

# Inhaltsverzeichnis

Geleitwort des Reihenherausgebers .....	5
Vorwort zur 2. Auflage.....	7
Vorwort zur 1. Auflage.....	11
<b>1 Unternehmensethik und Unternehmensverantwortung .....</b>	<b>19</b>
1.1 Zum Glück gibt es Unternehmensethik und Interdisziplinarität!.....	19
1.1.1 Moralische Probleme, Konflikte und Dilemmata.....	21
1.1.2 Ein interdisziplinärer Ansatz: Trias aus Ethik, Ökonomik und Psychologie.....	26
1.2 Entscheiden und Handeln in moralischen Problemsituationen	30
1.2.1 Rahmenbedingungen menschlichen und wirtschaftlichen Handelns.....	31
1.2.2 Der Mensch als moralischer Akteur.....	37
1.2.3 Strukturen wirtschaftlichen Handelns: Transaktionen im gesellschaftlichen Wirtschaften.....	40
1.2.3.1 Das Transaktionsmodell.....	40
1.2.3.2 Transaktionen, Informationsasymmetrien und Dilemmata.....	45
1.2.3.3 Lösungen für Informationsasymmetrien und das Gefangenendilemma: Institutionen, Regeln und Normen.....	48
1.2.3.4 Transaktionen und Vertrauen.....	50
1.2.3.5 Transaktionen und Verantwortung.....	53
1.2.4 Prozesse menschlichen und wirtschaftlichen Entscheidens und Handelns.....	54
1.3 Der »moral point of view« und das moralische Urteilsvermögen.....	56
1.3.1 Intentionen, Ziele und Werte: Freiheit und Gerechtigkeit.....	56
1.3.2 Ansatzpunkte ethischer Argumentation.....	59
1.3.2.1 Aspekte moralischer Bewertungen: Intentionen, Absichten, Folgen, Tugenden und Institutionen	60
	13

	1.3.2.2 Methoden zur Urteilsfindung .....	67
	1.3.2.3 Ebenen der Moral .....	70
	1.3.3 Verantwortung.....	73
	1.3.3.1 Definitionen und Voraussetzungen .....	74
	1.3.3.2 Begriffe und Typen der Verantwortung .....	76
1.4	Situationen und Handlungsbedingungen: Unternehmen im marktwirtschaftlichen Koordinierungsmechanismus .....	81
	1.4.1 Der marktwirtschaftliche Koordinierungsmechanismus	81
	1.4.1.1 Vorteile des marktwirtschaftlichen Koordinie- rungsmechanismus für das gesellschaftliche Wirtschaften.....	82
	1.4.1.2 Marktversagen und Wirksamkeit staatlicher Maßnahmen .....	83
	1.4.2 Moralische Eigenschaften des marktwirtschaftlichen Koordinierungsmechanismus .....	87
	1.4.3 Der Unternehmer und das Unternehmen: ein Unterschied? .....	90
	1.4.3.1 Ziel und Zweck des Unternehmens .....	94
	1.4.3.2 Moralische Aspekte des Unternehmens .....	103
1.5	Menschliches Verhalten .....	103
	1.5.1 Intentionen, Ziele und Werte: Altruismus und Fairness	104
	1.5.2 Entscheidungen und Reflexion: Kognitive Beschränkungen, persönlichkeitsbezogene Aspekte und Heuristiken .....	107
	1.5.3 Warum es so schwer ist, moralisch zu handeln .....	112
	1.5.4 Konsequenzen für die Unternehmensverantwortung und Unternehmensführung .....	114
1.6	Von der Unternehmensethik zur Unternehmens- verantwortung.....	116
	1.6.1 Unternehmen als handlungsfähige moralische Akteure	116
	1.6.2 Unternehmensverantwortung .....	118
	1.6.2.1 Konzeptionelle Ansätze.....	118
	1.6.2.2 CSR-Definitionen .....	124
	1.6.2.3 Kritik an den CSR-Konzepten .....	126
	1.6.3 Wirtschafts- und Unternehmensethik: Normative Grundlagen der Unternehmensverantwortung.....	130
<b>2</b>	<b>Konzept der Nachhaltigkeit .....</b>	<b>145</b>
	2.1 Geschichtliche Hintergründe und Status der ökologischen, ökonomischen und sozialen Systeme .....	145
	2.1.1 Von der »Industriellen Revolution« zur Globalisierung	145
	2.1.2 Ressourcenausbeutung, Klimawandel, ökonomische Krisen und soziale Notstände.....	147

2.2	Grundlagen des Konzepts der nachhaltigen Entwicklung (Sustainable Development) .....	156
2.2.1	Ganzheitlichkeit als Generalprinzip .....	156
2.2.2	Brundtland-Report und Agenda 21 .....	160
2.2.3	Drei-Säulen-Konzept: Gerechtigkeit, Management-Regeln und Sustainable Development-Strategien .....	161
2.2.3.1	Gerechtigkeit, Nachhaltigkeit und Drei-Säulen-Konzept .....	161
2.2.3.2	Managementregeln .....	164
2.2.3.3	Nachhaltigkeitsstrategien und Nachhaltigkeitsindikatoren .....	171
2.2.3.4	Globale Nachhaltigkeitsziele der Sustainable Development Goals .....	175
2.2.3.5	Grundlegende Aspekte nachhaltiger Umweltpolitik .....	178
2.2.3.6	Die Globale Perspektive: COP, EU Green Deal und Climate Action Plan .....	187
2.3	Weiterentwicklungen des traditionellen Drei-Säulen-Konzepts .....	192
2.3.1	Kritik an dem Drei-Säulen Konzept und die IPAT-Formel .....	192
2.3.2	Das traditionelle Wirtschaftsmodell und die »parasitäre Ökonomie« .....	195
2.3.2.1	Bruttoinlandsprodukt und die Wachstumsillusion .....	195
2.3.2.2	Die »parasitäre Ökonomie« .....	196
2.3.3	Das Donut-Modell und die Gemeinwohlökonomie .....	198
<b>3</b>	<b>Verantwortungsvolle Unternehmensführung .....</b>	<b>206</b>
3.1	Von der Unternehmensverantwortung zur verantwortungsvollen Unternehmensführung .....	206
3.1.1	Unternehmensverantwortung und Normatives Management .....	208
3.1.1.1	Unternehmenszweck und Purpose .....	208
3.1.1.2	Leitbild, Vision, Mission, Wertesystem .....	209
3.1.1.3	Unternehmensstruktur und menschliches Verhalten .....	212
3.1.1.4	Unternehmenskultur .....	217
3.1.2	Unternehmensverantwortung und strategisches Management .....	221
3.1.2.1	Stakeholdermanagement .....	221
3.1.2.2	Risikomanagement .....	224
3.2	Dokumentation und Management der unternehmerischen Verantwortung und Verfahren ihrer Bewertung .....	231

3.2.1	Nachhaltigkeitsberichterstattung nach GRI und anderen Systematiken und Leitlinien .....	231
3.2.2	Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) ...	238
3.2.3	CSR-Management-Gesamtschau: ISO 26001 .....	239
3.2.3.1	Grundstruktur .....	239
3.2.3.2	Anwendungsbereich, Begriffe, Verständnis und Grundsätze .....	239
3.2.3.3	Kernthemen .....	242
3.2.3.4	Integration in die Organisation.....	245
3.2.4	Managementaspekt Umwelt: EMAS und ISO 14000 ....	247
3.2.5	Managementaspekt Arbeit: SA 8000 .....	255
3.2.6	Managementaspekt Kapital: ESG und die EU-Taxonomie-Diskussion .....	260
3.2.7	Reifegradmodell als Einordnungshilfe für die jeweilige Ausprägung gesellschaftlicher Verantwortung.....	263
3.2.8	Berichterstattungs-Ratings und Rankings.....	269
3.3	CSR und die Business Case Diskussion .....	272
3.3.1	Abgrenzung von Geschäftsmodell, Strategie und Business Case .....	272
3.3.2	Business Case for CSR.....	273
3.3.2.1	Business Case for CSR und Kosten-Nutzen-Überlegungen.....	278
3.3.2.2	Business Case, Investition, Innovation und Change-Management .....	279
<b>4</b>	<b>Bausteine der Einführung eines Verantwortungsmanagements in Unternehmen .....</b>	<b>283</b>
4.1	CSR, Personalführungs- und Mitarbeiterverantwortung .....	283
4.1.1	Personalführungsverantwortung.....	283
4.1.2	Mitarbeiterverantwortung .....	286
4.2	Priorisierung der Stakeholderinteressen – Wesentlichkeitsanalyse und Wesentlichkeitsmatrix .....	288
4.2.1	Wesentlichkeitsanalyse .....	288
4.2.2	Wesentlichkeitsmatrix .....	292
4.2.2.1	Theorie.....	292
4.2.2.2	Praxis .....	294
4.2.3	Wirkungsanalyse .....	296
4.2.4	Zusätzliche Potenziale der Wesentlichkeitsanalyse ....	299
4.3	CSR-Management in der Wertschöpfungskette .....	301
4.3.1	Grundlegende Aspekte – wie weit reicht die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen entlang der Lieferkette? .....	301
4.3.2	Regulierungsdynamik: Lieferkettensorgfaltspflichten in Deutschland und darüber hinaus.....	304

4.3.2.1	Das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LKSG) in Deutschland .....	304
4.3.2.2	Modern Slavery Act in Großbritannien.....	306
4.3.2.3	Lieferkettengesetz-Entwurf des Europäischen Parlaments.....	307
4.3.3	Stufen des CSR-Managements in der Wertschöpfungs- kette.....	311
4.3.3.1	Status-quo-Analyse .....	311
4.3.3.2	Beschaffungspolitik und Richtlinien.....	315
4.3.3.3	Implementierung.....	316
4.3.3.4	Monitoring und Qualifikation.....	318
4.3.3.5	Controlling und Reporting .....	320
4.3.4	Innovationspotenziale und das Konzept der gemeinsamen Wertschöpfungskette .....	322
4.3.4.1	Die Grundidee des Konzepts der Shared Value Chain.....	322
4.3.4.2	Prinzipien und Bausteine des Shared Value Chain-Konzepts.....	323
4.4	CSR und Stakeholder-Kommunikation.....	330
4.4.1	Kommunikationsstrategien und -maßnahmen im Überblick .....	330
4.4.2	CSR- und Nachhaltigkeitsberichte als wichtiges Kommunikationsinstrument .....	332
4.4.2.1	CSR-Berichterstattung, PR und die Greenwashing-Fälle.....	332
4.4.2.2	Adressaten, Themen und Leitlinien erfolgreicher Berichterstattung.....	334
4.4.2.3	Beurteilungsraster für die nicht-professionelle Nutzung von CSR-Berichten durch Kunden und die sonstige Öffentlichkeit .....	336
4.5	Abschließende Bemerkungen .....	339
<b>Literaturverzeichnis .....</b>		<b>343</b>
<b>Stichwortverzeichnis .....</b>		<b>351</b>