

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 2. Auflage .....	9
Einleitung .....	15
<b>1 Grundlagen und Grundbegriffe .....</b>	<b>17</b>
1.1 Moral .....	18
1.2 Ethos .....	21
1.3 Soziale Normen .....	21
1.4 Recht und Gesetz .....	23
1.5 Ethik .....	24
1.5.1 Deskriptive Ethik .....	24
1.5.2 Normative Ethik .....	25
1.5.2.1 Deontologische Ansätze .....	26
1.5.2.2 Konsequentialistische Ansätze .....	27
1.5.3 Ethische Methodenlehre .....	28
1.5.4 Metaethik .....	28
1.6 Letztbegründung ethischer Aussagen .....	29
1.7 Ausblick .....	31
<b>2 Ethische Perspektiven .....</b>	<b>33</b>
2.1 Gesinnungsethik .....	33
2.2 Pflichtenethik .....	34
2.3 Folgenethik .....	36
2.4 Utilitarismus .....	37
2.5 Gerechtigkeit .....	38
2.6 Ausblick .....	42
<b>3 Moralisches Urteilen und Handeln .....</b>	<b>45</b>
3.1 Wie kommen wir zu moralischen Urteilen? .....	45
3.1.1 Monologische Ethik .....	45
3.1.2 Diskursethik .....	47
3.2 Individuelles moralisches Verhalten .....	50
3.3 Kontextuelle und soziale Faktoren moralischen Verhaltens .....	55
3.4 Moralische Handlungen .....	56
3.4.1 Das Prinzip der vielfältigen Handlungsbeschreibungen .....	56
3.4.2 Handeln und Verantwortung .....	57
3.5 Ausblick .....	58

<b>4</b>	<b>Moral und Wirtschaft</b> .....	<b>61</b>
4.1	Ökonomik .....	61
4.1.1	Zweckrationalität .....	62
4.1.2	Der Homo oeconomicus .....	63
4.1.3	Der Homo irrationalis .....	64
4.1.4	Die freie Marktwirtschaft .....	65
4.2	Ökonomik oder Moral? .....	67
4.2.1	Homanns und Lütges Ordnungsethik .....	70
4.2.2	Peter Ulrichs Integrative Wirtschaftsethik .....	71
4.2.3	Nachhaltigkeit als Mittler zwischen Ethik und Ökonomik .....	73
4.2.4	Postwachstumsökonomie .....	77
4.3	Ausblick .....	78
<b>5</b>	<b>Ethik der Wirtschaftsakteure</b> .....	<b>81</b>
5.1	Konsumentenethik .....	81
5.2	Produzentenethik .....	86
5.2.1	Unternehmensstrategie .....	86
5.2.2	Personaethik .....	87
5.3	Arbeitnehmerethik .....	88
5.4	Investorenethik .....	90
5.5	Ausblick .....	92
<b>6</b>	<b>Unternehmensethik</b> .....	<b>95</b>
6.1	Das Unternehmen als moralfähiger Akteur .....	95
6.2	Das Unternehmen als Kontext individueller Entscheidungen .....	95
6.3	Organisationsstruktur .....	96
6.4	Shareholder-Value- und Stakeholder-Value-Ansatz .....	97
6.5	Umsetzung einer Unternehmensethik .....	99
6.5.1	Unternehmensleitbild .....	99
6.5.2	Unternehmenskultur .....	101
6.5.3	Unternehmensverfassung/Corporate Governance .....	102
6.5.4	Personalauswahl .....	104
6.5.4.1	Kriterien an das Auswahlverfahren .....	105
6.5.4.2	Gewinnung moralisch handelnder Mitarbeiter .....	106
6.5.4.3	Motivations- und Anreizsysteme .....	107
6.5.4.4	Lohngerechtigkeit .....	107
6.5.4.5	Personalentwicklung .....	109
6.5.5	Führungsethik .....	109
6.5.5.1	Das Problem der Führung .....	110
6.5.5.2	Personalführung .....	111
6.5.5.3	Ethische Führung .....	111
6.5.5.4	Mitarbeiterethik .....	112

---

6.5.6	Kontrollsysteme .....	113
6.5.6.1	Compliance-Management-System .....	114
6.5.6.2	Weitere Kontrollinstrumente .....	114
6.5.6.3	Whistle Blowing .....	115
6.5.7	CSR/Unternehmerische Sozialverantwortung .....	116
6.5.8	Management der Verantwortung .....	117
6.6	Ausblick .....	120
<b>7</b>	<b>Wirtschaftsethische Rahmenbedingungen .....</b>	<b>123</b>
7.1	Nationale und globale Rahmenordnungen .....	123
7.2	Individuethische Verantwortung innerhalb der Rahmenordnung .....	125
7.3	Berufsethische Richtlinien .....	126
7.4	Gesetze, Verordnungen, Regelwerke .....	127
7.5	Universelle Werte: das Projekt Weltethos .....	129
7.6	Kontrolle .....	131
7.7	Erziehung und Bildung .....	132
7.8	Ausblick .....	133
<b>8</b>	<b>Medienethik .....</b>	<b>135</b>
8.1	Medienproduzenten .....	135
8.1.1	Unterhaltung .....	137
8.1.2	Information und Desinformation .....	139
8.1.3	Datenschutz und Urheberrecht .....	140
8.2	Mediennutzer .....	143
8.2.1	Individuethische Perspektive .....	143
8.2.2	Sozialethische Perspektive .....	145
8.3	Medienkompetenz .....	147
8.4	Ausblick .....	148
<b>9</b>	<b>Auf zu neuen Ufern: abschließende Reflexionen .....</b>	<b>151</b>
	Literatur .....	155
	Stichwortverzeichnis .....	165
	Der Autor .....	169

