten ermöglichende Kulturen .....	107
1.5.7	Externe Unternehmensstrategien für moralische Risiken .....	109
1.5.7.1	Wettbewerbsstrategie .....	109
1.5.7.2	Ordnungspolitische Strategie .....	112
1.5.7.3	Marktaustrittsstrategie .....	113
1.6	Ethik-Audits .....	114
<b>2</b>	<b>Konzept der Nachhaltigkeit</b> .....	<b>117</b>
2.1	Geschichtliche Hintergründe und Status der ökologischen, ökonomischen und sozialen Systeme .....	117
2.1.1	Von der »Industriellen Revolution« zur Globalisierung .....	117
2.1.2	Ressourcenausbeutung, Klimawandel, ökonomische Krisen und soziale Notstände .....	119
2.2	Grundlagen des Konzepts der nachhaltigen Entwicklung (Sustainable Development) .....	130
2.2.1	Ganzheitlichkeit als Generalprinzip .....	131
2.2.2	Brundtland-Report und Agenda 21 .....	134
2.2.3	Drei-Säulen-Konzept: Gerechtigkeit, Management-Regeln und Sustainable Development-Strategien .....	135

2.2.3.1	Gerechtigkeit, Nachhaltigkeit und 3-Säulen-Konzept .....	136
2.2.3.2	Managementregeln .....	139
2.2.3.3	Nachhaltigkeitsstrategien und Nachhaltigkeitsindikatoren ....	146
2.2.3.4	Globale Nachhaltigkeitsziele der Sustainable Development Goals .....	152
2.2.3.5	Grundlegende Aspekte nachhaltiger Umweltpolitik .....	156
2.3	Rahmenordnungen für Einzelaspekte der Nachhaltigkeit auf Unternehmensebene – Beispiele .....	166
2.3.1	Einführende Bemerkungen .....	166
2.3.2	Umwelt: EMAS und ISO 14000 .....	169
2.3.3	Soziale Verantwortung: SA 8000 .....	176
<b>3</b>	<b>Management unternehmerischer Verantwortung .....</b>	<b>182</b>
3.1	CSR-Konzepte in der Praxis: Ein Überblick .....	182
3.1.1	CSR in der Praxis: Begriffe und Definitionen .....	183
3.1.1.1	Begriffe .....	183
3.1.1.2	Definitionen .....	187
3.1.2	Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit .....	190
3.2	CSR-Management in der Praxis .....	191
3.2.1	Leitfaden für ein CSR-Managementsystem: ISO 26001 .....	191
3.2.1.1	Grundstruktur .....	191
3.2.1.2	Anwendungsbereich, Begriffe, Verständnis und Grundsätze ..	192
3.2.1.3	Kernthemen .....	194
3.2.1.4	Integration in die Organisation .....	198
3.2.2	Dokumentation der unternehmerischen Verantwortung und Verfahren ihrer Bewertung .....	201
3.2.2.1	Nachhaltigkeitsberichterstattung nach GRI und anderen Systematiken .....	201
3.2.2.2	Reifegradmodell nach Schneider als Einordnungshilfe für die Ausprägung gesellschaftlicher Verantwortung .....	212
3.2.2.3	Berichterstattungs-Ratings und Rankings .....	216
3.3	CSR und Risikomanagement .....	220
3.3.1	Risikomanagement als Aufgabe der Unternehmensführung ...	220
3.3.2	Rechtliche Vorgaben .....	222
3.3.3	Risikomanagementsystem .....	223
3.3.4	CSR und Risikomanagement: Synergien und Potentiale .....	225
3.4	CSR und die Business Case Diskussion .....	228
3.4.1	Abgrenzung von Geschäftsmodell, Strategie und Business Case .....	228
3.4.2	Business Case for CSR .....	230

## Inhaltsverzeichnis

---

3.4.3	Business Case for CSR und Kosten-Nutzen-Überlegungen ...	235
3.4.4	Business Case, Investition, Innovation und Change-Management .....	236
<b>4</b>	<b>Bausteine der Einführung eines Verantwortungs- managements in Unternehmen .....</b>	<b>240</b>
4.1	Unternehmensführung: Unternehmensleitbild und Unternehmensverantwortung .....	240
4.2	CSR, Personalführungs- und Mitarbeiterverantwortung .....	246
4.3	CSR-Management in der Wertschöpfungskette .....	251
4.3.1	Grundlegende Aspekte – wie weit reicht die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen entlang der Lieferkette? ...	251
4.3.2	Stufen des CSR-Managements in der Wertschöpfungskette ...	255
4.3.2.1	Status quo-Analyse .....	255
4.3.2.2	Beschaffungspolitik und Richtlinien .....	259
4.3.2.3	Implementierung .....	261
4.3.2.4	Monitoring und Qualifikation .....	264
4.3.2.5	Controlling und Reporting .....	265
4.3.3	Innovationspotenziale und das Konzept der »gemeinsamen Wertschöpfungs-Kette« .....	267
4.3.3.1	Die Grundidee des „Shared Value Chain“-Konzepts .....	267
4.3.3.2	Prinzipien und Bausteine des Shared Value Chain-Konzepts ..	269
4.4	CSR und Stakeholder-Kommunikation .....	277
4.4.1	Kommunikationsstrategien und -maßnahmen im Überblick ..	277
4.4.2	CSR- und Nachhaltigkeitsberichte als wichtiges Kommunikationsinstrument .....	279
4.4.2.1	Adressaten, Themen und Leitlinien erfolgreicher Berichterstattung .....	279
4.4.2.2	Beurteilungsraster für die nicht-professionelle Nutzung von CSR-Berichten durch Kunden und die sonstige Öffentlichkeit	282
4.5	Abschließende Bemerkungen .....	284
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>288</b>
	<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>295</b>