

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	<b>V</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>XII</b>
<b>Kapitel 1: Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Wie wichtig ist (Unternehmens-)Ethik? .....	2
1.1.1 Zwei Perspektiven .....	2
1.1.2 Sind ethische Aussagen trivial? .....	4
1.1.3 Ist Ethik gehaltlos? .....	9
1.1.4 Ist Verantwortung ein „Luxus“? .....	10
1.2 Sieben Thesen .....	12
1.3 Spielzüge, Spielregeln, Spielverständnis .....	17
1.3.1 Das Schema .....	17
1.3.2 Das Beispiel Straßenverkehr .....	19
1.3.3 Das Beispiel Sport .....	21
1.3.4 Das Beispiel Gesundheitswesen .....	25
1.4 „Is Business Bluffing Ethical?“ .....	30
Interview Michael Cortelletti .....	34
<b>Erster Abschnitt: Moralisches Urteilsvermögen</b> .....	<b>37</b>
Einleitung .....	37
<b>Kapitel 2: Freiheit</b> .....	<b>38</b>
2.1 Der Wert der Freiheit .....	38
2.2 Freiheit und das Drei-Ebenen-Schema .....	39
2.2.1 Spielzüge .....	39
2.2.2 Spielregeln .....	40
2.2.3 Spielverständnis .....	40
2.3 Wollen und Können: Der praktische Syllogismus .....	42
2.4 Investieren in Bedingungen .....	46
2.4.1 Einleitung .....	46
2.4.2 Das Konzept Investition .....	48
2.4.3 Selbstbindung (I) .....	49
2.4.4 Investitionen in Bedingungen .....	51
<b>Kapitel 3: Kooperation</b> .....	<b>54</b>
3.1 Einbettung in Interaktionen .....	54
3.2 Formen der Kooperation .....	55

**VIII Inhaltsverzeichnis**

3.2.1	Nutzung von Gemeingütern .....	56
3.2.2	Wechselseitige Anerkennung von Verfügungsrechten .....	56
3.2.3	Ressourcenzusammenlegung .....	57
3.2.4	Tausch .....	58
3.2.5	Arbeitsteilung .....	58
3.2.6	Risikomanagement .....	59
3.3	Dilemmastrukturen .....	59
<b>Kapitel 4: Vertrauen .....</b>		<b>64</b>
4.1	Einführung .....	64
4.2	Funktionen von Vertrauen .....	67
4.3	Das Vertrauensspiel .....	69
4.3.1	Der Vertrauensgeber .....	71
4.3.1.1	Verletzlichkeit .....	72
4.3.1.2	Auszahlungen .....	73
4.3.1.3	Unsicherheit .....	74
4.3.1.4	Alternativen .....	75
4.3.1.5	Erwartungen des Vertrauensgebers .....	77
4.3.1.6	Arten des Vertrauens .....	81
4.3.1.7	Einstellung („Spielverständnis“) des Vertrauensgebers .....	81
4.3.2	Der Vertrauensnehmer .....	83
4.3.2.1	Situativer Interessenkonflikt .....	83
4.3.2.2	Selbstbindung (II) .....	85
4.3.2.3	Vertrauenswürdigkeit .....	87
	Exkurs: Start-ups, Business Angels und Vertrauen .....	90
4.4	Signale .....	93
4.4.1	Allgemeines .....	93
4.4.2	Eine fundamentale Asymmetrie .....	94
4.4.3	Relevante Inkonsistenzen (I) .....	97
	Beispiel: Kaffeefahrten .....	104
4.5	Handlungsmöglichkeiten des Vertrauensgebers .....	105
4.5.1	Screening .....	106
	Exkurs: Vertrauensindustrie .....	107
4.5.2	Gestaltung der Handlungsbedingungen des Vertrauensnehmers .....	110
4.5.3	Kontrolle .....	111
4.6	Dialog .....	113
	Exkurs: Der Wittenberg-Prozess der Chemie-Sozialpartner .....	114
	Interview Michael Vassiliadis .....	117
<b>Kapitel 5: Das größere Bild .....</b>		<b>122</b>
5.1	Einführung .....	122
5.2	Die Sozialdimension .....	123
5.2.1	Unerwünschte Kooperationen .....	124
5.2.2	Erwünschte Konflikte (Wettbewerb) .....	126

Exkurs: Zwei Arten von Wettbewerbsprozessen .....	129
5.2.3 Der Referenzpunkt: gesellschaftliche Kooperation bzw. Konsens .....	130
5.3 Die Zeitdimension .....	132
5.3.1 Einführung .....	132
5.3.2 Stabilität und Wandel .....	133
5.3.3 Vermögenswerte .....	135
5.3.4 Die Vermeidung von Endspielen .....	136
5.3.5 Die Kostbarkeit der Zeit .....	138
<b>Kapitel 6: Handlungsorientierungen .....</b>	<b>140</b>
6.1 Orientierungspunkte .....	140
6.2 Versprechen .....	143
6.3 Regeln .....	144
6.3.1 Einführung .....	144
6.3.2 Die Funktion von Regeln .....	145
6.3.3 Das Dilemma zweiter Ordnung .....	148
6.3.4 Die Kosten von Regeln .....	150
6.3.5 Die Offenheit von Regeln .....	151
6.3.6 Spielregeln und Spielverständnis .....	152
6.4 Werte .....	153
6.4.1 Funktionen von Werten .....	153
6.4.2 „Grundwerte“ .....	155
6.4.2.1 Solidarität .....	155
6.4.2.2 Respekt .....	156
6.4.2.3 Fairness .....	158
6.4.2.4 Nachhaltigkeit .....	159
<b>Kapitel 7: Der <i>moral point of view</i> .....</b>	<b>162</b>
7.1 Moralisches Urteilsvermögen .....	162
7.2 Aspekte moralischer Urteile .....	164
7.2.1 Handlungsfolgen .....	165
7.2.2 Intentionen .....	167
7.2.3 Tugenden .....	169
7.2.4 Institutionen .....	172
7.3 Verantwortung .....	173
7.4 Bereuen .....	176
7.4.1 Der Grundgedanke .....	176
7.4.2 Stufen des Bereuens .....	177
7.4.3 Die Verantwortlichkeit der anderen Seite .....	179
7.5 Relevante Inkonsistenzen (II) .....	180
7.6 Der Unparteiische Betrachter .....	182
7.6.1 Die Idee .....	182
7.6.2 Der normativistische Kurzschluss .....	183
7.6.3 Der empiristische Kurzschluss .....	185

## **X Inhaltsverzeichnis**

7.7 Die Goldene Regel.....	187
Exkurs: Tit-for-Tat – Dispositionen, die die Zusammenarbeit zum gegenseitigen Vorteil begünstigen .....	191
<b>Zweiter Abschnitt: Werte und Wirklichkeit.....</b>	<b>195</b>
Einleitung .....	195
Beispiel: Was hindert uns an gegenseitiger Wertschätzung? .....	197
<b>Kapitel 8: Der Grundkonflikt von Moral und Eigeninteresse .....</b>	<b>201</b>
<b>Kapitel 9: Bedingungen .....</b>	<b>206</b>
9.1 Die menschliche Natur .....	207
9.1.1 Einführung.....	207
9.1.2 Anreize: Die Macht situativer Umstände .....	211
9.1.3 Urteile: Die Macht selektiver Wahrnehmungsmuster .....	216
9.2 Die Zeitdimension.....	219
9.2.1 Das Problem des Vergessens .....	220
9.2.2 Das Problem der Myopie .....	221
9.2.3 Das Problem der Zeitknappheit.....	224
9.3 Sozialdimension.....	226
9.3.1 Einführung.....	226
9.3.2 Entfremdung und die Funktionalität sozialer Systeme .....	229
9.3.3 Die Probleme kollektiver Selbstbindung.....	230
<b>Dritter Abschnitt: Die Verantwortung von Unternehmen .....</b>	<b>235</b>
Einleitung .....	235
<b>Kapitel 10: Märkte als Kontexte von Unternehmen.....</b>	<b>237</b>
10.1 Die Kritik an der Marktwirtschaft.....	238
10.2 Ist eine Zentralverwaltungswirtschaft eine relevante Alternative?.....	239
10.3 Die Funktionsweise von Märkten .....	241
10.4 Die moralische Qualität von Märkten.....	243
10.5 Bedingungen funktionierender Marktwirtschaft .....	244
Interview Stephen B. Young .....	247
<b>Kapitel 11: Unternehmen als Zurechnungssubjekte für Verantwortung.....</b>	<b>251</b>
11.1 Was ist ein Unternehmen?.....	251
11.2 Unternehmen als Träger von Verantwortung.....	255
11.3 Die Organisation von Verantwortung.....	258
11.4 Gemeinsamkeiten und Unterschiede zwischen natürlichen und korporativen Akteuren.....	259

<b>Kapitel 12: Die Verantwortung von Unternehmen</b> .....	<b>264</b>
12.1 Einleitung.....	264
12.2 Unternehmensverantwortung durch Wohltätigkeit? .....	266
12.3 Unternehmensverantwortung durch Gewinnerzielung? .....	268
12.4 Unternehmensverantwortung durch Erfüllung legitimer Vertrauenserwartungen.....	272
Interview Dietmar Kokott .....	278
<b>Kapitel 13: Relevante Inkonsistenzen (III)</b> .....	<b>283</b>
13.1 Zum Verständnis relevanter Inkonsistenzen.....	283
Beispiel: Der Fall der Dongria Kondh .....	287
Beispiel: Der Fall Ford Pinto.....	288
Beispiel: Der Fall Enron .....	291
13.2 Identifikation .....	293
13.3 Diagnose.....	298
13.3.1 Die Umweltbedingungen des Unternehmens .....	299
13.3.2 Das „Wollen“ des Unternehmens.....	300
13.3.3 Das „Können“ des Unternehmens.....	301
13.3.4 Stakeholdererwartungen .....	303
13.4 Prävention.....	304
13.4.1 Intentionen .....	305
13.4.2 Tugenden .....	308
Exkurs: Whistleblowing .....	310
13.4.3 Unterstützende institutionelle Strukturen.....	312
Exkurs: Die Federal Sentencing Guidelines .....	314
13.5 Therapie.....	317
<b>Ausblick: Die Verantwortung der Stakeholder</b> .....	<b>320</b>
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>324</b>
<b>Personenregister</b> .....	<b>333</b>