

Andreas Suchanek

Unternehmensethik

In Vertrauen investieren

Mohr Siebeck

Inhalt

Vorwort	V
Abbildungsverzeichnis	XII
Kapitel 1: Einleitung	1
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
Erster Abschnitt: Moralisches Urteilsvermögen	37
Einleitung	37
Kapitel 2: Freiheit	38
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
Kapitel 3: Kooperation	54
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
Kapitel 4: Vertrauen	64
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
Kapitel 5: Das größere Bild	122
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
Kapitel 6: Handlungsorientierungen	140
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
Kapitel 7: Der <i>moral point of view</i>	162
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
Zweiter Abschnitt: Werte und Wirklichkeit.....	195
Einleitung	195
Beispiel: Was hindert uns an gegenseitiger Wertschätzung?	197
Kapitel 8: Der Grundkonflikt von Moral und Eigeninteresse	201
Kapitel 9: Bedingungen	206
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
Dritter Abschnitt: Die Verantwortung von Unternehmen	235
Einleitung	235
Kapitel 10: Märkte als Kontexte von Unternehmen.....	237
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
Kapitel 11: Unternehmen als Zurechnungssubjekte für Verantwortung.....	251
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

Kapitel 12: Die Verantwortung von Unternehmen	264
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
Kapitel 13: Relevante Inkonsistenzen (III)	283
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
Ausblick: Die Verantwortung der Stakeholder	320
Literaturverzeichnis	324
Personenregister	333