
STEPHAN WITTMANN

PRAXISORIENTIERTE
MANAGEMENTETHIK

GESTALTUNGSPERSPEKTIVEN FÜR DIE
UNTERNEHMENSFÜHRUNG

LIT

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis	VII
1 Einführung	1
1.1 Zur Aktualität von Managementethik	1
1.2 Ziel und Aufbau der Arbeit	8
Teil I:	
Was hat Management mit Ethik zu tun?	
Die Idee eines ethikorientierten Managements	11
1 Die ethische Dimension des Managements	11
2 Traditionelle Ansätze zum Umgang mit der ethischen Dimension des Managements	15
2.1 Die soziale Verantwortung des Managers	15
2.2 Die Orientierung am gesellschaftlichen Moralkodex	18
2.3 Die Verfolgung des Gewinnprinzips	19
2.4 Die Einhaltung von Gesetzen	25
2.5 Die Unmöglichkeit von ethischen Überlegungen im Management	27
3 Business Ethics-Ansätze zum Umgang mit der ethischen Dimension des Managements	29
4 Diskursethische Ansätze zum Umgang mit der ethischen Dimension des Managements	33
4.1 Grundzüge der Diskursethik	34
4.1.1 Die Begründung des diskursethischen Moralprinzips	37
4.1.2 Die Anwendung des diskursethischen Moralprinzips	39
4.2 Unternehmensethik als Vernunftethik des Wirtschaftens: Der St. Galler Ansatz von P. ULRICH	44
4.2.1 Die Idee des unternehmenspolitischen Dialogs	44
4.2.2 Die Pragmatik des unternehmenspolitischen Dialogs: Konsensus-Management als Herausforderung für die Unternehmensführung	46
4.2.3 Integrative Unternehmensethik	47
4.3 Unternehmensethik als situatives Korrektiv des Gewinnprinzips: Der Nürnberger Ansatz von H. STEINMANN et al.	50

Teil II:

Wie finden Management und Ethik praktisch zusammen?

Die ethikorientierte Gestaltung der Managementaktivitäten 55

1 Die Leitidee der ethikorientierten Gestaltung der Managementaktivitäten	55
2 Eine Gestaltungsheuristik für das ethikorientierte Management: Der 3-Stufen-Zusammenhang der Unternehmensführung	61
3 Das Entscheidungsmodul zur Gestaltung des ethikorientierten Managements	72
4 Das Inhaltsmodul zur Gestaltung des ethikorientierten Managements	83
5 Die Formulierung der managementethischen Vision in einem Ethik-Kodex	84
6 Die institutionelle Verankerung von unternehmensethischen Diskursen	95
6.1 Die Schaffung der Diskursvoraussetzungen: Mündigkeit für Betroffene durch ein Stakeholder-Informationssystem	95
6.2 Die dialogorientierte Gestaltung der Führungsorganisation	102
6.2.1 Gesellschafterversammlung	106
6.2.2 Kontrollorgan	109
6.3 Die Institutionalisierung von innerbetrieblichen Diskursarenen	111
6.3.1 Ethik-Kommission	111
6.3.2 Ethik-Ombudsperson	117
7 Die ethikorientierte Gestaltung der Managementfunktionen	120
7.1 Ethikorientierte Planung und Kontrolle	122
7.1.1 Der strategische Produkt- und Prozessaudit	132
7.1.2 Issues-Management	134
7.1.3 Planung und Kontrolle der ethikorientierten Gestaltung der Managementaktivitäten	139
7.2 Ethikorientierte Organisation	141
7.2.1 Organisationsstruktur	143
a) Arbeitsgestaltung	144
b) Unternehmensorganisation	155
7.2.2 Organisationskultur	161
7.2.3 Organisationsentwicklung	169

7.3 Ethikorientiertes Personalmanagement	172
7.3.1 Personalgewinnung und -einsatz	176
7.3.2 Personalbeurteilung	177
7.3.3 Personalhonorierung	179
7.3.4 Personalentwicklung	180
7.4 Ethikorientierte Führung	188
7.5 Integration der Gestaltungsoptionen	195

Teil III:

Wie geht die Wirtschaft mit der ethischen Dimension des Managements um?

Ethikorientierte Managementansätze in der Unternehmenspraxis . 198

1 Der Entwicklungsstand des ethikorientierten Managements	198
1.1 "Are Corporations Institutionalizing Ethics?" und "Instilling Ethical Values in Large Corporations": Zwei Studien des CENTER FOR BUSINESS ETHICS	199
1.2 "Ethik und Erfolg": Eine Studie des INSTITUTS FÜR WIRTSCHAFTSETHIK der HOCHSCHULE ST. GALLEN	201
1.3 "Ansätze zur Implementierung ethikbewusster Unternehmens- führung": Eine Anfrage bei schweizerischen und deutschen Grossunternehmen	203
2 Perspektiven für die ethikorientierte Gestaltung der Management- aktivitäten	207
Literaturverzeichnis	210