Elisabeth Göbel

# Unternehmensethik

## Grundlagen und praktische Umsetzung

7. Auflage



Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

utb 8515

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

**Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage**

Brill | Schöningh – Fink · Paderborn
Brill | Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen – Böhlau · Wien · Köln
Verlag Barbara Budrich · Opladen · Toronto
facultas · Wien
Haupt Verlag · Bern
Verlag Julius Klinkhardt · Bad Heilbrunn
Mohr Siebeck · Tübingen
Narr Francke Attempto Verlag – expert verlag · Tübingen
Psychiatrie Verlag · Köln
Ernst Reinhardt Verlag · München
transcript Verlag · Bielefeld
Verlag Eugen Ulmer · Stuttgart
UVK Verlag · München
Waxmann · Münster · New York
wbv Publikation · Bielefeld
Wochenschau Verlag · Frankfurt am Main

# Unternehmensführung

Herausgegeben von

Franz Xaver Bea
Steffen Scheurer

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

Prof. Dr. **Elisabeth Göbel** lehrt an der Universität Trier und forscht zu den Themen Organisation, Neue Institutionenökonomik, Strategisches Management und Wirtschaftsethik. Sie studierte an der RWTH Aachen und an der Universität Tübingen. Dort war sie nach ihrem Studium Assistentin am Lehrstuhl für Planung und Organisation bei Prof. Dr. F. X. Bea.

Elisabeth Göbel

# Unternehmensethik

## Grundlagen und praktische Umsetzung

7., überarbeitete Auflage

UVK Verlag · München

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

Umschlagmotiv: © terex – Fotolia.com

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.dnb.de abrufbar.

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

7., überarbeitete Auflage 2024
6., überarbeitete Auflage 2020
5. Auflage 2017
4. Auflage 2016
3. Auflage 2013
2. Auflage 2010
1. Auflage 2006

DOI: https://doi.org/10.36198/9783838588388

© UVK Verlag 2024
– Ein Unternehmen der Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG · Dischingerweg 5
D-72070 Tübingen

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Alle Informationen in diesem Buch wurden mit großer Sorgfalt erstellt. Fehler können dennoch nicht völlig ausgeschlossen werden. Weder Verlag noch Autor:innen oder Herausgeber:innen übernehmen deshalb eine Gewährleistung für die Korrektheit des Inhaltes und haften nicht für fehlerhafte Angaben und deren Folgen. Diese Publikation enthält gegebenenfalls Links zu externen Inhalten Dritter, auf die weder Verlag noch Autor:innen oder Herausgeber:innen Einfluss haben. Für die Inhalte der verlinkten Seiten sind stets die jeweiligen Anbieter oder Betreibenden der Seiten verantwortlich.

Internet: www.narr.de
eMail: info@narr.de

Einbandgestaltung: siegel konzeption l gestaltung
CPI books GmbH, Leck

**ut-Nr. 8515**
ISBN 978-3-8252-8830-3 (Print)
ISBN 978-3-8385-8830-8 (ePDF)
ISBN 978-3-8463-8830-3 (ePub)



Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

## Vorwort zur 7. Auflage

Die Neuauflage wurde genutzt, um die Beispiele und die Zahlen zu aktualisieren. Zugleich werden einige einschlägige neue Gesetze und Institutionen vorgestellt. Die „Verrechtlichung" ehemals „nur" moralischer Erwartungen an die Wirtschaft ist in den letzten Jahren stetig vorangeschritten. Vor allem die EU forciert neue Gesetze zur Umsetzung des umfassenden und ambitionierten „European Green Deal", der eine sozial-ökologische Wende der Wirtschaft zum Ziel hat. Angesichts der zahlreichen neuen Gesetze stellt sich (erneut) die Frage nach dem Verhältnis von Recht und Moral. Sind die Gesetze der einzige Weg, um die Wirtschaft zu mehr Nachhaltigkeit zu zwingen? Oder führen die zahlreichen neuen Verordnungen nur zu einem Überdruss an der überbordenden Bürokratie und Gängelung durch staatliche und überstaatliche Institutionen? Das wird die Zukunft zeigen. Bestenfalls geben die Gesetze den Rahmen vor für eine freiwillige soziale Verantwortung der Unternehmen aus Überzeugung, die angesichts der Bedrohung durch den Klimawandel meines Erachtens notwendiger ist denn je. Denn nur wenn sich die zentralen Marktakteure, sprich die Unternehmen, aber auch die Investoren und die Konsumenten, ihrer Verantwortung bewusst sind und entsprechend handeln, können die enormen dynamischen Kräfte der Marktwirtschaft genutzt werden, um die notwendige sozial-ökologische Wende unserer Wirtschaft zu schaffen.

Ein herzlicher Dank geht wieder an Herrn Dr. Jürgen Schechler für die stets freundliche und hilfreiche Zusammenarbeit.

Trier im Mai 2024 Elisabeth Göbel

## Vorwort zur 6. Auflage

Wer 2020 eine Neuauflage vorbereitet, kommt um das Thema „Corona-Krise" nicht herum. Häufig wurde in Publikationen die Metapher vom „Brennglas" Corona benutzt, um zum Ausdruck zu bringen, dass sich Missstände in der Wirtschaft durch die Corona-Pandemie noch einmal deutlicher gezeigt haben. Außerdem hat die Pandemie eine Wertediskussion beflügelt: Was ist wichtiger? Leben und Gesundheit oder Arbeitsplätze, Gewinn und Wohlstand? Wieviel staatliche Eingriffe lassen sich mit der Marktwirtschaft vereinbaren? Sollen die Billionen Euro an Staatshilfen die Rückkehr zum alten Wirtschaftsmodell ermöglichen oder ist jetzt die Gelegenheit, im Rahmen eines „Green Deal" Wirtschaft und Gesellschaft hin zu mehr Klimaschutz zu transformieren? Man gewinnt den Eindruck, dass das Thema „Ethik in der Wirtschaft" noch einmal einen Schub bekommen hat. Zugleich macht sich eine gewisse Enttäuschung breit über die Ernsthaftigkeit und Reichweite freiwilliger Maßnahmen der Unternehmen. Als Reaktion darauf gibt es eine ganze Reihe von neuen Gesetzen und Gesetzentwürfen, um vormals „nur" moralische Erwartungen gesetzlich verbindlich zu machen. Die Neuauflage geht an verschiedenen Stellen auf die Corona-Krise und

auf neue Gesetze und Initiativen ein, stellt aktuelle Beispiele vor und nutzt aktualisierte Zahlen.

Herrn Dr. Jürgen Schechler möchte ich wieder meinen herzlichen Dank aussprechen für seine Unterstützung und seine Geduld.

Trier im August 2020 Elisabeth Göbel

## Vorwort zur 5. Auflage

Wie sehr das Thema Unternehmensethik bzw. Corporate Social Responsibility mittlerweile etabliert ist, zeigt sich nicht zuletzt an ersten Werken zur CSR-Geschichtsschreibung. In meinem Schlusswort werde ich unter der Überschrift „Rückblick" darauf kurz eingehen. Die nunmehr langjährigen Erfahrungen mit CSR in der Praxis sind auch ein Anlass, im Kapitel V den kritischen Stimmen mehr Raum zu geben und zu fragen, wo das Konzept eines Managements der sozialen Verantwortung möglicherweise seine Schwächen hat. Die Neuauflage habe ich wieder genutzt, um Beispiele und Zahlen zu aktualisieren.

Herrn Dr. Jürgen Schechler möchte ich für die gute verlegerische Betreuung meinen herzlichen Dank aussprechen.

Trier im März 2017 Elisabeth Göbel

## Vorwort zur 4. Auflage

Seit der ersten Auflage sind zehn Jahre vergangen. Jahre, in denen in Wissenschaft und Praxis viel über die Verantwortung der Unternehmen geschrieben und gesprochen wurde. Wenn man auf das Jahr 2015 zurückblickt, dann lassen die Skandale bei den deutschen Vorzeigeunternehmen Volkswagen und Deutsche Bank auf der einen Seite daran zweifeln, dass „Corporate Social Responsibility" (CSR) wirklich schon in der Praxis angekommen ist. Auf der anderen Seite gibt es aber auch gute Nachrichten. Im September 2015 beschlossen die Vereinten Nationen siebzehn „Sustainable Development Goals". Eines der siebzehn Ziele lautet „Responsible Consumption and Production", spricht also unmittelbar die Verantwortung der Wirtschaft an. Ebenfalls 2015 wurde in Paris das historische Klimaschutzabkommen getroffen. Das Ziel, die Erderwärmung deutlich unter 2° zu halten, kann ohne die massive Mithilfe der Industrie nicht erreicht werden. Auch auf der Ebene der EU werden die Forderungen nach mehr sozialer Verantwortung der Unternehmen lauter. Bis Ende 2016 muss die EU-Richtlinie 2014/95/EU (CSR-Richtlinie) in nationales Recht umgesetzt sein. Gemäß dieser Richtlinie wird eine CSR-Berichterstattung EU-weit für Unternehmen mit mehr 500 Mitarbeitern verpflichtend, wenn das Unternehmen von öffentlichem Interesse ist. Diese Unternehmen müssen dann Informationen offenlegen u.a. über ihre Umweltschutzmaßnahmen, die Einhaltung der Menschenrechte, Maßnahmen zur Verhinderung von Korruption, Anstrengungen für mehr Gleichberechtigung der Geschlechter. Schließlich wächst der Druck der Konsumenten und Investoren auf die

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

Unternehmen. Fair gehandelte und biologisch erzeugte Produkte werden von Jahr zu Jahr deutlich mehr nachgefragt. Das ethische Investment hat hohe Zuwachsraten. Die Unternehmen reagieren auf diese Forderungen und stellen vermehrt Mitarbeiter mit CSR-Kompetenz ein. Studierende suchen und finden verstärkt Bildungsangebote zu Themen wie Nachhaltigkeitsmanagement, CSR und Unternehmensethik. Bleibt zu hoffen, dass diese Entwicklungen einen Kulturwandel anzeigen, der in langfristiger Perspektive zu einer verantwortungsvolleren und lebensdienlicheren Wirtschaft führt.

Die Neuauflage habe ich vor allem genutzt, um die Zahlen und Beispiele zu aktualisieren sowie neuere Gesetzesinitiativen vorzustellen. Da die CSR-Berichterstattung für immer mehr Unternehmen zur Selbstverständlichkeit wird – sei es freiwillig oder wegen gesetzlicher Verpflichtung – habe ich dieses Thema in einem eigenen Abschnitt ausführlicher behandelt.

Herrn Dr. Jürgen Schechler danke ich herzlich für die freundliche Unterstützung und gute Zusammenarbeit. Mein Dank gilt weiterhin Herrn Christian Haller für wertvolle Hinweise.

Trier im Februar 2016 Elisabeth Göbel

## Vorwort zur 3. Auflage

Das Interesse an Unternehmensethik ist nach wie vor hoch. Zumindest bei den großen Unternehmen findet man mittlerweile nahezu durchgängig Bekenntnisse zu Corporate Social Responsibility oder Corporate Citizenship oder Nachhaltigkeit. Mit CR-Reports, Nachhaltigkeitsberichten oder Gemeinwohlbilanzen versuchen sie, die Ernsthaftigkeit und den Erfolg ihrer Bemühungen um mehr gesellschaftliche Verantwortung nachzuweisen. Mag auch vieles im Moment noch eher Lippenbekenntnis sein: Die Praxis hat längst gemerkt, dass die Wirtschaft ohne Moral ihre Legitimität verliert, und fragt zunehmend ethische Expertise nach. Die Institutionen wirtschaftswissenschaftlicher Ausbildung reagieren darauf mit einer Ausweitung des Angebotes zu Themen wie CSR, Nachhaltigkeit, Wirtschafts- und Unternehmensethik. Die Führungskräfte von morgen sollen ihre Tätigkeit auch ethisch reflektieren können. Dazu möchte das Buch beitragen.

Die Änderungen gegenüber der 2. Auflage bestehen vor allem in der Aktualisierung von Zahlen, Beispielen und Literatur. Ausführlicher behandelt wird das Prinzip des Gemeinwohls. Hinzu gekommen ist ein Glossar, welches den Lesern online zur Verfügung steht und die zentralen Begriffe des Buches kurz erläutert.

Mein herzlicher Dank gilt Herrn Dr. Jürgen Schechler für die unkomplizierte und freundliche Zusammenarbeit und die gute verlegerische Betreuung.

Trier im November 2012 Elisabeth Göbel

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

## Vorwort zur 2. Auflage

Das Thema Unternehmensethik „boomt“ in den letzten Jahren, wenn auch oft unter anderen Labeln wie „Corporate Social Responsibility“ (CSR), „Corporate Responsibility“ (CR) und „Corporate Citizenship“ (CC). Negativ ausgelegt kann der Boom damit begründet werden, dass die schädlichen Folgen wirtschaftlichen Handelns eher zu- als abgenommen haben. Man kann es aber auch positiv interpretieren als wachsende Einsicht der Wirtschaftspraktiker in die Notwendigkeit, sich auch um die nachteiligen Folgen ihres Entscheidens und Handelns für Gesellschaft und Umwelt zu kümmern. Es mangelt jedenfalls nicht an Bekenntnissen zur Notwendigkeit von mehr Verantwortungsübernahme, vor allem seitens großer Unternehmen und wirtschaftsnaher Institutionen. Auch die Verankerung wirtschaftsethischer Themen in der wirtschaftswissenschaftlichen Ausbildung macht Fortschritte. Das ist zu begrüßen.

Die zweite Auflage habe ich genutzt, um die aktuellen Entwicklungen der letzten Jahre aufzugreifen. Dazu waren an manchen Stellen Änderungen und Erweiterungen nötig. So wird die ISO-Norm 26000 „Guidance on social responsibility“ vorgestellt, die Messung der „Corporate Social Performance“ als Information für den Kapitalmarkt wird thematisiert, das Prinzip Gerechtigkeit wird stärker betont und die Lohngerechtigkeit eigens diskutiert. Eine Liste mit Internetadressen zu einschlägigen Institutionen und Initiativen trägt der Entwicklung Rechnung, dass man sich heute immer häufiger online informiert.

Einen zusätzlichen und besonderen Dank möchte ich Frau Sabine Hesselmann aussprechen, die den Text der Neuauflage mit viel Engagement lektoriert und noch leserfreundlicher gestaltet hat.

Trier im März 2010 Elisabeth Göbel

## Vorwort zur 1. Auflage

Es gibt wohl kaum ein Teilgebiet der Betriebswirtschaftslehre (BWL), welches so umstritten ist wie die Unternehmensethik. Schon seit Jahrzehnten wird über Sinn und Notwendigkeit einer Unternehmensethik diskutiert. Ja, wir brauchen eine Unternehmensethik, denn eine an den Kriterien praktischer Vernunft orientierte Ethik stellt ein wichtiges, den Wettbewerb ergänzendes Steuerungsinstrument für die Unternehmen dar, postulierten *Horst Steinmann* und *Bernd Oppenrieder* vor rund 20 Jahren in einem programmatischen Aufsatz in der Zeitschrift „Die Betriebswirtschaft“ (vgl. [Unternehmensethik]). Nein, Unternehmensethik zu betreiben, ist „anmaßend“ und „unfruchtbar“, lautet dagegen das Verdikt von *Dieter Schneider* (vgl. [Gewinnprinzip]). Die BWL könne getrost auf „Moralprediger“ verzichten, heißt es auch in einem Beitrag (2005) von *Horst Albach* in der „Zeitschrift für Betriebswirtschaft“ (vgl. [Betriebswirtschaftslehre]).

Interessanterweise argumentieren die Gegner einer Unternehmensethik teilweise völlig konträr. Nach dem Motto „Schuster bleib bei deinem Leisten“ fordert *Schneider* die Betriebswirte auf, sich auf ihr ureigenes Terrain, nämlich die „Wissenschaft von der Profiterzielung“ (875), zu beschränken. In der Tradition von *Wilhelm Riegers* „Pri-

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

vatwirtschaftslehre“ bejaht er ausdrücklich das Gewinninteresse der privatwirtschaftlichen Unternehmung und fordert von der Betriebswirtschaft, auf dieser Grundlage unternehmerisches Handeln zu erklären und zu prognostizieren. Solche rein betriebswirtschaftlichen Erkenntnisse könnten dann auch in eine ethische Folgenabwägung einfließen, welche aber keinesfalls Aufgabe einer ethisch-normativen Betriebswirtschaftslehre sei. Während *Schneider* also Unternehmensethik ablehnt, weil er Ethik und BWL klarer trennen will, behauptet *Albach* die Identität von BWL und Unternehmensethik. Eine eigene Unternehmensethik ist nach seiner Argumentation deshalb nicht nötig, weil die BWL die Ethik immer schon enthielte und es einen Konflikt zwischen der ökonomischen, erwerbswirtschaftlichen Rationalität des Unternehmers und moralischem Verantwortungsbewusstsein einfach „gar nicht gibt“ ([Betriebswirtschaftslehre] 811). Die erwerbswirtschaftliche Rationalität des Unternehmers wird schlicht mit der praktischen Vernunft im Sinne *Immanuel Kants* gleichgesetzt, so dass alles, was sich für den Unternehmer rechnet, zugleich als umfassend vernünftig ethisch gerechtfertigt erscheint.

Beide Argumentationen gegen die Unternehmensethik sind nicht stichhaltig. Dass mit dem Gewinnprinzip zugleich die umfassende Vernunft wirtschaftlicher Entscheidungen garantiert ist, wird ständig durch die Realität widerlegt. Schließlich gibt es die Probleme der Umweltverschmutzung, der Arbeitslosigkeit, des Hungers und der Armut, unmenschlicher bis lebensgefährlicher Arbeitsbedingungen, der Ausbeutung von Kindern, minderwertiger, gefährlicher und umstrittener Produkte, der Korruption, des Betruges, der Bilanzfälschung usw. auch in den Ländern, in denen gewinnorientierte private Unternehmen im Rahmen einer Wettbewerbsordnung produzieren. Es ist falsch und irreführend, diese Probleme zu verdrängen und so zu tun, als sei das Interesse des Unternehmers der „Dienst am Nächsten“ (vgl. *Albach* [Betriebswirtschaftslehre] 814).

Dass der Unternehmer eine gesellschaftlich sinnvolle Funktion erfüllt, ist eine von ihm in der Regel nicht primär intendierte und auch ungewisse Nebenfunktion des Gewinnstrebens, wie schon *Wilhelm Rieger* sehr klar erkannt hat (vgl. [Privatwirtschaftslehre] 46f.). In dieser Hinsicht kann man *Dieter Schneider* nur zustimmen, wenn er die Betriebswirtschaftler ermahnt, nicht aus Gründen der Selbstdarstellung die Beschränkung der ökonomischen Rationalität auf den Einkommenserwerb zu verleugnen. Nicht folgen kann ich ihm allerdings darin, dass man sich deshalb als Betriebswirt ganz aus den ethischen Fragen herauszuhalten habe. Gerade wer anerkennt, dass mit der ökonomischen Rationalität noch nicht die umfassende praktische Vernunft wirtschaftlichen Handelns garantiert ist, darf (und sollte) sich doch dafür interessieren, wie man die absehbaren schlechten Folgen einer entfesselten und unbeschränkten ökonomischen Rationalität bändigen könnte. Gesetzliche Verbote alleine reichen dazu nicht aus. In der Logik ökonomischer Rationalität liegt es nämlich, sich auch gegenüber der Gesetzgebung als rationaler Nutzenmaximierer zu verhalten, also zu kalkulieren, ob sich eine Gesetzesübertretung „rechnet“ (was angesichts von zahlreichen Kontrolldefiziten sowie einer hoffnungslos überlasteten Justiz häufig der Fall sein wird). Hinzu kommt, dass in vielen Bereichen Gesetze fehlen und dass sie – soweit vorhanden – stets auslegungsbedürftig sind, insbesondere im internationalen Kontext. Moral wird so zum Desiderat einer menschendienlichen Wirtschaft.

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

Es gehört zum „Grundwissen der Ökonomik“, dass man als Entscheidungsträger in der Wirtschaft nicht in einem moralfreien Raum agiert. Das Buch wendet sich deshalb zum einen an diejenigen, die bereits heute Verantwortung in der Unternehmenspraxis haben, zum anderen an die Studierenden der Betriebswirtschaftslehre, welche die Entscheidungsträger von morgen sein werden. Die philosophischen Grundlagen der Ethik werden vergleichsweise ausführlich behandelt. Auch wenn das für Betriebswirte ungewohnte und vielleicht auch harte Kost ist, halte ich es für unabdingbar, sich damit auseinanderzusetzen, wenn Unternehmensethik wirklich „Ethik“ sein will und nicht nur eine Art strategisches Reputationsmanagement im rein ökonomischen Sinne. Zugleich soll das Buch aber auch praxisrelevant sein und so konkret wie möglich aufzeigen, wie die Ethik in den Alltag des Unternehmens eingebracht werden kann.

Herzlich danken möchte ich zum Schluss meinem Mann Prof. Dr. phil. Dr. theol. Wolfgang Göbel für zahlreiche anregende und klärende Gespräche. Mein Dank gilt weiterhin meinem geschätzten akademischen Lehrer, Herrn Prof. Dr. Franz Xaver Bea, der sich gegenüber dem Thema Wirtschafts- und Unternehmensethik schon bei meiner Dissertation sehr aufgeschlossen gezeigt hat. Herrn Prof. Dr. von Lucius danke ich für die verlegerische Betreuung des Buches, dem Service-Büro Sibylle Egger für die gute Zusammenarbeit bei der Gestaltung des Textes.

Juni 2006 Elisabeth Göbel

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

# Inhaltsverzeichnis


Vorworte ... 5

Einführung ... 23

**I Grundlagen der Ethik ... 29**

**1 Zentrale Begriffe ... 29**

1.1 Freiheit und Verpflichtung ... 29

1.2 Moral, Recht und Ethos ... 31

1.2.1 Moral ... 31

1.2.2 Recht ... 31

1.2.3 Ethos ... 34

1.3 Ethik ... 36

1.3.1 Allgemeine Kennzeichnung ... 36

1.3.2 Deskriptive Ethik ... 36

1.3.3 Normative Ethik ... 37

1.3.4 Methodenlehre ... 37

1.3.5 Metaethik ... 38

**2 Unterschiedliche Typen ethischer Argumentation ... 39**

2.1 Bewertungsgrundlage: Gesinnung, Handlung, Folgen ... 39

2.1.1 Gesinnungsethik ... 40

2.1.1.1 Allgemeine Kennzeichnung ... 40

2.1.1.2 Vorteile und Probleme einer Gesinnungsethik ... 40

2.1.2 Pflichtenethik ... 41

2.1.2.1 Allgemeine Kennzeichnung ... 41

2.1.2.2 Die Erkenntnis des Pflichtgemäßen auf der Grundlage von Imperativen ... 42

2.1.2.3 Die Pflichten im Einzelnen ... 43

2.1.2.4 Vorteile und Probleme einer Pflichtenethik ... 44

2.1.3 Folgenethik ... 45

2.1.3.1 Allgemeine Kennzeichnung ... 45

2.1.3.2 Vorteile und Probleme einer Folgenethik ... 46

2.1.3.3 Der Handlungsutilitarismus von *Jeremy Bentham* ... 46

2.1.3.4 Die Weiterentwicklung des Utilitarismus durch *John Stuart Mill* ... 47

2.1.3.5 Das Verhältnis von Pflichtenethik und Utilitarismus ... 48



Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

2.1.4 Synopse ..... 49

2.2 Der Ort der Moral: Individuum, Institution, Öffentlichkeit ..... 51

2.2.1 Individualethik ..... 51

2.2.2 Institutionenethik ..... 52

2.2.3 Die Öffentlichkeit als Ort der Moral ..... 54

2.2.4 Synopse ..... 55

2.3 Ethische Entscheidungsmethoden: Monologische Ethik und Diskursethik ..... 58

2.3.1 Formale und materiale Ethik ..... 58

2.3.2 Monologische Ethik ..... 58

2.3.3 Diskursethik ..... 60

2.3.3.1 Allgemeine Kennzeichnung ..... 60

2.3.3.2 Anwendungsbereiche der Diskursethik ..... 60

2.3.3.3 Probleme und Vorzüge der Diskursethik ..... 61

2.3.4 Synopse ..... 62

**II Das Verhältnis von Ethik und Ökonomik ..... 65**

**1 Kennzeichnung der Ökonomik ..... 65**

1.1 Begriff der Ökonomik ..... 65

1.2 Das Modell menschlichen Verhaltens in der Ökonomik ..... 68

**2 Die Auseinanderentwicklung von Ethik und Ökonomik ..... 71**

2.1 Ethik und Ökonomik als miteinander verbundene Teile der praktischen Philosophie ..... 71

2.2 Von der materialen zur formalen Auslegung des ökonomischen Prinzips ..... 72

2.3 Unterschiede zwischen der aristotelischen und der modernen Auffassung von Ökonomik ..... 74

2.4 Ethik und Ökonomik – zwei Welten? ..... 75

**3 Das Verhältnis von Sittlichkeit und Selbstinteresse: unvereinbar oder vereinbar? ..... 76**

3.1 Was heißt Selbstinteresse? ..... 76

3.2 Nähere inhaltliche Bestimmung des Selbstinteresses ..... 76

3.3 Berücksichtigung der Interessen anderer ..... 78

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

3.4 Gesinnung der Akteure ... 79
3.5 Kanalisierung des Selbstinteresses durch Institutionen ... 80
3.6 Synopse ... 81

**III Modelle der Beziehung von Ethik und Ökonomik ... 83**

**1 Anwendung der Ethik auf die Wirtschaft (Modell 1) ... 83**

1.1 Ethik als Ausgangsdisziplin ... 83
1.2 Kritik am Anwendungsmodell ... 83
1.3 Konkretisierung ethischer Grundsätze für unterschiedliche Lebensbereiche ... 84

**2 Anwendung der Ökonomik auf die Moral (Modell 2) ... 85**

2.1 Ökonomik als universale Erklärungsgrammatik ... 85
2.2 Ort der Moral ist die marktwirtschaftliche Rahmenordnung ... 85
2.2.1 Moralisches Handeln muss sich auszahlen ... 85
2.2.2 These: Die Marktwirtschaft transformiert Eigennutz in Gemeinwohl ... 86
2.2.3 Ethische Probleme der Marktwirtschaft ... 87
2.3 Individualmoral in der Moralökonomik ... 88
2.3.1 Individualmoral der Politiker ... 88
2.3.2 Individualmoral der Wirtschaftsakteure ... 89
2.3.3 Die Unverzichtbarkeit der Individualmoral im Modell der Moralökonomik ... 91
2.4 Primat der Ökonomik im Konfliktfall ... 91
2.5 Relevanz der Ökonomik für die Implementation ethischer Zielsetzungen 92

**3 Integration von Ethik und Ökonomik (Modell 3) ... 93**

3.1 Das Konzept sozialökonomischer Rationalität ... 93
3.2 Problematik der Integrationsidee ... 93

**4 Plädoyer für das Anwendungsmodell ... 95**

**IV Bereiche einer angewandten Wirtschaftsethik ... 97**

**1 Allgemeine Abgrenzung der Wirtschaftsethik ... 97**

**2 Die Mikroebene der Wirtschaftsethik: Die Wirtschaftsakteure ... 99**

2.1 Konsumentenethik ... 100

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

2.1.1 Ethische Forderungen an die Konsumenten ... 100
2.1.2 Grenzen der Konsumentenverantwortung ... 101
2.2 Produzentenethik ... 103
2.3 Investorenethik ... 103
**3 Die Makroebene der Wirtschaftsethik: Die Rahmenordnung ... 105**
3.1 Ethische Bewertung wirtschaftlicher Institutionen ... 105
3.2 Vorteile und Probleme der Marktwirtschaft ... 106
3.3 Zwingt der Markt zur Unmoral? ... 107
3.4 Staatliche Rahmenordnung ... 109
3.5 Überstaatliche Rahmenordnung ... 109
**4 Die Mesoebene der Wirtschaftsethik: Unternehmensethik ... 110**
4.1 Das Unternehmen als moralischer Akteur? ... 110
4.2 Bedingungen für die Moralfähigkeit von Unternehmen ... 112
4.3 Unternehmen sind moralfähig ... 113
4.4 Die Mitverantwortung der Individuen in der Unternehmung ... 115
**5 Zusammenwirken von Mikro-, Meso- und Makroebene der Wirtschaftsethik ... 116**
**V Unternehmensethik als Management der Verantwortung ... 119**
**1 Verantwortung: Die ethische Grundkategorie der Unternehmensethik ... 119**
1.1 Subjekt der Verantwortung ... 119
1.2 Objekt der Verantwortung ... 120
1.3 Verantwortungsrelation ... 121
1.4 Instanz der Verantwortung ... 122
**2 Verantwortung als Integrationsbegriff ... 123**
2.1 Integration von Gesinnungs-, Pflichten- und Folgenethik ... 123
2.2 Integration von Individuen, Institutionen und Öffentlichkeit ... 124
2.3 Integration von Diskursethik und monologischer Verantwortungsethik 126

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

**3 Die praktische Umsetzung der Unternehmensverantwortung im Management ..... 127**

3.1 Warum „Management“? ..... 127

3.2 Kritik an der Idee eines Managements der Verantwortung ..... 128

3.3 Die Bausteine eines Managements der Verantwortung ..... 130

**VI Die analytische Komponente der Unternehmensethik: Stakeholderanalyse ..... 135**

**1 Begriff des Stakeholders ..... 135**

1.1 Die Stakeholder als Adressaten der Unternehmensverantwortung ..... 135

1.2 Unterschiedliche Definitionen des Stakeholders ..... 136

1.3 Unterschiedliche Auffassungen von den Funktionen einer Stakeholder-analyse ..... 137

**2 Ablauf der Stakeholderanalyse ..... 138**

2.1 Stakeholder wahrnehmen ..... 139

2.1.1 Überblick über typische Stakeholder ..... 139

2.1.2 Die Öffentlichkeit als Stakeholder ..... 140

2.1.3 Die Medien als Stakeholder ..... 142

2.1.4 Die Führungskräfte und Mitarbeiter als Stakeholder ..... 142

2.1.5 Instrumente zur Unterstützung der Stakeholderwahrnehmung ..... 143

2.1.5.1 Social Issue Analysis ..... 144

2.1.5.2 Produktlebenszyklusanalyse ..... 144

2.1.5.3 Dialog mit den Stakeholdern ..... 146

2.1.6 Die unvermeidbare Selektivität der Stakeholderwahrnehmung ..... 147

2.2 Stakeholder und ihre Anliegen analysieren und prognostizieren ..... 147

2.2.1 Analyse der Stakeholderanliegen ..... 147

2.2.2 Prognose der Stakeholderanliegen ..... 148

2.2.3 Datenquellen für Analyse und Prognose von Stakeholderanliegen ..... 149

2.3 Stakeholderansprüche bewerten ..... 150

2.3.1 Ethische versus strategische Bewertung ..... 150

2.3.2 Bewertung der Legitimität der Stakeholderanliegen ..... 151

2.3.2.1 Die Legitimität des Anspruchs macht den normativ-relevanten Stakeholder ..... 151

2.3.2.2 Das Verständnis von Legitimität ..... 151

2.3.2.3 Legalität und Legitimität ..... 152

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

**3 Ethische Grundlagen für die Legitimitätsbewertung ..... 153**

3.1 Menschenwürde als ethisches Prinzip für die Bewertung von Stakeholderanliegen ..... 153

3.2 Gemeinwohl als ethisches Prinzip für die Bewertung ..... 155

3.3 Nachhaltigkeit als ethisches Prinzip für die Bewertung ..... 158

3.4 Tierschutz als ethisches Prinzip für die Bewertung ..... 159

3.5 Gerechtigkeit als ethisches Prinzip für die Bewertung ..... 160

**4 Die mögliche Kollision legitimer Stakeholderanliegen ..... 161**

4.1 Die Kollision von Interessen ..... 161

4.2 Abwägung konfligierender Ansprüche ..... 162

4.2.1 Pflichten, Güter und Werte als Basis der Abwägung ..... 162

4.2.2 Vorzugsregeln für die Güter- und Übelabwägung ..... 164

4.2.3 Beispiele für eine Abwägung von legitimen Interessen ..... 165

4.3 Die Rolle des Gewinns bei der Abwägung konfligierender Ansprüche . 167

4.3.1 Die Rolle des Gewinns in einer Marktwirtschaft ..... 167

4.3.2 Gewinnerzielung steht unter einem Legitimitätsvorbehalt ..... 168

4.3.3 Gewinneinbußen können das kleinere Übel sein ..... 169

**5 Die strategische Option einer Konfliktentschärfung ..... 170**

**VII Die strategische Komponente der Unternehmensethik ..... 171**

**1 Das Ziel einer Entschärfung von Stakeholderkonflikten durch die Harmonisierung von Moral und ökonomischen Interessen ... 171**

**2 Wettbewerbsstrategien ..... 172**

2.1 Arten von Strategien ..... 172

2.1.1 Unternehmensstrategie ..... 173

2.1.2 Geschäftsbereichsstrategie ..... 174

2.1.3 Funktionsbereichsstrategie ..... 174

2.2 Können Strategien „moralisch“ sein? ..... 174

2.3 Verantwortungsbewusste Strategiewahl am Beispiel Umweltschutz ..... 175

2.3.1 Umweltschutz als Unternehmensziel ..... 175

2.3.2 Umweltbewusste Unternehmensstrategien ..... 176

2.3.3 Umweltbewusste Geschäftsbereichsstrategien ..... 177

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

2.3.4 Umweltbewusste Funktionsbereichsstrategien ... 178
2.3.5 Integration von Moralität in die strategische Unternehmensführung ... 181
2.4 Probleme der Harmonisierung von Moral und Gewinn durch Wettbewerbsstrategien ... 182
2.4.1 Die unterschiedliche Fristigkeit von Kosten und Nutzen ... 182
2.4.2 Die unterschiedliche Bewertbarkeit von Kosten und Nutzen ... 183
2.4.3 Die Unsicherheit hinsichtlich der Reaktion der anderen Marktteilnehmer ... 184

**3 Ordnungspolitische Strategien ... 185**
3.1 Die Notwendigkeit von Ordnungspolitik ... 185
3.2 Staatliche Ordnungspolitik ... 186
3.3 Ordnungspolitische Strategien der Unternehmen ... 187
3.3.1 Unterstützung staatlicher Ordnungspolitik ... 187
3.3.2 Ordnungspolitische Eigeninitiativen ... 188

**4 Marktaustrittsstrategien ... 189**

**VIII Die personale Komponente der Unternehmensethik ... 191**

**1 Die Unverzichtbarkeit der personalen Komponente ... 191**

**2 Führungsethik ... 193**
2.1 Begriffsklärung ... 193
2.1.1 Begriff „Führung“ ... 193
2.1.2 Begriff „Führungsethik“ ... 194
2.2 Personalführungsethik ... 195
2.2.1 Voraussetzungen für ein legitimes Führungsverhältnis ... 195
2.2.2 Die Begrenzung der Weisungsbefugnisse ... 196
2.2.3 Die verantwortungsvolle Gestaltung der Führungsbeziehung ... 197
2.3 Unternehmensführungsethik ... 198
2.3.1 Die Unternehmensführung betrifft alle Stakeholder ... 198
2.3.2 Typische Unternehmensführungsentscheidungen ... 199
2.3.3 Ethik in der Unternehmensführung ... 199
2.3.4 Die besondere Verantwortung der Führungskräfte ... 201

**3 Mitarbeiterethik ... 201**
3.1 Die innerbetriebliche Verantwortung ... 201

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

3.2 Die Verantwortung gegenüber den Stakeholdern ... 202
3.3 Whistle Blowing ... 204
3.3.1 Kennzeichnung des Whistle Blowing ... 204
3.3.2 Bewertung des Whistle Blowing ... 204
3.3.3 Empfehlungen für das Whistle Blowing ... 205

**4 Führungs- und Mitarbeiterethik als Tugendethik ... 207**

4.1 Kennzeichnung von Tugend und Tugenden ... 207
4.2 Grenzen der Tugendethik ... 208

**IX Die innerbetrieblichen Institutionen ... 211**

**1 Die Bedeutung strukturell-systemischer Führung ... 211**

**2 Die institutionelle Unterstützung des Sollens ... 213**

2.1 Formale Werte und Normen: Das Unternehmensleitbild ... 213
2.1.1 Das Unternehmensleitbild als Teil der Zielhierarchie ... 213
2.1.2 Das Bekenntnis zur Verantwortung in Vision und Leitbild ... 214
2.1.3 Einige typische Leitbildaussagen ... 215
2.1.4 Empfehlungen für das Leitbild ... 216
2.1.5 Die Präzisierung der Grundsätze in Zielen und Richtlinien ... 217
2.1.6 Der Prozess der Leitbilderstellung ... 219
2.2 Informale Werte und Normen: Die Unternehmenskultur ... 219
2.2.1 Kennzeichnung der Unternehmenskultur ... 219
2.2.2 Beziehung zwischen Unternehmenskultur und Unternehmensethik ... 221
2.2.3 Ansatzpunkte für ein „Kulturmanagement“ ... 223

**3 Die institutionelle Unterstützung des Wollens ... 226**

3.1 Personalauswahl ... 226
3.1.1 Das Personalauswahlverfahren ... 226
3.1.2 Personalauswahl und Unternehmensethik ... 227
3.1.3 Ansatzpunkte für die Auswahl sittlich orientierter Unternehmensmitglieder ... 229
3.2 Personalbeurteilung und -honorierung ... 232
3.2.1 Motivation durch Anreize ... 232
3.2.2 Der Zusammenhang mit der Unternehmensethik ... 233

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

3.2.2.1 Prinzipien einer gerechten Personalbeurteilung und -honorierung ..... 233
3.2.2.2 Beispiele für Lohnungerechtigkeiten ..... 235
3.2.2.3 Der Ehrliche darf nicht der Dumme sein ..... 238
3.3 Kontrollsysteme ..... 240
3.3.1 Anreizwirkungen der Kontrolle ..... 240
3.3.2 Die Bedeutung der Kontrolle in Compliance- und Integritäts-programmen ..... 242

**4 Die institutionelle Unterstützung des Könnens ..... 245**

4.1 Personalentwicklung ..... 245
4.1.1 Funktion der Personalentwicklung ..... 245
4.1.2 Anlässe für Personalentwicklung ..... 246
4.1.3 Inhalte der Personalentwicklung ..... 247
4.1.4 Methoden und Träger der Personalentwicklung ..... 247
4.1.5 Personalentwicklung als Teil verantwortlichen Personalmanagements ..... 248
4.1.6 Personalentwicklung zur Unterstützung der Unternehmensethik ..... 250
4.1.6.1 Entwicklungsziel: Moralische Kompetenz ..... 250
4.1.6.2 Verbesserung der moralischen Sensibilität ..... 251
4.1.6.3 Verbesserung der moralischen Urteilskraft und Motivation ..... 252
4.1.6.4 Verbesserung der Verständigungskompetenz ..... 254
4.1.6.5 Adressaten der Entwicklung ..... 255
4.1.7 Entwicklungsmethoden ..... 255
4.2 Organisationsstruktur ..... 259
4.2.1 Zusammenhang zwischen Organisationsstruktur und Unternehmens-ethik ..... 259
4.2.2 Abbau von organisationalen Verantwortungsbarrieren ..... 259
4.2.3 Aufbau von organisationalen Unterstützungspotenzialen ..... 262
4.2.3.1 Stellen ..... 263
4.2.3.2 Gremien ..... 265
4.2.3.3 Situative Faktoren ..... 267
4.2.3.4 Vor- und Nachteile spezieller Stellen und Gremien für die Unter-nehmensethik ..... 268
4.3 Informationssysteme ..... 269
4.3.1 Die Einordnung der Informationsaufgabe in das Controlling ..... 269
4.3.2 Die Beziehung von Controlling und Unternehmensethik ..... 270
4.3.2.1 Barrierewirkung des herkömmlichen Controlling ..... 271
4.3.2.2 Unterstützung der Unternehmensethik durch Informations bereitstellung ..... 272

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

4.3.3 Beispiel: Öko-Controlling ... 274
4.3.4 Corporate Social Performance als Information für den Kapitalmarkt ... 275

**X Die überbetrieblichen Institutionen ... 279**

**1 Die institutionelle Unterstützung des Sollens ... 279**

1.1 Gesetze und Verordnungen ... 280
1.1.1 Schutzrechte für Anspruchsgruppen ... 280
1.1.2 Ergänzungsbedürftigkeit der Gesetzgebung ... 281

1.2 Kodizes und Konventionen ... 284
1.2.1 Funktionen, Verbindlichkeit und Geltungsbereiche ... 284
1.2.2 Regelsysteme in Bezug auf Branchen ... 285
1.2.3 Regelsysteme in Bezug auf Produkte ... 286
1.2.4 Berufs- und Standesregeln ... 287
1.2.5 Themenspezifische Regelwerke ... 290
1.2.6 Verhaltenskodizes für Organisationen ... 294

1.3 Globale Regelsysteme und das Problem interkultureller Konflikte ... 299
1.3.1 Vereinheitlichung der Normen als Ziel ... 299
1.3.2 Gibt es universal gültige Werte und Normen? ... 300
1.3.3 Plädoyer für die Anerkennung weltweit gültiger Normen und Werte ... 302

**2 Die institutionelle Unterstützung des Wollens ... 303**

2.1 Kontrollen ... 303
2.1.1 Staatliche Kontrollen ... 304
2.1.2 Kontrollen durch die Öffentlichkeit ... 304
2.1.3 Kontrollen durch wirtschaftsnahe Organisationen und Peer-Kontrolle ... 305
2.1.4 Kontrollen durch gemeinnützige Organisationen ... 306
2.1.5 Kommerzielle Kontrollanbieter ... 307

2.2 Anreize ... 309
2.2.1 Bestrafung von Fehlverhalten ... 309
2.2.2 Kompensation von Zusatzkosten ... 310
2.2.3 Beseitigung von Fehlanreizen ... 310
2.2.4 Generierung von Zusatznutzen ... 311

**3 Die institutionelle Unterstützung des Könnens ... 312**

3.1 Leitlinien für die CSR-Berichterstattung ... 312

3.2 Wirtschaftsethik in der schulischen und universitären Ausbildung ... 316

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

3.3 Verbraucheraufklärung und -bildung ... 320
3.3.1 Das Idealbild vom souveränen Verbraucher ... 320
3.3.2 Mitverantwortung der Verbraucher ... 320
3.3.3 Hilfestellungen für den verantwortungsbewussten Verbraucher ... 321

**Zusammenfassung, Rückblick und Ausblick ... 325**
Zusammenfassung ... 325
Rückblick ... 326
Ausblick ... 327

**Literaturverzeichnis ... 331**

**Initiativen / Institutionen und Internet-Adressen zum Thema ... 351**

**Namensregister ... 357**

**Sachregister mit Glossarhinweisen ... 363**

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.

Titel, Impressum, Inhaltsverzeichnis, Vorwort, 9783825288303, 2024
wurde mit IP-Adresse 185.176.017.196 aus dem Netz der ${institutionUser.displayName} am April 29, 2025 um 08:13:06 (UTC) heruntergeladen.
Das Weitergeben und Kopieren dieses Dokuments ist nicht zulässig.