

Peter Michael Bak

Wirtschafts- und Unternehmensethik

Eine Einführung



eBook
SCHÄFFER
POESCHEL

SCHÄFFER

POESCHEL

Peter Michael Bak

Wirtschafts- und Unternehmensethik

Eine Einführung

2014

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

Diplom-Psychologe Prof. Dr. Peter Michael Bak lehrt an der Hochschule Fresenius in Köln und der Donau-Universität Krems. Er ist als Berater für Unternehmen sowie als Coach für Fach- und Führungskräfte tätig.

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

E-Book ISBN 978-3-7992-6922-3

Dieses 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.

© 2014 Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft · Steuern · Recht GmbH
www.schaeffer-poeschel.de
info@schaeffer-poeschel.de

Einbandgestaltung: Melanie Frasch (Foto: Shutterstock.de)
Layout: Ingrid Gnoth| GD90
Satz: primustype Hurler GmbH, Notzingen

Juni 2014

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart
Ein Tochterunternehmen der Haufe Gruppe

Für meine Kinder Alexander und Susanna

Vorwort

Das vorliegende Buch wurde durch meine verschiedenen Lehrtätigkeiten im Fach Wirtschafts- und Unternehmensethik im Masterstudiengang *Business Psychology* an der Hochschule Fresenius in Köln angeregt. Dabei haben sich immer wieder sehr viele lebendige Diskussionen mit den Studierenden ergeben, die mir zweierlei gezeigt haben: Das Interesse an ethisch-moralischer Orientierung ist sehr groß, die entsprechende Fachliteratur dagegen – insbesondere für Fachfremde – nur mittelbar verständlich, da dem interessierten Leser oft das entsprechende Grundlagenwissen fehlt, um die ethisch-philosophischen Diskussionen einordnen oder verstehen zu können. Zudem mangelt es häufig an konkreten und handhabbaren Beispielen, mit deren Hilfe die grundlegenden Konzepte verstehbar werden. Mein Anliegen ist es daher, einen ganz pragmatischen Zugang zu dem gesamten Themenkomplex der Wirtschafts- und Unternehmensethik anzubieten. Mir geht es weder um einen umfassenden Überblick zum genannten Themenbereich noch um eine theoretische Erweiterung eines bestimmten Konzeptes sondern eher darum, ein grundlegendes Verständnis für ethische Fragestellungen im Bereich unternehmerischen, wirtschaftlichen oder einfach nur im privaten Umfeld zu schaffen. Wie kann man »ethisch denken« und analysieren? Wo liegen mögliche Probleme? Wie kann man sich einer Lösung annähern? Was muss ich dabei berücksichtigen? Warum sind diese Fragen überhaupt von Bedeutung? Das sind die Fragen, die hier im Vordergrund stehen.

Der Sinn des Buches, das sich in erster Linie an Bachelor- und Masterstudierende der Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftspsychologie oder der Kommunikationswissenschaften, aber auch an interessierte Führungskräfte und Laien richtet, wäre aus meiner Sicht dann erfüllt, wenn der Leser nach der Lektüre über ein grundlegendes Verständnis ethischer Fragestellungen verfügte, ein Bewusstsein für theoretisch wie praktische Schwierigkeiten in der Auseinandersetzung mit ethischen Themen entwickelt hätte und selbstständig in der Lage wäre, konkrete Situationen unter ethischen Gesichtspunkten zu analysieren, zu problematisieren und eine grundlegende Vorstellung davon zu entwickeln, wie das Problem gelöst werden könnte.

Peter M. Bak

Saarbrücken, Februar 2014

Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	VII
	Einleitung	XIII
1	Grundbegriffe der Ethik	1
1.1	Moral und Ethos	2
1.2	Soziale Normen	4
1.3	Recht und Gesetz	6
1.4	Ethik	6
1.4.1	Deskriptive Ethik	7
1.4.2	Normative Ethik	7
1.4.2.1	Deontologische Ansätze	8
1.4.2.2	Konsequentialistische Ansätze	9
1.4.3	Ethische Methodenlehre	9
1.4.4	Metaethik	12
1.5	Letztbegründung ethischer Aussagen	12
1.6	Ausblick	14
2	Ethische Perspektiven	17
2.1	Gesinnungsethik	17
2.2	Pflichtenethik	18
2.3	Folgenethik	19
2.4	Utilitarismus	21
2.5	Ethische Entscheidungsmethoden	22
2.5.1	Monologische Ethik	22
2.5.2	Diskursethik	23
2.5.3	Gerechtigkeit als moralisches Leitprinzip	25
2.6	Ausblick	26
3	Moral und Wirtschaft	29
3.1	Ökonomik	29
3.1.1	Zweckrationalität	30
3.1.2	Der Homo oeconomicus	31
3.1.3	Der Homo irrationalis	31
3.1.4	Die freie Marktwirtschaft	32
3.2	Moral und Ökonomik	34
3.2.1	Homann und Lütges Ordnungsethik	36
3.2.2	Peter Ulrichs Integrative Wirtschaftsethik	37
3.2.3	Nachhaltigkeit als Mittler zwischen Ethik und Ökonomik	38
3.3	Ausblick	41

4	Ethik der Wirtschaftsakteure	45
4.1	Konsumentenethik	45
4.2	Produzentenethik	48
4.2.1	Unternehmensstrategie	49
4.2.2	Personal- und Führungsethik.	50
4.3	Arbeitnehmerethik	50
4.4	Investorenethik	51
4.5	Ausblick	54
5	Unternehmensethik.	57
5.1	Das Unternehmen als moralfähiger Akteur	57
5.2	Das Unternehmen als Kontext individueller Entscheidungen.	58
5.3	Organisationsstruktur	58
5.4	Shareholder-Value- und Stakeholder-Value-Ansatz	59
5.5	Umsetzung einer Unternehmensethik	60
5.5.1	Unternehmensleitbild	61
5.5.2	Unternehmenskultur	61
5.5.3	Unternehmensverfassung/Corporate Governance	63
5.5.4	Personalauswahl	64
5.5.4.1	Kriterien an das Auswahlverfahren	64
5.5.4.2	Gewinnung moralischer Mitarbeiter.	65
5.5.4.3	Motivations- und Anreizsysteme.	66
5.5.4.4	Lohngerechtigkeit.	66
5.5.4.5	Personalentwicklung	67
5.5.5	Führungsethik	68
5.5.5.1	Das Problem der Führung	68
5.5.5.2	Personalführung	69
5.5.5.3	Mitarbeiterethik	70
5.5.6	Kontrollsysteme	70
5.5.6.1	Compliance-Management-System	71
5.5.6.2	Weitere Kontrollinstrumente	71
5.5.6.3	Whistle Blowing	72
5.5.7	CSR/Unternehmerische Sozialverantwortung.	73
5.5.8	Management der Verantwortung.	75
5.6	Ausblick	76
6	Wirtschaftsethische Rahmenbedingungen.	79
6.1	Nationale und globale Rahmenordnungen.	79
6.2	Individuelethische Verantwortung innerhalb der Rahmenordnung	81
6.3	Berufsethische Richtlinien	82
6.4	Gesetze, Verordnungen, Regelwerke	82
6.5	Universelle Werte: das Projekt Weltethos	84
6.6	Kontrolle.	85
6.7	Erziehung und Bildung.	86
6.8	Ausblick	87

7	Medienethik	89
7.1	Medienproduzenten.	89
7.2	Mediennutzer.	93
7.2.1	Individuelethische Perspektive.	94
7.2.2	Sozialethische Perspektive	95
7.3	»Neue Medien«	96
7.4	Medienkompetenz.	97
7.5	Ausblick	98

8	Auf zu neuen Ufern: abschließende Reflexionen	101
	Literatur	104
	Sachverzeichnis.	110

