

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VI
I. Einleitung.....	1
1. Ethische Herausforderungen für das Management	1
2. Methodik.....	5
II. Bedeutung der Ethik für das Management.....	10
1. Ethik als Theorie über die Moral	10
1.1 Moral.....	10
1.1.1 Begriffliche Abgrenzung	10
1.1.2 Entwicklung von moralischen Urteilen	12
1.1.3 Institution als moralischer Akteur	16
1.2 Ethik.....	21
1.2.1 Begriffliche Abgrenzung	21
1.2.2 Letztbegründungsversuche	28
2. Management als Theorie über das Unternehmen	31
2.1 Strategischer Managementprozeß.....	31
2.2 Prinzipal-Agenten-Theorie	36
3. Drei-Ebenen-Konzeption von Ethik und Management	40
3.1 Grundlagen der Drei-Ebenen-Konzeption	40
3.2 Makroebene: Wirtschaftsethik	43
3.3 Mesoebene: Unternehmensethik	47
3.4 Mikroebene: Führungsethik	48

III. Regulative Ideen in der philosophischen Ethik	55
1. Charakter regulativer Ideen.....	55
2. Regulative Ideen in der Antike	61
2.1 Regulative Ideen bei Platon.....	61
2.2 Regulative Ideen bei Aristoteles	64
3. Regulative Ideen in der Neuzeit/Gegenwart	67
3.1 Regulative Ideen bei Smith.....	67
3.2 Regulative Ideen bei Kant.....	71
3.3 Regulative Ideen bei Jonas	75
3.4 Regulative Ideen bei Rawls	80
3.5 Regulative Ideen bei Apel.....	85
IV. Holistisches Shareholder-Value-Konzept	95
1. Stakeholder-Konzept	95
1.1 Koalitionstheorie der Unternehmung	95
1.2 Evaluation der Anspruchsgruppen	102
1.3 Kritische Würdigung	111
2. Shareholder-Value-Konzept.....	113
2.1 Kontrakttheorie der Unternehmung.....	113
2.2 Shareholder-Value-Analyse.....	116
2.3 Steuerungsgrößen	127
2.4 Kritische Würdigung	135
3. Integration in ein holistisches Shareholder-Value-Konzept	142
3.1 Holistischer Ansatz	142
3.2 Wertbegriffe in Ökonomie und Philosophie	154
3.3 Nachhaltigkeitsanspruch des Konzepts.....	157
3.4 Ethik-Kommissionen und Ethik-Ombudspersonen.....	159

V. Shareholder-Value-Gedanken aus der Philosophie.....164

1. Legitimationsansätze aus der Ethik	164
1.1 Grundlagen	164
1.2 Shareholder-Value-Konzept in der Antike	166
1.2.1 Platon und Shareholder-Value-Konzept	166
1.2.2 Aristoteles und Shareholder-Value-Konzept	171
1.3 Shareholder-Value-Konzept in der Neuzeit/Gegenwart	177
1.3.1 Smith und Shareholder-Value-Konzept	177
1.3.2 Kant und Shareholder-Value-Konzept	182
1.3.3 Jonas und Shareholder-Value-Konzept	185
1.3.4 Rawls und Shareholder-Value-Konzept	189
1.3.5 Apel und Shareholder-Value-Konzept	192
2. Ziele und Interessen im Shareholder-Value-Konzept	196
2.1 Grundlagen	196
2.2 Interessengruppen	199
2.3 Sozialpflichtigkeit des Kapitals	202
2.4 Ethische Verpflichtung der Stakeholder	206
2.5 Interessenarten	210
2.5.1 Eigeninteresse und Gesamtinteresse	210
2.5.2 Positionierung auf die drei Evaluationsebenen	214
2.5.3 Beziehung von ethischen und ökonomischen Interessen	216
2.5.4 Gewichtung von ethischen und ökonomischen Interessen	220
3. Unternehmensethik und Shareholder-Value-Konzept	225
3.1 Ansatz von Homann	225
3.2 Ansatz von Ulrich	241
3.3 Ansatz von Steinmann	249

VI. Bewertungskriterien.....255

1. Bewertungskriterien als regulative Ideen	255
2. Hard-Fact-Bewertungskriterien	261
2.1 Rechnungslegung	261
2.2 Wertorientierte Entlohnung	266
2.3 Performance	277
2.4 Dividendenpolitik und Aktienrückkauf	281
2.5 Konzernportfolio	285

3. Soft-Fact-Bewertungskriterien	293
3.1 Vision	293
3.2 Corporate Identity	299
3.3 Führungsprinzipien	302
3.4 Geschäftsbericht	304
3.5 Investor Relations	309

VII. Empirische Erhebung.....316

1. Grundlagen, Ziele und Methodik	316
2. Deskription	321
2.1 Unternehmen	321
2.2 Unternehmensberatungen	326
2.3 Universitäten	329
3. Analyse	332
4. Implikationen	338
4.1 Implikationen für die Hard-Fact-Bewertungskriterien	338
4.2 Implikationen für die Soft-Fact-Bewertungskriterien	340

VIII. Ethische Implikationen.....342

1. Mesoethische Trends als Herausforderung für die Zukunft	342
1.1 Charakter mesoethischer Herausforderungen	342
1.2 Globalisierung und Internationalisierung	345
1.3 Virtualisierung und Wissensmanagement	348
1.4 Fusionen und Übernahmen	351
1.5 Legitimations- und Risikomanagement	354
2. Zusammenfassung	357

Literaturverzeichnis	362
----------------------------	-----

Anhang: Empirische Erhebung	402
-----------------------------------	-----

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ethik von Organisationen: Moralische Entwicklungsstufen	018
Abbildung 2: Characteristics of transformational and transactional leaders.....	053
Abbildung 3: Idealebene und Realebene.....	056
Abbildung 4: Ethik und Moral.....	057
Abbildung 5: Die Kategorisierung der Umwelt der Unternehmung.....	104
Abbildung 6: Die Drei-Ebenen-Matrix.....	108
Abbildung 7: Das Endwert-Portfolio.....	122
Abbildung 8: Wertsteigerungsnetzwerk	124
Abbildung 9: Die Valcor-Matrix der Wertsteigerungsstrategien.....	126
Abbildung 10: Die „Verantwortungslücke“ zwischen betriebswirtschaftlich-organisatorischer und ethischer Verantwortung	187
Abbildung 11: Interessenpositionierung auf die drei Ebenen.....	214
Abbildung 12: Vier-Quadranten-Schema	230
Abbildung 13: Incentive Programm der SGL.....	270
Abbildung 14: Unternehmensrendite und Eigentümerrendite	310
Abbildung 15: Die unterschiedlichen Legitimationsmöglichkeiten der Unternehmen	355