

INHALTSVERZEICHNIS

Abbildungsverzeichnis

IV

1. Ethische Aspekte im Innovationsmanagement von Unternehmen als Reaktion auf aktuelle Wandlungsprozesse	1
2. Ethik als Teildisziplin der praktischen Philosophie	10
2.1. Aufgaben einer zeitgerechten Ethik	11
2.2. Reflexionen über die Moral	18
2.2.1. Deskriptive Ethik	18
2.2.2. Normative Ethik	20
2.2.3. Metaethik	22
2.3. Spezielle Ausprägungen der normativen Ethik und aktuelle Positionen der Gegenwartsphilosophie	29
2.3.1. Deontologische Theorien	30
2.3.2. Teleologische Theorien	33
2.3.3. Neuansätze der Gegenwartsethik	40
2.3.3.1. John Rawls: Die Theorie der Gerechtigkeit	40
2.3.3.2. Hans Jonas: Das Prinzip Verantwortung	42

3. Innovationen als Grundlagen für Unternehmenserfolge	46
3.1. Quellen und Ziele von Innovationen	46
3.2. Analyse des Innovationsphänomens	54
3.2.1. Innovationen und ihre Merkmale	54
3.2.2. Arten von betrieblichen Innovationen	64
3.2.2.1. Produktinnovationen	66
3.2.2.2. Prozeßinnovationen	68
3.2.2.3. Sozialinnovationen	70
3.2.3. Determinanten betrieblicher Innovationsprozesse	73
3.3. Management von Innovationen	76
3.3.1. Zur Führungsphilosophie des strategischen Managements	76
3.3.1.1. Grundkonzept	76
3.3.1.2. Aktuelle Trends	83
3.3.2. Innovationsmanagement im Rahmen des strategischen Managements	88
3.3.2.1. Kardinale Aufgaben des Innovationsmanagements	88
3.3.2.2. Innovationen im Strategiekonzept	92
3.3.2.3. Innovationen und Wettbewerbsstrategien	95
3.3.3. Ansätze für ein normatives Innovationsmanagement	98

4. Ethik im betrieblichen Innovationsmanagement	100
4.1. Ausgangspunkte für eine Unternehmensethik	100
4.1.1. Voraussetzungen	100
4.1.2. Anforderungen	105
4.1.3. Unternehmensethik und strategisches Management	110
4.2. Werte als Basis einer teleologisch orientierten Ethik im Innovationsmanagement	115
4.2.1. Gesellschaftliche Grundwerte als stabile Basis	115
4.2.2. 'Neue Werte' im Zuge des gesellschaftlichen Wertewandels	121
4.2.3. Die ökologische Frage als neue Problemdimension für Unternehmen	125
4.3. Implementierung teleologischer Aspekte in das Innovationsmanagement von Unternehmen	130
4.3.1. Unternehmensethik und Innovationsmanagement	130
4.3.2. Werte in einzelnen Phasen des Innovationsprozesses	132
4.3.3. Werte und Wertemuster für einzelne Innovationsarten	136
4.3.3.1. Basiswerte für Produktinnovationen	136
4.3.3.2. Wertemuster für Prozeßinnovationen	143
4.3.3.3. Relevanz der "neuen Werte" für Sozialinnovationen	147
5. Zur Bedeutung eines normativen Innovationsmanagements für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen am Beispiel des Wertes 'ökologische Verantwortung'	159

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1:	Aktuelle Ausgangssituation für die Unternehmensführung	2
Abb. 2:	Metaethische Theorien	24
Abb. 3:	Normativ-ethische Theorien	29
Abb. 4:	Ursachen für Innovationen	48
Abb. 5:	Kräftefeld der Innovationstätigkeit	50
Abb. 6:	Zusammenhang zwischen Innovation und Wettbewerbsfähigkeit	52
Abb. 7:	Phasen von Innovationsprozessen	58
Abb. 8:	Beziehungsstruktur zwischen Merkmalen von Innovationsaufgaben	63
Abb. 9:	Typisierung von Innovationsarten hinsichtlich des Innovationsobjektes	65
Abb. 10:	Arten von Sozialinnovationen	72
Abb. 11:	Umfelder von Unternehmen	81
Abb. 12:	Wettbewerbsstrategien nach Porter	96
Abb. 13:	Unternehmensethik und strategisches Management	114
Abb. 14:	Beziehungen zwischen Unternehmen, Gesellschaft und Ökosystem	126