

Antonius Keller

Stellenwert der Ethik für

In Theorie und Praxis

Diplomica® Verlag GmbH

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	I
Abkürzungsverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	VII
1. Einführung	1
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Zielsetzung und Aufbau der Arbeit.....	2
2. Ethik - Gegenstand der Betrachtung	3
2.1 Moral, Ethos und Ethik.....	3
2.2 Normen, Maxime, Güter und Werte.....	6
2.3 Verantwortung.....	7
3. Merkmale zur Bestimmung des Stellenwerts der Ethik für unternehmerisches Handeln	8
3.1 Ethik-Management.....	9
3.2 Unternehmensvorbild - Formale Werte und Normen.....	11
3.2.1 Unternehmensleitbild.....	11
3.2.2 Wertekanon f Corporate Values.....	11
3.2.3 Ethik-Kodex.....	12
3.2.4 Führungsgrundsätze / Leadership Values.....	14
3.3 Unternehmenskultur.....	15
3.3.1 Ethik Training/-Seminar/-Workshop.....	15
3.3.2 Leitfaden mit unternehmenstypischen Ethikfallstudien.....	17
3.3.3 Ethische Beurteilungsmaßstäbe im Personalmanagement.....	17
3.3.4 Maßnahmen zum Umgang mit Fehlern.....	19
3.3.5 Ethische Komponenten im Anreizsystem.....	19
3.4 Unternehmensstruktur.....	20
3.4.1 Kommunikationsmöglichkeiten / Dialogorgane.....	20
3.4.2 Ethik-Vorstand/ Ethik-Direktor.....	22
3.4.3 Ethik-Beauftragter/Ethics Officer.....	22
3.4.4 Ethik-Kommission.....	23
3.4.5 Ethik-Controlling / Ethik-Audits.....	24

4. Empirische Untersuchung zur Bestimmung des Stellenwerts der Ethik für unternehmerisches Handeln.....	26
4.1 Methodisches Vorgehen und Datenbasis.....	26
4.1.1 <i>Auswahl und Beschreibung der Stichprobe</i>	26
4.1.2 <i>Datenerhebung</i>	28
4.2 Befragung und Ergebnisse.....	30
4.2.1 <i>Detaillierte Auswertung des Antwortverhaltens</i>	30
4.2.2 <i>Welchen Stellenwert nehmen Ethikmaßnahmen generell in der Unternehmenspraxis ein ?</i>	31
4.2.3 <i>Legen Unternehmen viel Wert auf Maßnahmen, welche formal vorschreiben, wie die Unternehmensmitglieder ethisch zu handeln haben ?</i>	32
4.2.4 <i>Legen die Unternehmen viel Wert auf die Maßnahmen, welche das Wissen und Wollen der Mitarbeiter fördern, wie man ethisch handelt ? (Kultur des Unternehmens)</i>	34
4.2.5 <i>Welche strukturellen Maßnahmen spielen eine besondere Rolle ?</i>	37
4.2.6 <i>Wie intensiv sind die Bemühungen der Unternehmen, mit der „nicht geschäftlichen“ Außenwelt eine gelungene Beziehung einzugehen ?</i>	40
5. Ergebnisse aus verwandten empirischen Untersuchungen	43
5.1 <i>Vorstellung der Untersuchungen</i>	43
5.2 <i>Zusammenfassung der Ergebnisse</i>	44
6. Fazit und Ausblick.....	47
Anhang.....	51
Literaturverzeichnis.....	59