

# **Mehrwert Ethik**

**Added Values in Wirtschaft und Management**

Christoph A. Weber-Berg

*Versus · Zürich*

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	<b>9</b>
<b>Einleitung von Hans Ruh</b> .....	<b>13</b>
<b>1 Ethik – eine Annäherung</b> .....	<b>17</b>
1.1 Ethik ist doch Privatsache .....	17
1.2 Wie und wovon reden wir? Einige ethische Begriffe .....	22
1.2.1 Ethik .....	22
1.2.2 Moral .....	32
1.2.3 Sitte .....	36
1.2.4 Tugend .....	37
1.2.5 Haltung .....	40
1.2.6 Gewissen .....	41
1.2.7 Gefühl .....	43
1.2.8 Wert .....	43
1.2.9 Norm .....	48
1.2.10 Prinzip .....	49
1.2.11 Glaubwürdigkeit .....	53
1.2.12 Zusammenfassung .....	56

<b>2 Marktwirtschaft und Ethik</b> .....	<b>59</b>
2.1 Was ist der Markt? .....	59
2.2 Einige Irrtümer .....	63
2.3 Zum Verhältnis zwischen Markt, Wirtschaft und Ethik .....	67
2.3.1 Markt, Wirtschaft und Ethik in systematischer Perspektive .....	68
2.3.2 Markt, Wirtschaft und Ethik in historischer Perspektive .....	75
2.3.2.1 Adam Smith (1723–1790) .....	77
2.3.2.2 19. Jahrhundert: Soziale Frage, Sozialstaat .....	79
2.3.2.3 20. Jahrhundert: Ordoliberalismus und soziale Marktwirtschaft .....	81
2.3.3 Eine neue gesellschaftliche Arbeitsteilung .....	87
2.3.3.1 Selbstbindung wirtschaftlicher Akteure .....	90
2.3.3.2 Zivilgesellschaft .....	91
2.3.3.3 Internationale Staatengemeinschaft, Vereinte Nationen (UNO) .....	94
2.3.3.4 Zusammenfassung .....	95
<b>3 Konzepte der Konkretisierung von Ethik in Wirtschaft und Unternehmen</b> .....	<b>97</b>
3.1 Nachhaltigkeit .....	98
3.1.1 Begriff und Geschichte .....	98
3.1.2 Warum nachhaltig sein? .....	102
3.1.3 Die Triple Bottom Line .....	104
3.1.4 Öko-Effizienz und Öko-Effektivität .....	105
3.1.5 Zertifizierungen und Labels .....	106
3.1.6 Freiwillige internationale Codes .....	107
3.1.7 Nachhaltiges Investieren .....	110
3.1.8 Mikrofinanz .....	113
3.1.9 Business-NGO Partnerships .....	116
3.2 Corporate Social Responsibility .....	117
3.3 Corporate Citizenship .....	122
<b>4 Umsetzung von Ethik im Unternehmen</b> .....	<b>127</b>
4.1 Bedeutung von Grundwerten für die Unternehmensethik .....	127
4.2 Unternehmensleitung .....	130
4.2.1 Glaubwürdigkeit .....	130
4.2.2 Transferproblem .....	131
4.2.3 Corporate Governance .....	136
4.2.3.1 Corporate Governance und Stakeholderorientierung .....	137
4.2.3.2 Checks and Balances .....	142

---

4.3	Umsetzung und Managementsysteme	146
4.3.1	Systemmanagement	147
4.3.1.1	WerteManagementSystem <sup>ZfW</sup> (WMS <sup>ZfW</sup> ) nach Josef Wieland	148
4.3.1.2	Integritätsmanagement nach Bernhard Waxenberger	149
4.3.1.3	EFQM-Modell	151
4.3.1.4	Führung als Management by Objectives and Exceptions (MBO/MBE)	153
4.3.2	Marketingmanagement	155
4.3.3	Ressourcenmanagement	158
4.3.3.1	Energie und Rohstoffe	158
4.3.3.2	Mitarbeitende	160
4.3.3.3	Kapital	163
4.4	Individualethik	167
<b>5</b>	<b>Anhang</b>	<b>173</b>
5.1	Praktische Hinweise zum Umgang mit Dilemmasituationen	173
5.2	Regeln eines ethischen Diskurses	177
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>181</b>
	<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>183</b>
	<b>Der Autor</b>	<b>195</b>