

Johannes Heisig

Unternehmensethik

Der Weg zur gesellschaftlichen Verantwortung

Diplomarbeit

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1999 Diplom.de
ISBN: 9783832442682

Johannes Heisig

Unternehmensethik

Der Weg zur gesellschaftlichen Verantwortung

Johannes Heisig

Unternehmensethik

Der Weg zur gesellschaftlichen Verantwortung

Diplomarbeit
an der Fachhochschule Aachen
Fachbereich Wirtschaft
Dezember 1999 Abgabe



Diplomica GmbH ———
Hermannstal 119k ———
22119 Hamburg ———
Fon: 040 / 655 99 20 ———
Fax: 040 / 655 99 222 ———
agentur@diplom.de ———
www.diplom.de ———

ID 4268

Heisig, Johannes: Unternehmensethik: Der Weg zur gesellschaftlichen Verantwortung /

Johannes Heisig - Hamburg: Diplomica GmbH, 2001

Zugl.: Aachen, Fachhochschule, Diplom, 1999

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Diplomica GmbH

<http://www.diplom.de>, Hamburg 2001

Printed in Germany



Wissensquellen gewinnbringend nutzen

Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Masterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

Wettbewerbsvorteile verschaffen – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

Individueller Service – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit.

Ihr Team der Diplomarbeiten Agentur

Diplomica GmbH _____
Hermannstal 119k _____
22119 Hamburg _____

Fon: 040 / 655 99 20 _____
Fax: 040 / 655 99 222 _____

agentur@diplom.de _____
www.diplom.de _____

INHALTSVERZEICHNIS

Abkürzungsverzeichnis.....	III
Abbildungsverzeichnis.....	IV
Tabellenverzeichnis.....	V
Einleitung	1
Zielsetzung	3
1 Begriffsbestimmung	6
1.1 Moral	6
1.2 Ethik	7
1.2.1 Gesinnungsethik	7
1.2.2 Verantwortungsethik	8
1.3 Unterscheidung von Moral und Ethik	8
2 Konzepte der Unternehmensethik.....	10
2.1 Unternehmensethik als Ordnungsethik nach Homann und Blome-Drees	10
2.1.1 Unternehmensethische Entscheidungsfindung	11
2.1.2 Das Vierfelderschema.....	12
2.2 Anleitung zu einem friedensstiftenden Gebrauch der unternehmerischen Handlungsfreiheit nach Steinmann und Löhr.	13
2.2.1 Dialogethik	14
2.2.2 Ansatzpunkte für die Anwendung von Unternehmensethik.....	14
2.3 Unternehmensethik als Institutionsethik nach Ulrich und Fluri	16
2.3.1 Die Idee der integrativen Unternehmensethik	17
2.3.2 Die Idee der konsensorientierten Unternehmenspolitik.....	18
2.3.3 Die Idee der offenen Unternehmensverfassung.....	18
3 Unternehmenskultur	19
3.1 Hintergründe für die Entwicklung von Unternehmenskultur.....	19
3.2 Der Begriff der Unternehmenskultur.....	21
3.3 Werte und Unternehmenskultur	22
3.4 Konzeptionelle Ansätze der Unternehmenskultur	23
3.5 Merkmale von Unternehmenskulturen.....	26
3.6 Kulturtypologien	27
3.6.1 Die Typologisierung von Deal / Kennedy	27
3.6.2 Typologisierung anhand dreier Dimensionen von Heinen.....	29
3.6.3 Kulturtypen nach Kets de Vries.....	30
3.7 Resümee.....	31

4. Die Zielsetzung und das Umfeld von Unternehmen	32
4.1 Die Zielsetzung von Unternehmen	32
4.2 Das Unternehmen in seinem Umfeld.....	34
4.2.1 Das Unternehmen.....	34
4.2.2 Die Veränderung des Umfeldes.....	36
4.3 Die Anspruchsgruppen einer Unternehmung	37
4.3.1 Das Stakeholder-Konzept.....	39
4.3.2 Das Shareholder-Value Konzept.....	40
4.3.3 Shareholder-Value-Konzept versus Stakeholder-Konzept?	41
4.4 Das Davoser Manifest.....	43
5 Management und Gesetze.....	45
5.1 Legalität impliziert nicht zwangsläufig Legitimität	45
5.2 Probleme der Verantwortlichkeit	46
5.3 Funktionen der Unternehmensethik	47
5.4 Federal Sentencing Guidelines	49
6 Unternehmensethik als interner Erfolgsfaktor.....	50
6.1 Kriterium Motivation.....	51
6.2 Kriterium innere Kündigung.....	56
7 Der Weg zum guten Ruf	58
7.1 Externe Effekte.....	58
7.2 Ist Umweltschutz ethisch?.....	59
7.3 Unternehmenserfolg durch Umweltschutz.....	60
7.3.1 Kosten senken durch Umweltschutz	62
7.3.2 Ist Umweltschutz ökonomisch ?.....	63
8 Mögliche Ansätze der Integration von Unternehmensethik.....	65
8.1 Unternehmensethik als Managementaufgabe.....	65
8.2 Ethikleitlinien und Verhaltenskodizes	65
8.3 Die Notwendigkeit von Ethikleitlinien und Verhaltenskodizes.....	66
8.4 Unternehmensethik als Basis des Corporate Identity.....	67
8.4.1 Begriffsbestimmung des Corporate Identity	68
8.4.2 Implementierung von Unternehmensethik in die	70
Corporate Identity	70
9 Risiken bei der Publizierung von Unternehmensethik	72
Fazit	74
Anhang	76
Literaturverzeichnis.....	VI

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

A	Angebot
Abb.	Abbildung
AG	Aktiengesellschaft
Anm.	Anmerkung
Aufl.	Auflage
B.A.U.M.	Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewußtes Management
BMW	Bayerische Motoren Werke
bzw.	beziehungsweise
CI	Corporate Identity
DM	Deutsche Mark
et al.	et alii
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
e.V.	eingetragener Verein
evtl.	eventuell
f.	folgende
ff.	fortfolgende
geb.	geboren
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
Herv.	Hervorhebung
Hrsg.	Herausgeber
i.O.	im Original
KG	Kommanditgesellschaft
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
N	Nachfrage
Nr.	Nummer
o.V.	ohne Verfasser
S.	Seite
sog.	sogenannte
Sp.	Spalte
u.a.	unter anderem
USA	United States of America
v. Chr.	vor Christus
vgl.	vergleiche
z.B.	zum Beispiel

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Ablaufschema der Diplomarbeit	4
Abb. 2: Der unternehmerische Entscheidungsprozeß	11
Abb. 3: Das Schnittmengen-Modell des Verhältnisses zwischen Ethik und Unternehmenserfolg.....	17
Abb. 4: Werteviereck	23
Abb. 5: Die Ebenen der Unternehmenskultur	25
Abb. 6: Typen von Unternehmenskulturen nach Deal / Kennedy	29
Abb. 7: Elemente des Systemansatzes	35
Abb. 8: Die Anspruchsgruppen einer Unternehmung	38
Abb. 9: Das Davoser Manifest.....	44
Abb. 10: Dimensionen der Qualität der Arbeit	52
Abb. 11: Zentrale Thesen aus dem BMW - Szenario 2000	55
Abb. 12: Beziehungen zwischen Umweltschutzzielen und Unternehmenszielen	61
Abb. 13: Schematische Darstellung der Corporate Identity	69