

Elisabeth Göbel

Unternehmensethik

Grundlagen und praktische Umsetzung

3., überarbeitete und aktualisierte Auflage

UVK Verlagsgesellschaft mbH · Konstanz
mit UVK/Lucius · München

Inhaltsverzeichnis

Einführung.....	17
I Grundlagen der Ethik.....	21
1 Zentrale Begriffe.....	21
1.1 Freiheit und Verpflichtung.....	21
1.2 Moral, Recht und Ethos.....	23
1.2.1 Moral.....	23
1.2.2 Recht.....	23
1.2.3 Ethos.....	25
1.3 Ethik.....	27
1.3.1 Allgemeine Kennzeichnung.....	27
1.3.2 Deskriptive Ethik.....	28
1.3.3 Normative Ethik.....	28
1.3.4 Methodenlehre.....	28
1.3.5 Metaethik.....	29
2 Unterschiedliche Typen ethischer Argumentation.....	30
2.1 Bewertungsgrundlage: Gesinnung, Handlung, Folgen.....	30
2.1.1 Gesinnungsethik.....	31
2.1.1.1 Allgemeine Kennzeichnung.....	31
2.1.1.2 Vorteile und Probleme einer Gesinnungsethik.....	31
2.1.2 Pflichtenethik.....	33
2.1.2.1 Allgemeine Kennzeichnung.....	33
2.1.2.2 Die Erkenntnis des Pflichtgemäßen auf der Grundlage von Imperativen.....	33
2.1.2.3 Die Pflichten im Einzelnen.....	34
2.1.2.4 Vorteile und Probleme einer Pflichtenethik.....	35
2.1.3 Folgenethik.....	36
2.1.3.1 Allgemeine Kennzeichnung.....	36
2.1.3.2 Vorteile und Probleme einer Folgenethik.....	37
2.1.3.3 Der Handlungsutilitarismus von <i>Jeremy Bentham</i>	38
2.1.3.4 Die Weiterentwicklung des Utilitarismus durch <i>John Stuart Mill</i>	39
2.1.3.5 Das Verhältnis von Pflichtenethik und Utilitarismus.....	39
2.1.4 Synopse.....	41
2.2 Der Ort der Moral: Individuum, Institution, Öffentlichkeit.....	42
2.2.1 Individualethik.....	42
2.2.2 Institutionenethik.....	43
2.2.3 Die Öffentlichkeit als Ort der Moral.....	45
2.2.4 Synopse.....	46
2.3 Ethische Entscheidungsmethoden: Monologische Ethik und Diskursethik.....	48

2.3.1	Formale und materiale Ethik	48
2.3.2	Monologische Ethik	49
2.3.3	Diskursethik	51
2.3.3.1	Allgemeine Kennzeichnung	51
2.3.3.2	Anwendungsbereiche der Diskursethik	51
2.3.3.3	Probleme und Vorzüge der Diskursethik	52
2.3.4	Synopse	53
II	Das Verhältnis von Ethik und Ökonomik	55
1	Kennzeichnung der Ökonomik	55
1.1.	Begriff der Ökonomik	55
1.2	Das Modell menschlichen Verhaltens in der Ökonomik	58
2	Die Auseinanderentwicklung von Ethik und Ökonomik	61
2.1	Ethik und Ökonomik als miteinander verbundene Teile der praktischen Philosophie	61
2.2	Von der materialen zur formalen Auslegung des ökonomischen Prinzips	62
2.3	Unterschiede zwischen der aristotelischen und der modernen Auffassung von Ökonomik	64
2.4	Ethik und Ökonomik – zwei Welten?	65
3	Das Verhältnis von Sittlichkeit und Selbstinteresse: Unvereinbar oder vereinbar?	65
3.1	Was heißt Selbstinteresse?	65
3.2	Nähere inhaltliche Bestimmung des Selbstinteresses	66
3.3	Berücksichtigung der Interessen anderer	67
3.4	Gesinnung der Akteure	68
3.5	Kanalisation des Selbstinteresses durch Institutionen	70
3.6	Synopse	71
III	Modelle der Beziehung von Ethik und Ökonomik	73
1	Anwendung der Ethik auf die Wirtschaft (Modell 1)	73
1.1	Ethik als Ausgangsdisziplin	73
1.2	Kritik am Anwendungsmodell	73
1.3	Konkretisierung ethischer Grundsätze für unterschiedliche Lebensbereiche	74
2	Anwendung der Ökonomik auf die Moral (Modell 2)	75
2.1	Ökonomik als universale Erklärungsgrammatik	75
2.2	Ort der Moral ist die marktwirtschaftliche Rahmenordnung	76
2.2.1	Moralisches Handeln muss sich auszahlen	76
2.2.2	These: Die Marktwirtschaft transformiert Eigennutz in Gemeinwohl	76
2.2.3	Ethische Probleme der Marktwirtschaft	77
2.3	Individualmoral in der Moralökonomik	78
2.3.1	Individualmoral der Politiker	79
2.3.2	Individualmoral der Wirtschaftsakteure	79
2.3.3	Die Unverzichtbarkeit der Individualmoral im Modell der Moralökonomik	81

2.4	Primat der Ökonomik im Konfliktfall.....	81
2.5	Relevanz der Ökonomik für die Implementation ethischer Zielsetzungen.....	82
3	Integration von Ethik und Ökonomik (Modell 3).....	83
3.1	Das Konzept sozialökonomischer Rationalität.....	83
3.2	Problematik der Integrationsidee.....	83
4	Plädoyer für das Anwendungsmodell.....	85
IV	Bereiche einer angewandten Wirtschaftsethik.....	87
1	Allgemeine Abgrenzung der Wirtschaftsethik.....	87
2	Die Mikroebene der Wirtschaftsethik: Die Wirtschaftsakteure.....	89
2.1	Konsumentenethik.....	90
2.1.1	Ethische Forderungen an die Konsumenten.....	90
2.1.2	Grenzen der Konsumentenverantwortung.....	91
2.2	Produzentenethik.....	92
2.3	Investorenethik.....	93
3	Die Makroebene der Wirtschaftsethik: Die Rahmenordnung.....	94
3.1	Ethische Bewertung wirtschaftlicher Institutionen.....	94
3.2	Vorteile und Probleme der Marktwirtschaft.....	95
3.3	Zwingt der Markt zur Unmoral?.....	96
3.4	Staatliche Rahmenordnung.....	98
3.5	Überstaatliche Rahmenordnung.....	99
4	Die Mesoebene der Wirtschaftsethik: Unternehmensethik.....	100
4.1	Das Unternehmen als moralischer Akteur?.....	100
4.2	Bedingungen für die Moralfähigkeit von Unternehmen.....	101
4.3	Unternehmen sind moralfähig.....	102
4.4	Die Mitverantwortung der Individuen in der Unternehmung.....	104
5	Zusammenwirken von Mikro-, Meso- und Makroebene der Wirtschaftsethik.....	105
V	Unternehmensethik als Management der Verantwortung.....	107
1	Verantwortung: Die ethische Grundkategorie der Unternehmensethik.....	107
1.1	Subjekt der Verantwortung.....	107
1.2	Objekt der Verantwortung.....	108
1.3	Verantwortungsrelation.....	109
1.4	Instanz der Verantwortung.....	110
2	Verantwortung als Integrationsbegriff.....	111
2.1	Integration von Gesinnungs-, Pflichten- und Folgenethik.....	111
2.2	Integration von Individuen, Institutionen und Öffentlichkeit.....	112
2.3	Integration von Diskursethik und monologischer Verantwortungsethik.....	114
3	Die praktische Umsetzung der Unternehmensverantwortung im Management.....	115
3.1	Warum „Management“?.....	115
3.2	Kritik an der Idee eines Managements der Verantwortung.....	116
3.3	Die Bausteine eines Managements der Verantwortung.....	117

4.3.1	Die Rolle des Gewinns in einer Marktwirtschaft	152
4.3.2	Gewinnerzielung steht unter einem Legitimitätsvorbehalt	152
4.3.3	Gewinneinbußen können das kleinere Übel sein	153
5	Die strategische Option einer Konfliktentschärfung	154
VII	Die strategische Komponente der Unternehmensethik	157
1	Das Ziel einer Entschärfung von Stakeholderkonflikten durch die Harmonisierung von Moral und ökonomischen Interessen	157
2	Wettbewerbsstrategien	158
2.1	Arten von Strategien	158
2.1.1	Unternehmensstrategie	159
2.1.2	Geschäftsbereichsstrategie	160
2.1.3	Funktionsbereichsstrategie	160
2.2	Können Strategien „moralisch“ sein?	160
2.3	Verantwortungsbewusste Strategiewahl am Beispiel Umweltschutz	161
2.3.1	Umweltschutz als Unternehmensziel	161
2.3.2	Umweltbewusste Unternehmensstrategien	162
2.3.3	Umweltbewusste Geschäftsbereichsstrategien	163
2.3.4	Umweltbewusste Funktionsbereichsstrategien	164
2.3.5	Integration von Moralität in die strategische Unternehmensführung	165
2.4	Probleme der Harmonisierung von Moral und Gewinn durch Wettbewerbsstrategien	166
2.4.1	Die unterschiedliche Fristigkeit von Kosten und Nutzen	166
2.4.2	Die unterschiedliche Bewertbarkeit von Kosten und Nutzen	167
2.4.3	Die Unsicherheit hinsichtlich der Reaktion der anderen Marktteilnehmer	168
3	Ordnungspolitische Strategien	169
3.1	Die Notwendigkeit von Ordnungspolitik	169
3.2	Staatliche Ordnungspolitik	170
3.3	Ordnungspolitische Strategien der Unternehmen	171
3.3.1	Unterstützung staatlicher Ordnungspolitik	171
3.3.2	Ordnungspolitische Eigeninitiativen	172
4	Marktaustrittsstrategien	173
VIII	Die personale Komponente der Unternehmensethik	177
1	Die Unverzichtbarkeit der personalen Komponente	177
2	Führungsethik	179
2.1	Begriffsklärung	179
2.1.1	Begriff „Führung“	179
2.1.2	Begriff „Führungsethik“	180
2.2	Personalführungsethik	181
2.2.1	Voraussetzungen für ein legitimes Führungsverhältnis	181
2.2.2	Die Begrenzung der Weisungsbefugnisse	182
2.2.3	Die verantwortungsvolle Gestaltung der Führungsbeziehung	182

2.3	Unternehmensführungsethik.....	184
2.3.1	Die Unternehmensführung betrifft alle Stakeholder.....	184
2.3.2	Typische Unternehmensführungsentscheidungen.....	184
2.3.3	Ethik in der Unternehmensführung.....	185
2.3.4	Die besondere Verantwortung der Führungskräfte.....	186
3	Mitarbeiterethik.....	187
3.1	Die innerbetriebliche Verantwortung.....	187
3.2	Die Verantwortung gegenüber den Stakeholdern.....	188
3.3	Whistle Blowing.....	190
3.3.1	Kennzeichnung des Whistle Blowing.....	190
3.3.2	Bewertung des Whistle Blowing.....	190
3.3.3	Empfehlungen für das Whistle Blowing.....	191
4	Führungs- und Mitarbeiterethik als Tugendethik.....	192
4.1	Kennzeichnung von Tugend und Tugenden.....	192
4.2	Grenzen der Tugendethik.....	194
IX	Die innerbetrieblichen Institutionen.....	197
1	Die Bedeutung strukturell-systemischer Führung.....	197
2	Die institutionelle Unterstützung des Sollens.....	199
2.1	Formale Werte und Normen: Das Unternehmensleitbild.....	199
2.1.1	Das Unternehmensleitbild als Teil der Zielhierarchie.....	199
2.1.2	Das Bekenntnis zur Verantwortung in Vision und Leitbild.....	200
2.1.3	Einige typische Leitbildaussagen.....	201
2.1.4	Empfehlungen für das Leitbild.....	202
2.1.5	Die Präzisierung der Grundsätze in Zielen und Richtlinien.....	203
2.1.6	Der Prozess der Leitbilderstellung.....	204
2.2	Informale Werte und Normen: Die Unternehmenskultur.....	205
2.2.1	Kennzeichnung der Unternehmenskultur.....	205
2.2.2	Beziehung zwischen Unternehmenskultur und Unternehmensethik.....	206
2.2.3	Ansatzpunkte für ein „Kulturmanagement“.....	208
3	Die institutionelle Unterstützung des Wollens.....	211
3.1	Personalauswahl.....	211
3.1.1	Das Personalauswahlverfahren.....	211
3.1.2	Personalauswahl und Unternehmensethik.....	212
3.1.3	Ansatzpunkte für die Auswahl sittlich orientierter Unternehmensmitglieder.....	214
3.2	Personalbeurteilung und -honorierung.....	217
3.2.1	Motivation durch Anreize.....	217
3.2.2	Der Zusammenhang mit der Unternehmensethik.....	218
3.2.2.1	Prinzipien einer gerechten Personalbeurteilung und -honorierung.....	218
3.2.2.2	Beispiele für Lohnungerechtigkeiten.....	220
3.2.2.3	Der Ehrliche darf nicht der Dumme sein.....	222

3.3	Kontrollsysteme.....	224
3.3.1	Anreizwirkungen der Kontrolle.....	224
3.3.2	Die Bedeutung der Kontrolle in Compliance- und Integritätsprogrammen.....	225
4	Die institutionelle Unterstützung des Könnens	228
4.1	Personalentwicklung.....	228
4.1.1	Funktion der Personalentwicklung.....	228
4.1.2	Anlässe für Personalentwicklung.....	229
4.1.3	Inhalte der Personalentwicklung.....	229
4.1.4	Methoden und Träger der Personalentwicklung.....	230
4.1.5	Personalentwicklung als Teil verantwortlichen Personalmanagements....	231
4.1.6	Personalentwicklung zur Unterstützung der Unternehmensethik.....	232
4.1.6.1	Entwicklungsziel: Moralische Kompetenz.....	232
4.1.6.2	Verbesserung der moralischen Sensibilität.....	233
4.1.6.3	Verbesserung der moralischen Urteilskraft und Motivation.....	234
4.1.6.4	Verbesserung der Verständigungskompetenz.....	237
4.1.6.5	Adressaten der Entwicklung.....	237
4.1.7	Entwicklungsmethoden.....	238
4.2	Organisationsstruktur.....	241
4.2.1	Zusammenhang zwischen Organisationsstruktur und Unternehmensethik.....	241
4.2.2	Abbau von organisationalen Verantwortungsbarrieren.....	242
4.2.3	Aufbau von organisationalen Unterstützungspotenzialen.....	244
4.2.3.1	Stellen.....	245
4.2.3.2	Gremien.....	248
4.2.3.3	Situative Faktoren.....	249
4.2.3.4	Vor- und Nachteile spezieller Stellen und Gremien für die Unternehmensethik.....	250
4.3	Informationssysteme.....	251
4.3.1	Die Einordnung der Informationsaufgabe in das Controlling.....	251
4.3.2	Die Beziehung von Controlling und Unternehmensethik.....	252
4.3.2.1	Barrierewirkung des herkömmlichen Controlling.....	253
4.3.2.2	Unterstützung der Unternehmensethik durch Informationsbereitstellung.....	254
4.3.3	Beispiel: Öko-Controlling.....	255
4.3.4	Corporate Social Performance als Information für den Kapitalmarkt....	256
X	Die überbetrieblichen Institutionen	259
1	Die institutionelle Unterstützung des Sollens	259
1.1	Gesetze und Verordnungen.....	260
1.1.1	Schutzrechte für Anspruchsgruppen.....	260
1.1.2	Ergänzungsbedürftigkeit der Gesetzgebung.....	261

1.2	Kodizes und Konventionen.....	263
1.2.1	Funktionen, Verbindlichkeit und Geltungsbereiche	263
1.2.2	Regelsysteme in Bezug auf Branchen.....	264
1.2.3	Regelsysteme in Bezug auf Produkte	265
1.2.4	Berufs- und Standesregeln	266
1.2.5	Themenspezifische Regelwerke	269
1.2.6	Verhaltenskodizes für Organisationen.....	272
1.3	Globale Regelsysteme und das Problem interkultureller Konflikte	277
1.3.1	Vereinheitlichung der Normen als Ziel	277
1.3.2	Gibt es universal gültige Werte und Normen?	278
1.3.3	Plädoyer für die Anerkennung weltweit gültiger Normen und Werte.....	280
2	Die institutionelle Unterstützung des Wollens	281
2.1	Kontrollen	281
2.1.1	Staatliche Kontrollen.....	282
2.1.2	Kontrollen durch die Öffentlichkeit	282
2.1.3	Kontrollen durch wirtschaftsnahe Organisationen und Peer-Kontrolle ..	283
2.1.4	Kontrollen durch gemeinnützige Organisationen.....	284
2.1.5	Kommerzielle Kontrollanbieter.....	285
2.2	Anreize.....	286
2.2.1	Bestrafung von Fehlverhalten	286
2.2.2	Kompensation von Zusatzkosten	287
2.2.3	Beseitigung von Fehlanreizen	288
2.2.4	Generierung von Zusatznutzen.....	288
3	Die institutionelle Unterstützung des Könnens	289
3.1	Wirtschaftsethik in der schulischen und universitären Ausbildung	289
3.2	Verbraucheraufklärung und -bildung.....	293
3.2.1	Das Idealbild vom souveränen Verbraucher.....	293
3.2.2	Mitverantwortung der Verbraucher.....	293
3.2.3	Hilfestellungen für den verantwortungsbewussten Verbraucher	294
	Schlusswort	297
	Literaturverzeichnis	299
	Initiativen/Institutionen und Internetadressen	319
	Namensregister	325
	Sachregister mit Glossarhinweis	331

Unter www.uvk-lucius.de/unternehmensethik finden Sie Services zu diesem Buch – unter anderem ein umfangreiches Glossar.