

# Auf einen Blick

---

<b>Über die Autoren</b> .....	<b>9</b>
<b>Einführung</b> .....	<b>21</b>
<b>Teil I: Mensch, Gesellschaft und das Verhältnis von Ethik und Wirtschaft</b> .....	<b>31</b>
<b>Kapitel 1:</b> Worum es bei Wirtschaftsethik geht .....	33
<b>Kapitel 2:</b> Ethik als Lehre vom tugendhaften Leben .....	41
<b>Kapitel 3:</b> Menschenrechte, Moral, Recht und Gerechtigkeit .....	63
<b>Kapitel 4:</b> Die Quellen von Fortschritt und Wohlstand .....	77
<b>Kapitel 5:</b> Wirtschaftsethik und Globalisierung .....	101
<b>Teil II: Wohlstand für alle – Individuelle Freiheit und Sozialbindung</b> .....	<b>125</b>
<b>Kapitel 6:</b> Der dritte Weg: Die Soziale Marktwirtschaft und ihre Institutionen .....	127
<b>Kapitel 7:</b> Der Staat als Sachwalter der Interessen seiner Bürger .....	145
<b>Teil III: Anspruch und Wirklichkeit der sozialen Marktwirtschaft</b> .....	<b>163</b>
<b>Kapitel 8:</b> Wirtschaftsethische Konflikte durch Marktversagen .....	165
<b>Kapitel 9:</b> Wenn der Staat versagt .....	189
<b>Kapitel 10:</b> Die wachsende Kluft zwischen Arm und Reich .....	211
<b>Teil IV: Unternehmensverantwortung als freiwillige Selbstverpflichtung</b> .....	<b>235</b>
<b>Kapitel 11:</b> Unternehmen als verantwortungsbewusster Teil der Gesellschaft .....	237
<b>Kapitel 12:</b> Organisatorische Umsetzung ethischer Grundsätze im Unternehmen... ..	249
<b>Kapitel 13:</b> Ethik als Geschäftsmodell .....	261
<b>Kapitel 14:</b> Ethik als neues Pflichtprogramm – der Einfluss der Stakeholder .....	275
<b>Teil V: Der Top-Ten-Teil</b> .....	<b>287</b>
<b>Kapitel 15:</b> Zehn wichtige Erkenntnisse für mehr Ethik in der Wirtschaft .....	289
<b>Kapitel 16:</b> Zehn Fälle der realen Wirtschafts- und Unternehmensethik .....	299
<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	<b>317</b>

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>Über die Autoren</b> .....	<b>9</b>
<b>Einführung</b> .....	<b>21</b>
Über dieses Buch.....	21
Konventionen in diesem Buch.....	25
Was Sie nicht lesen müssen.....	26
Törichte Annahmen über den Leser.....	26
Wie dieses Buch aufgebaut ist.....	26
Teil I: Mensch, Gesellschaft und das Verhältnis von Ethik und Wirtschaft ...	27
Teil II: Wohlstand für alle – individuelle Freiheit und Sozialbindung .....	27
Teil III: Anspruch und Wirklichkeit der (sozialen) Marktwirtschaft .....	27
Teil IV: Unternehmensverantwortung als freiwillige Selbstverpflichtung ..	28
Teil V: Der Top-Ten-Teil .....	28
Symbole, die in diesem Buch verwendet werden.....	29
Wie es weitergeht .....	29
<b>TEIL I</b>	
<b>MENSCH, GESELLSCHAFT UND DAS VERHÄLTNIS VON ETHIK</b>	
<b>UND WIRTSCHAFT</b> .....	<b>31</b>
<b>Kapitel 1</b>	
<b>Worum es bei Wirtschaftsethik geht</b> .....	<b>33</b>
Interessen und Werte, die unser Leben bestimmen .....	34
Tauschen und Gerechtigkeit .....	35
Wer sich mit wirtschaftsethischen Fragen beschäftigt.....	37
<b>Kapitel 2</b>	
<b>Ethik als Lehre vom tugendhaften Leben</b> .....	<b>41</b>
Die Natur des Menschen und der Gemeinschaft – Egoismus und Altruismus... ..	41
Egoisten und Gutmenschen.....	45
Spieltheoretische Betrachtung.....	47
Die Auszahlungsmatrix als Ergebnis von egoistischen oder kooperativen	
Entscheidungen .....	47
Das elfte Gebot: Lass Dich nicht erwischen .....	49
Die Bedeutung von Macht .....	51
Liebe Deinen Nächsten wie Dich selbst .....	52
Vertrauen ist gut.....	54
Ein guter und glücklicher Mensch sein – Individualethik.....	55
Ein tugendhaftes Leben führen .....	55
Die sieben Hauptlaster .....	56
Gebote eines guten Lebens .....	58
Besitz versus Besitzlosigkeit.....	58

Ein guter Ökonom . . . . .	59
Das Leitbild des ehrbaren Kaufmanns . . . . .	60
Ein Vorbild sein . . . . .	61

**Kapitel 3  
Menschenrechte, Moral, Recht und Gerechtigkeit . . . . . 63**

Universelle Menschenrechte . . . . .	63
Moral – von den inneren zu den äußeren Regeln . . . . .	65
Wirtschaftsethik als Diskussion über Regeln . . . . .	66
Von der individuellen Ebene auf die Ebene der staatlichen Gemeinschaft . . . . .	67
Philosophische Herangehensweisen an Wirtschaftsethik . . . . .	67
Die teleologische Herangehensweise . . . . .	70
Konsensuale Wirtschaftsethik . . . . .	72
Individuelle Freiheit und Selbstverpflichtung . . . . .	73
Das Ziel der Verteilungsgerechtigkeit . . . . .	75

**Kapitel 4  
Die Quellen von Fortschritt und Wohlstand . . . . . 77**

Kapitalismus ist gut . . . . .	77
Die alte Form des Wirtschaftens . . . . .	78
Auf dem Weg in eine marktwirtschaftliche Wirtschaft . . . . .	80
Durch eigener Hände Anstrengung – menschliche Arbeitskraft . . . . .	81
Wichtige Freiheitsrechte . . . . .	82
Der Beginn einer kapitalistischen Marktwirtschaft . . . . .	84
Allokationseffizienz und Preise . . . . .	85
Der Qualitätswettbewerb . . . . .	88
Vielfalt und Wettbewerb der Ideen und Fortschritt . . . . .	89
Wohlstand und Selbstbestimmung . . . . .	90
Kapitalismus ist böse . . . . .	91
Ausbeutung und neue Knechtschaft . . . . .	91
Entfremdung von der Arbeit . . . . .	93
Trend zur Monopolbildung . . . . .	93
Das zwangsläufige Ende des Kapitalismus . . . . .	94
Die Idee der Genossenschaft . . . . .	97
Der Staat als Anbieter und Steuermann . . . . .	98
Versöhnliches am Ende . . . . .	98

**Kapitel 5  
Wirtschaftsethik und Globalisierung . . . . . 101**

Vorteile der Globalisierung . . . . .	101
Am Internationalen Handel teilnehmen und Armut überwinden . . . . .	102
Theorien des internationalen Handels . . . . .	103
Der Merkantilismus . . . . .	104
Klassische Außenhandelstheorie . . . . .	105
Theorie der komparativen Kostenvorteile und Weiterentwicklungen . . . . .	105
Die Theorie unterschiedlicher Faktorausstattungen . . . . .	106
Internationale Standorttheorie . . . . .	106
Ein Zwischenergebnis zur Außenhandelstheorie . . . . .	106

Die Nachteile der Globalisierung . . . . .	107
Die Realität wirft Fragen auf . . . . .	107
Monokulturen und Umweltzerstörung . . . . .	108
Schädliche Tendenz zu Monokulturen in der Landwirtschaft . . . . .	108
Die internationale Arbeitsteilung . . . . .	109
Die Gefahr der Umweltzerstörung . . . . .	111
Die Macht von Konzernen und entwickelten Staaten . . . . .	112
Unterschiedliche Entwicklungsstadien der Volkswirtschaften . . . . .	113
Die Macht der Konzerne und ihrer politischen Vertretung . . . . .	115
Negative externe Effekte . . . . .	116
Ein besonderes Problem: Konsumentenversagen . . . . .	117
Unzureichende institutionelle Regelungen in vornehmlich nicht demokratischen Ländern . . . . .	119
Despoten und fehlende Rechtssicherheit . . . . .	119
Das Problem Landraub . . . . .	119
Unterschiedliche Arbeitnehmerrechte . . . . .	120
Nationen können scheitern . . . . .	122

**TEIL II  
WOHLSTAND FÜR ALLE – INDIVIDUELLE FREIHEIT  
UND SOZIALBINDUNG . . . . . 125**

**Kapitel 6  
Der dritte Weg: Die soziale Marktwirtschaft und ihre Institutionen . . . . . 127**

Die Rolle der europäischen Union . . . . .	127
Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg . . . . .	128
Die Grundideen: Vorrang des Marktes und sozialer Frieden . . . . .	129
Selbstverantwortung und Gemeinsinn . . . . .	130
Selbstverantwortung als Freiheit und Verpflichtung: Subsidiarität . . . . .	131
Gemeinsinn: Solidarität nur im Notfall . . . . .	131
Die zum sozialen Frieden passende Wirtschaftsordnung: ordoliberaler Prinzipien . . . . .	132
Die sechs Prinzipien einer liberalen Marktordnung . . . . .	132
Fünf zu gestaltende Bereiche . . . . .	133
Wirtschaftspolitische Ziele: Das Magische Viereck . . . . .	133
Vom Viereck zum Sechseck . . . . .	135
Der Sozialstaat als Ausgleich des Kapitalismus . . . . .	136
Rechtliche Verankerung und Prinzipien des Sozialstaats . . . . .	137
Das Recht auf Eigentum und die Sozialbindung . . . . .	141
Recht auf Eigentum . . . . .	141
Die Sozialbindung . . . . .	142

**Kapitel 7  
Der Staat als Sachwalter der Interessen seiner Bürger . . . . . 145**

Der Staat als Anbieter öffentlicher Güter . . . . .	145
Was der Staat Gutes für die Bürger tut . . . . .	146
Was der Staat wünscht, erzwingt oder nicht möchte . . . . .	149

Freiwillige Berichterstattung und Berichtspflichten . . . . .	151
Entstehung der Nachhaltigkeitsberichterstattung . . . . .	152
Gesetzliche Berichtspflichten . . . . .	153
Weitere Akteure und Institutionen der sozialen Marktwirtschaft . . . . .	154
Funktionsfähiger Wettbewerb . . . . .	154
Verbraucherschutz und die Rolle der Medien . . . . .	156
Mitbestimmung im Unternehmen . . . . .	157
Die Rolle der Kirchen . . . . .	159
Sozial- und Wohlfahrtsverbände . . . . .	159
Die Garantie der Rechtsstaatlichkeit . . . . .	160

**TEIL III**  
**ANSPRUCH UND WIRKLICHKEIT**  
**DER SOZIALEN MARKTWIRTSCHAFT . . . . . 163**

**Kapitel 8**  
**Wirtschaftsethische Konflikte durch Marktversagen . . . . . 165**

Anspruch und Wirklichkeit . . . . .	165
Weitere Formen von Marktversagen . . . . .	166
Kein Markt erwünscht oder möglich . . . . .	167
Undefinierte Eigentums- und Handlungsrechte . . . . .	170
Marktversagen durch Informationsasymmetrien . . . . .	171
Die Existenz von Kontraktgütern . . . . .	174
Nash-Gleichgewicht und Kundenversagen . . . . .	177
Märkte, gesellschaftlicher Fortschritt und Rechtsentwicklung . . . . .	181
Erfahrungen mit neuen Märkten . . . . .	181
Dinge neu regeln . . . . .	182
Selbstverpflichtungen von Unternehmen . . . . .	186

**Kapitel 9**  
**Wenn der Staat versagt . . . . . 189**

Auch der Staat kann versagen . . . . .	189
Die Gegenwart der Politiker und die Zukunft der Gemeinschaft . . . . .	193
Das Wesen der Bürokratie . . . . .	194
Lobbyismus: Wenn die Wirtschaft die Regeln selbst schreibt . . . . .	198
Personelle Verstrickungen und Einfluss auf die Gesetzgebung . . . . .	199
Vorteilsnahme und Vetternwirtschaft . . . . .	201
Steuervermeidung und Steuerhinterziehung . . . . .	202
Recht kann nicht alles regeln . . . . .	206
Die Regeln des Staates wirken manchmal willkürlich . . . . .	207
Entmündigung der Bürger . . . . .	207
Unverständliche Eingriffe in der Umsatzbesteuerung . . . . .	209

**Kapitel 10**  
**Die wachsende Kluft zwischen Arm und Reich . . . . . 211**

Arme und Reiche . . . . .	212
Einige Rahmendaten zu Reichtum und Armut . . . . .	214

Einkommen, Vermögen und Chancengleichheit .....	214
Erben und Vererben .....	217
Verteilung von Reichtum und Vermögen .....	218
Die Steuergerechtigkeit .....	220
Das Äquivalenzprinzip .....	220
Das Prinzip der Leistungsfähigkeit in der Besteuerung .....	221
Die Opfertheorie oder was ist ein akzeptabler Beitrag .....	221
Steuerprogression und staatliche Umverteilung .....	223
Die Besteuerung sehr reicher Menschen .....	225
Verteilungsgerechtigkeit herstellen, damit endlich Ruhe ist .....	227
Chancengleichheit durch Bildungsgerechtigkeit .....	231
Die Wirkung von bedingungslosen Transferleistungen .....	231
Vorschläge für eine gerechtere Verteilung .....	233

**TEIL IV  
UNTERNEHMENSVERANTWORTUNG  
ALS FREIWILLIGE SELBSTVERPFLICHTUNG ..... 235**

**Kapitel 11  
Unternehmen als verantwortungsbewusster Teil der  
Gesellschaft ..... 237**

Corporate Social Responsibility .....	237
Modelle von Corporate Social Responsibility .....	237
Die Notwendigkeit gesellschaftlicher Verantwortungsübernahme .....	239
Die Ausgestaltung von Corporate Social Responsibility .....	240
Corporate Citizenship .....	241
Corporate-Citizenship-Modelle .....	241
Die erweiterte Perspektive von Corporate Citizenship .....	242
Nachhaltigkeit in Unternehmen – Corporate Sustainability .....	244
Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung .....	244
Nachhaltigkeit in Unternehmen .....	245
Der Drei-Säulen-Ansatz der Nachhaltigkeit .....	246
Unternehmen – Getriebene und Treiber gesellschaftlicher Verantwortungsübernahme .....	247

**Kapitel 12  
Organisatorische Umsetzung ethischer Grundsätze  
im Unternehmen ..... 249**

Ethikkodizes, Ethikabteilung, Ethikbeauftragte .....	249
Kodifizierung ethischen Verhaltens .....	250
Zuständigkeiten im Unternehmen .....	251
Zertifizierte Ethikstandards .....	252
Internationale Rahmenwerke .....	252
ISO Standards .....	256
SA 8000 .....	258
Reichweite der Verantwortung – Monitoring der Zulieferkette .....	259

<b>Kapitel 13</b>	
<b>Ethik als Geschäftsmodell</b> .....	<b>261</b>
Ethik als strategisches Unterscheidungsmerkmal .....	261
Differenzierung durch Kostenvorteile .....	261
Differenzierung durch Reputationsvorteile .....	263
Märkte für ethische Investments .....	265
Anleger und Anlageformen .....	265
Ansätze ethischen Investierens .....	266
Performance ethischer Investments .....	267
Crowdfunding – ethisches Investieren für alle .....	268
Fairtrade, Bio, Grün – Ethiklabels .....	269
Ethische Konsumenten als Kunden des ethischen Unternehmens .....	271
LoHaS – Lifestyles of Health and Sustainability .....	271
LoVoS – Lifestyles of Voluntary Simplicity .....	272
Konsequenzen für Unternehmen .....	273

<b>Kapitel 14</b>	
<b>Ethik als neues Pflichtprogramm – der Einfluss der Stakeholder</b> .....	<b>275</b>
Interessenvertreter der Kunden: Kundenbeirat und Verbraucherschutz .....	275
Der Kundenbeirat als Interessenvertreter .....	276
Verbraucherschutz – Interessenvertretung durch den Staat und Verbände .....	276
Politische Konsumenten .....	279
Unternehmens- und Konsumentenmacht .....	279
So handeln politische Konsumenten .....	280
Aktionäre als politische Konsumenten .....	281
Ziele des politischen Konsums .....	282
Die Rolle von Nichtregierungsorganisationen .....	283
NGOs als Interessenvertreter .....	284
NGOs als »Wächter« der Unternehmensethik .....	284
Möglichkeiten und Grenzen der Einflussnahme .....	286

<b>TEIL V</b>	
<b>DER TOP-TEN-TEIL</b> .....	<b>287</b>

<b>Kapitel 15</b>	
<b>Zehn wichtige Erkenntnisse für mehr Ethik in der Wirtschaft</b> .....	<b>289</b>
Was du nicht willst, das man dir tut, das füg auch keinem anderen zu .....	290
Gerechtigkeit für jedermann .....	291
Auf die Kräfte des Marktes bauen .....	292
Mehr Kooperation statt weniger hilft .....	292
Es lebe die Transparenz .....	293
Konflikte müssen ausgeräumt und nicht verschoben werden .....	294
Nicht mit dem Finger auf andere zeigen .....	294

Am Anfang das Ende bedenken .....	296
Tue Gutes und rede darüber .....	296
Ehrlich währt am längsten .....	296

## **Kapitel 16**

### **Zehn Fälle der realen Wirtschafts- und Unternehmensethik .....**

<b>Zehn Fälle der realen Wirtschafts- und Unternehmensethik .....</b>	<b>299</b>
Milchpulver von Nestlé .....	299
Brent-Spar – Boykott von Shell .....	301
Bekleidung aus Bangladesch .....	303
Fentanyl – eine neue »Killerdroge« .....	305
Selbstmord für das iPhone – Foxconn und Apple .....	306
Palmöl – umstrittener Alleskönner .....	308
Discountpolitik – Wirtschaftsethik bei »Billigheimern« .....	309
Gemeine Gemeinden: Wenn Anlieger ein Anliegen haben .....	311
Paradiesische Zustände .....	312
Nachhaltige Vergütung von (Bank-)Managern .....	313

<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>317</b>
-----------------------------------	------------