



WITTENBERG-ZENTRUM FÜR GLOBALE ETHIK

DISKUSSIONSPAPIER NR. 2013-1

Karl Homann

**Die wissenschaftliche Konzeption des Wittenberg Center for Global Ethics (WCGE)
und die Rolle der Unternehmen**

Herausgegeben vom

Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e.V.

WZGE 

Haftungsausschluss

Diese Diskussionspapiere schaffen eine Plattform, um Diskurse und Lernen zu fördern. Die Herausgeber teilen daher nicht notwendigerweise die in diesen Diskussionspapieren geäußerten Ideen und Ansichten. Die Autoren selbst sind und bleiben verantwortlich für ihre Aussagen.

ISSN 1862-6289

ISBN 978-3-86829-482-8

Korrespondenzanschrift

Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e.V.

Collegienstraße 62

D-06886 Lutherstadt Wittenberg

Tel.: +49 (0) 3491-466-257

Fax: +49 (0) 3491-466-258

Email: info@wzge.de

Internet www.wzge.de

von Prof. Dr. Dr. Karl Homann, WCGE
Copyright Karl Homann

Die wissenschaftliche Konzeption des Wittenberg Center for Global Ethics (WCGE) und die Rolle der Unternehmen

Vortrag in Atlanta am 28. September 2013

Vorbemerkung

Wir haben in der Wissenschaft in Deutschland und in den USA verschiedene Traditionen. Ich halte mich im folgenden Text an die in Deutschland übliche Unterscheidung zwischen „moral, moral behaviour“ und „ethics“: „Moral, moral behaviour“ bezieht sich auf das Handeln oder die Einstellung der Akteure, „ethics“ meint immer die philosophische Theorie dieses Handelns, dieser Einstellung.

1. Die Vision

Vision und Ziel moralischen Handelns ist klassisch die Eudaimonia, das Glück, happiness, modern gefasst: das gelingende Leben aller Menschen. Darüber besteht in der Ethik seit 2500 Jahren Konsens. Voraussetzung dafür ist die Überwindung von Armut im weitesten Sinne, also der materiellen, psychischen und sozialen Armut: Auch darüber herrscht heute Einigkeit.

2. Die Rolle der Unternehmen

Dieses Ziel ist nur in Kooperation mit den gewinnorientierten Unternehmen zu erreichen, nicht ohne sie und schon gar nicht gegen sie. Unternehmen verfügen über zwei Ressourcen, über die das politische System, also die Staaten(gemeinschaft), und die NGOs nicht verfügen: (i) Kapital und (ii) die Fähigkeit, komplexe Wertschöpfungsprozesse effizient zu organisieren; Unternehmen sind Agenten gesellschaftlicher Wertschöpfung. Wir brauchen, in den Worten von Andrew Young, einen „public purpose capitalism“: Die Wirtschaft soll den Menschen dienen.

Private Unternehmen können diese Rolle aber nur erfüllen, wenn sie der Systemlogik der Marktwirtschaft bzw. des Kapitalismus folgen können. Wettbewerb und Gewinnaussichten schaffen die nötigen Anreize. Daraus folgt: Unternehmen können Forderungen, auch ethisch begründeten Forderungen, nur nachkommen, wenn diese der ökonomischen Systemlogik nicht widersprechen. Anders gesagt:

Unternehmen müssen moralische Forderungen – das ist die zentrale Formulierung, die noch mehrmals wiederholt wird – schon aus Eigeninteresse – als hinreichendem, nicht notwendig als einzigem Anreiz – befolgen können. Wir brauchen daher eine ethische Theorie, die zeigt, dass und wie Eigeninteresse/Gewinnstreben und Moral konvergieren können.

3. Grundzüge der Konzeption

Es gibt grundsätzlich zwei Strategien, wie Unternehmen unter Bedingungen des globalen Wettbewerbs moralisch handeln können; in der Realität kommen sie in verschiedenen Mischungen vor, aber es ist wichtig, über diese Strategien analytisch Klarheit zu gewinnen.

(i) Die Wettbewerbsstrategie: Moralisches Handeln kann sich (langfristig) auszahlen. In vielen Situationen können Unternehmen durch Integrität, Fairness, Transparenz und Respekt gegenüber Mitarbeitern, Kunden und ihrer sozialen Umwelt Wettbewerbsvorteile erlangen. Ich nenne diese Strategie die Wettbewerbsstrategie.

Die Vorteile für die Unternehmen fallen etwa in der Form an, dass die Kunden die Produkte fairer, ökologischer Unternehmen bevorzugen, dass Unternehmen ihre Attraktivität als Geschäftspartner, als Arbeitgeber erhöhen und über Reputation in der Gesellschaft sowie bei kommunalen und staatlichen Stellen verfügen.

Dass moralisches Handeln sich auszahlt, ist jedoch weder ein Automatismus noch immer möglich. Die Realisierung der Wettbewerbsstrategie ist vielmehr eine anspruchsvolle Managementaufgabe. Sie verlangt oft den Verzicht auf kurzfristige Maximierung der Gewinne – allerdings mit dem Ziel einer höheren, einer nachhaltigen Rendite auf lange Sicht. Diesem Renditezwang kann sich ein Unternehmen unter Bedingungen des – heute globalen – Wettbewerbs nicht entziehen, auch aus moralischen Gründen nicht, weil es dann seine moralische Aufgabe, die Bedürfnisse der Menschen durch gute, preiswerte und innovative Güter und Dienstleistungen zu bedienen, beeinträchtigt. Positiv: Unternehmen können nur solchen moralischen Visionen nachkommen, die sich sinnvoll als ökonomische Investitionen interpretieren lassen, auch wenn die Umwelt und die Handelnden selbst dieses Verhalten prima facie als "moralisch" verstehen.

Wenn das Management systematisch solche Möglichkeiten ernsthaft sucht, wird es oft Wege finden, Moral und Ökonomie, Moral und Geschäft kompatibel zu machen. Dabei ist klar, dass moralisch grundierte ökonomische Investitionen – wie alle anderen Investitionen – immer auch scheitern können.

Im globalen Wettbewerb funktioniert diese Strategie allerdings oft nicht. Dann bleibt die zweite Strategie.

(ii) Die ordnungspolitische Strategie: Um diese zu verstehen, muss zunächst das grundlegende Problem analysiert werden. Es besteht darin, dass moralisch motivierte Vor- und Mehrleistungen von Unternehmen, die zu Kostensteigerungen führen und vom Markt nicht kompensiert oder überkompensiert werden, zu Wettbewerbsnachteilen führen und am Ende existenzbedrohend werden können. Das

kann keine Ethik verlangen, und das hat bisher auch keine Ethik verlangt, auch die meisten religiösen Ethiken nicht. Das Problem besteht, kurz gesagt, in der Gefahr der Ausbeutbarkeit moralischer Vor- und Mehrleistungen durch weniger moralische Konkurrenten. Klassisch formuliert das bereits 1651 T. Hobbes: Wenn jemand aus moralischen Gründen Frieden hält, ohne dass auch die Anderen Frieden halten, hieße das "to expose himselfe to Prey, (which no man is bound to) rather than to dispose himselfe to Peace" (Leviathan, Kap. 14).

Es ist also der Wettbewerb, der dieses Problem schafft: Die Logik des Wettbewerbs ist präventive Maximierung der Ressourcen; präventiv deswegen, weil derjenige, der heute stark oder Marktführer ist, nicht weiß, ob er nicht morgen oder übermorgen von seinen Konkurrenten überholt wird. – Welche Option gibt es in dieser Problemlage für die Moral?

Der Sozialismus hat in der Nachfolge von Karl Marx den Wettbewerb, der durchaus als Ursache des Problems erkannt wurde, abgeschafft. Er hat damit aber zugleich auch die Wohlfahrtswirkungen des Wettbewerbs annulliert, was spätestens 1989 manifest wurde, und er hat neue moralische Probleme, vor allem Diktaturen, geschaffen.

Immanuel Kant hat – nach der Mainstream-Interpretation – auch in solchen Situationen die unbedingte, "kategorische" Befolgung der moralischen Normen verlangt, und zwar ohne jede Rücksicht auf die Folgen; das würde langfristig gerade die moralischen Akteure aus dem Markt verdrängen.

Diese beiden Lösungsversuche verbieten sich daher, aus ökonomischen und moralischen Gründen.

Aus Sicht der ökonomischen Theorie ist mit der Steigerung des allgemeinen Wohlstands durch Wettbewerb und Gewinnstreben allein die klassische Konzeption von Adam Smith theoretisch vereinbar. Hier wird zwischen Spielzügen und Spielregeln unterschieden, in der Sprache des Nobelpreisträgers James M. Buchanan: zwischen „choices within rules“ und „choices of rules“. Wie im Sport wird die Fairness, die Moral, im Wettbewerb grundlegend durch die Spielregeln sichergestellt, und ein Schiedsrichter, im Staat die Justiz, sanktioniert Regelverstöße. Der Wettbewerb findet in den Spielzügen statt: Hier im Wettbewerb muss jeder seinen Vorteil suchen. Allerdings findet dieser Wettbewerb unter Regeln statt, die dazu dienen, die Konkurrenten denselben ethischen Standards zu unterwerfen; die Sanktionen sind so zu dimensionieren, dass sich Regelverstöße nicht mehr lohnen, also schon das Eigeninteresse der Spieler ausreicht, von Regelverstößen abzuschrecken.

Der Wettbewerb steigert den Wohlstand aller nur unter geeigneten Regeln. Diese sorgen dafür, dass Wirtschaftsakteure, die Vorteile durch Betrug und Korruption zu erreichen versuchen, durch direkte oder indirekte Sanktionen am Markt in Nachteil geraten. Marktwirtschaft, also Wettbewerb unter geeigneten und sanktionsbewehrten Regeln, ist institutionalisierte Solidarität. Die soziale Ordnung ist "der institutionelle – wir können auch sagen politische – Weg der Nächstenliebe" (Papst Benedikt XVI., Enzyklika "Caritas in veritate", Zi. 7). – Ich nenne diese

Strategie die ordnungspolitische Strategie. Im Gegensatz zur Wettbewerbsstrategie, die direkt auf eine Verbesserung der Spielzüge zielt, zielt die ordnungspolitische Strategie auf die Verbesserung der Spielzüge auf indirekte Weise, durch Verbesserung der Regeln des Spiels.

Es ist die Rahmenordnung, die Bedingungen herstellen muss, unter denen das Eigeninteresse schon ausreicht, moralisches Verhalten sicherzustellen, und unter denen unmoralisches Verhalten wegen angedrohter Sanktionen schon aus Eigeninteresse (weitgehend) unterbleibt. Das schließt nicht aus, dass die Akteure in ihrem Selbstverständnis aktuell anderen Motiven, zum Beispiel moralischen Motiven, folgen; es sagt nur, dass alle Moral auch ökonomisch fundiert, also durch Vorteilserwartungen gestützt, sein muss.

Die Spielregeln können formeller Art sein, also durch ein nationales oder supranationales Sanktionssystem (Staat, UN, WTO) gewährleistet sein; sie können aber auch informeller Art sein, also durch kollektive Selbstverpflichtungen mit informellen, das heißt nicht-staatlichen, Sanktionsmechanismen wie Reputationsverlust oder Abbruch der Geschäftsbeziehungen etabliert werden. Beispiele sind der Global Compact, Branchenvereinbarungen, Codes of Conduct, "Leitbild für verantwortliches Handeln in der Wirtschaft" und die „Ethische Fundierung der Managerbezüge in der Kreditwirtschaft“, beide moderiert vom WZGE und von namhaften CEOs unterzeichnet. In Ermangelung einer globalen Rahmenordnung werden diese informellen, durch kollektive Selbstverpflichtungen etablierten Regeln immer wichtiger. Für die Entwicklung von formellen und informellen Regeln sei hier auf die Arbeiten des Kollegen Christian Kirchner vom WZGE verwiesen.

Was leistet diese Konzeption? In einem ersten Schritt sei auf zwei Vorzüge hingewiesen.

4. Ergebnis I: Kartographie der Möglichkeiten moralischen Handelns

Diese Konzeption bietet eine systematische und umfassende Kartographie der Möglichkeiten, wie unter den Bedingungen des globalen Wettbewerbs mit seiner unerbittlichen Logik moralische Visionen realisiert werden können und wie sich Unternehmen in dieses Engagement einbringen können.

Unternehmen können sich selbst auf Moral, auf moralische Standards verpflichten, um damit – nachhaltig – ökonomisch erfolgreich zu sein; sie können also die Wettbewerbsstrategie verfolgen.

Gleichzeitig zeigt die Konzeption aber auch die Grenzen dieser Strategie: Wenn sich unter den gegebenen Bedingungen Moral am Markt auch langfristig nicht auszahlt, kann die Konzeption gute Gründe dafür angeben, dass ein einzelnes Unternehmen in seinem operativen Handeln (!) von diesen Forderungen so lange dispensiert ist, bis die Bedingungen geändert worden sind; diese Gründe sind auch öffentlich durchaus vertretbar.

Die Konzeption zeigt schließlich, dass Unternehmen in diesem Fall eine zweite Option haben, sich für mehr Moral zu engagieren: Sie können und müssen sich um kollektive Selbstbindungen in Form von moralischen Spielregeln bemühen –

sei es mithilfe der Politik (formelle Regeln), sei es ohne die Politik wie beim Global Compact. Unternehmen sollen sich mit ihrem Know-how in die Entwicklung solcher Regeln offensiv und transparent einbringen.

Der Wettbewerb braucht Regeln; sie liegen auch im langfristigen Interesse der Unternehmen selbst, wie die jüngste Finanzmarkt- und Verschuldungskrise mit ihren zahlreichen Bankeninsolvenzen wieder eindrucksvoll unter Beweis gestellt hat. Ein Wettbewerb ohne Regeln ist ruinös, oder klassisch: Er führt zu einem Zustand, in dem das Leben der Menschen "solitary, poore, nasty, brutish, and short" ist (T. Hobbes, Leviathan, Kap. 13).

5. Ergebnis II: Das Gefangenendilemma als Verallgemeinerung der Problemstruktur

Die bisher an der Logik des Wettbewerbs entwickelte Problemstruktur lässt sich verallgemeinern – mit der Folge, dass auch die Problematik der Gemeinschaftsgüter mit demselben theoretischen Instrumentarium bearbeitet werden kann. Das Modell ist das spieltheoretische Gefangenendilemma (prisoners' dilemma). Es bildet die Problemstruktur sowohl für den Wettbewerb als auch für die – immer wichtiger gewordenen – Gemeinschaftsgüter ab.

Der Wettbewerb ist ein Gefangenendilemma auf derselben Marktseite, also unter Konkurrenten; bei den Gemeinschaftsgütern wie der Bekämpfung von Armut, Korruption, Umweltverschmutzung, Finanzmarktinstabilitäten etc. liegt dieselbe positive Anreizstruktur vor, die den einzelnen Akteur veranlasst, nur auf seinen Vorteil zu achten: Er muss auch hier ständig befürchten, bei eigenem moralischen Verhalten von seinen Konkurrenten, die sich nicht moralisch verhalten, ausgebeutet zu werden. Der einzige Unterschied besteht in der normativen Bewertung dieser Struktur: Bei Gemeinschaftsgütern wollen wir diese Struktur überwinden und zur Kooperation, zu kollektiven Vereinbarungen, gelangen, beim Wettbewerb wollen wir dagegen die Struktur aufrechterhalten und die Kooperation etwa unter den Anbietern, also Kartelle, verhindern. Die Problemstruktur und damit die Anreizstruktur aber ist in beiden Fällen dieselbe. Das hat zur Folge, dass jeder Akteur in beiden Situationen darauf achten muss, dass seine moralischen Vor- und Mehrleistungen nicht von anderen ausgebeutet werden können.

In diesen Problemstrukturen können wir das Handeln der Akteure im Sinne der Moral nur durch Anreize, also durch individuelle Vorteilserwartungen, steuern: Die Akteure müssen in Situationen versetzt werden, in denen dank geeigneter Spielregeln schon das Eigeninteresse ausreicht, dass sie moralisch handeln können. Gegen die Mainstream-Interpretation von Kant führt unter Bedingungen der Marktwirtschaft, also des Wettbewerbs mit der Folge des Gewinnstrebens, nur eine anreizgestützte Moral zum Ziel.

6. Das Modell

Das Modell, das dieser Konzeption zugrunde liegt, ist vor über 350 Jahren von Thomas Hobbes entwickelt worden; es wird in der modernen Ethik bis heute praktisch nicht aufgegriffen. Hobbes unterscheidet zwischen zwei Arten oder Stufen von moralischer Verpflichtung, wobei diese zwei Stufen direkt und unmittelbar

aus der – von Hobbes klar erkannten – Gefangenendilemmastruktur resultieren. In dieser Struktur, die als grundlegend für alle Interaktionen anzusetzen ist, ist der einzelne Akteur zunächst – erste Stufe – nur zu einer moralischen Gesinnung bzw. Einstellung und noch nicht zu moralischem Handeln verpflichtet. Hobbes schreibt: "The Lawes of Nature [die grundlegenden moralischen Gesetze, K.H.] oblige in foro interno; that is to say, they bind to a desire they should take place: but not in foro externo; that is, to putting them in act, not alwayes. ... The same Lawes, because they oblige onely to a desire, and endeavour, I mean an unfeigned and constant endeavour, are easie to be observed. For in that they require nothing but endeavour" (Leviathan, Kap. 15). Erst wenn eine soziale Ordnung errichtet ist, die den einzelnen Akteur vor der Ausbeutung durch den/die Anderen wirksam schützt, erreicht die Verpflichtung die zweite Stufe und gilt auch für sein Handeln, also in foro externo. "The unfeigned and constant endeavour" interpretiere ich als Engagement für die Errichtung einer solchen sozialen Ordnung, die dann moralisches Handeln der Einzelnen, auch der einzelnen Unternehmen, möglich macht.

7. Weitere Vorzüge der Konzeption

Außer der Kartographie der Möglichkeiten für moralisches Verhalten und der generellen Anwendbarkeit des Modells des Gefangenendilemmas auf Wirtschaft, Politik und andere Sektoren der modernen Gesellschaft seien hier vier weitere Vorzüge dieser Konzeption herausgestellt.

I. Die Konzeption bleibt insofern in voller Übereinstimmung mit der Tradition der Ethik im christlichen Abendland und in den meisten Hochreligionen, als sie die Ideale, Prinzipien dieser Ethik ohne Abstriche beibehält; es sind dies vor allem die Freiheit und Würde jedes einzelnen Menschen und die Solidarität aller Menschen (Brüderlichkeit, Nächstenliebe). Gleichzeitig trägt die Konzeption aber den grundlegend veränderten Handlungsbedingungen der Menschen und Unternehmen in der Moderne Rechnung: Das sind insbesondere (i) Marktwirtschaft mit Wettbewerb und Gewinnstreben, (ii) die Anonymität der meisten Interaktionen in der Großgesellschaft, die weit über die Sphäre der persönlichen, familiären und kommunalen Beziehungen hinaus reichen und als Folge den Verlust der unmittelbaren sozialen Kontrolle nach sich ziehen, und (iii) das Wirtschaftswachstum pro Kopf seit etwa 1800.

II. Die Konzeption verweist auf die Bedeutung des Ordnungsrahmens für das moralische Handeln des/der Einzelnen. Sie zeigt die Grenzen individuellen moralischen Handelns auf und bewahrt so die einzelnen Unternehmen vor moralischen Überforderungen. Die systematische Überforderung durch Moral birgt die Gefahr, dass die Akteure permanent Nachteile erfahren und dann die Moral ganz über Bord werfen, weil sie unter ihren Handlungsbedingungen als nicht praktikierbar erscheint. Spiegelbildlich formuliert diese Konzeption die Bedingungen, unter denen individuelles moralisches Handeln möglich wird.

III. Die Konzeption vermeidet die systematische Schwäche pragmatischer Einzelentscheidungen, die oft nur intuitiv und arbiträr sind. Im Gegensatz dazu steckt sie den Rahmen ethischen Handelns ab, gibt eine klare Orientierung und macht

die einzelnen Entscheidungen in diesem Rahmen kohärent. Dabei leiten die Prinzipien die Akteure wie ein Kompass, nicht wie ein Navigationssystem. Wir haben in Europa, besonders in Deutschland, viel von dem pragmatischen Ansatz der amerikanischen Business Ethics gelernt; mit der hier dargestellten Weiterentwicklung der Konzeption können wir jetzt die Entscheidungen systematisch ableiten und konsistent machen.

IV. Besonders wichtig ist schließlich die gesellschaftspolitische Einstellung, der spirit, in Situationen, die stark von der Struktur des Gefangenendilemmas bestimmt sind: Hier kann es nach dieser Konzeption keine einseitigen Schuldzuweisungen, z.B. an die Unternehmen, die Manager, die Banken, die Politik etc., geben. In der klassischen Notation des Gefangenendilemmas ist weder A noch B für das suboptimale Resultat verantwortlich; stattdessen gibt es nur gemeinsame ungelöste Probleme und die Suche nach Lösungen, die beide/alle besser stellen (win-win-Ergebnisse). Dieser methodische Ansatz entspannt die – notwendigerweise kollektiven – Bemühungen um eine gute soziale Ordnung für die Menschen.

8. Menschenbild und Homo oeconomicus

In der ökonomischen Wissenschaft wird seit gut 30 Jahren der traditionelle, nur auf seine eigenen Vorteile fixierte Homo oeconomicus, the economic man, infrage gestellt. Die beiden Stoßrichtungen der Kritik sind: So ist der Mensch nicht, und so darf er nicht sein, soll die Gesellschaft nicht zerstört werden. Aber warum arbeiten die Ökonomen weiter erfolgreich mit dem Analyseinstrument des Homo oeconomicus?

Der Homo oeconomicus ist – entgegen der Bezeichnung homo = Mensch – nicht als Menschenbild zu verstehen. Er ist ein Theoriekonstrukt zur Analyse der Ergebnisse von Interaktionen in Situationen, die sich als Gefangenendilemma interpretieren lassen: In diesen Situationen kann sich ein Akteur wegen der Ausbeutbarkeit seines moralischen Verhaltens im Wettbewerb und in seinen Beiträgen zu Gemeinschaftsgütern auf Dauer nur wie ein Homo oeconomicus verhalten.

Die Homo-oeconomicus-Annahme ist daher keine Aussage über die "Motivation" der Akteure – ganz abgesehen davon, dass man Organisationen wie Unternehmen keine „Motive“ zuschreiben kann –; sie indiziert daher auch nicht eine "egoistische" Motivation. Diese Annahme bildet den Tatbestand ab, dass der Einzelne bzw. das einzelne Unternehmen sich in solchen Situationen gegen die Ausbeutung gerade seines moralischen Verhaltens verteidigen muss. Das gilt nicht nur für Akteure, die von vornherein pure Egoisten sind. Das gilt auch für die, die "otherwise would be glad to be at ease within modest bounds" (T. Hobbes, Leviathan, Kap. 13): Auch sie müssen sich gegen Ausbeutung durch andere verteidigen.

Die Ökonomen können diese Verhaltensannahme – also nicht "Motiv" – deswegen nicht aufgeben, weil sie es bei ihren zentralen Themenfeldern Wettbewerb und Gemeinschaftsgüter dominant mit Situationen zu tun haben, die von der

Struktur des Gefangenendilemmas geprägt sind. Mit Hilfe des Homo oeconomicus-Konstrukts schätzen sie ab, welche Ergebnisse in solchen Interaktionsstrukturen auf der aggregierten Ebene herauskommen. Und sie können damit abschätzen, ob Gemeinschaftsgüter, wenn sie einmal etabliert sind, auf Dauer stabil bleiben können; denn einige wenige, die sich wie ein Homo oeconomicus verhalten, bringen alle anderen, unter Umständen erst nach Lernprozessen, dazu, sich ebenso unmoralisch zu verhalten – nicht aus "Egoismus" oder „Gier“, sondern aus Selbstschutz.

9. Resümee

Das Alleinstellungsmerkmal dieser Konzeption besteht darin, dass sie die normativen Prinzipien und die empirischen Bedingungen ihrer Realisierung gleichrangig und in integrierter Form geltend macht. Eine Auffassung von Moral und Ethik, die verlangt, dass Akteure dauerhaft und systematisch gegen ihre Anreize handeln müssen, ist mit Marktwirtschaft/Kapitalismus und den Systemimperativen Wettbewerb und Gewinnstreben nicht vereinbar. Um die großen Wohlfahrtsgewinne der Marktwirtschaft für alle Menschen offensiv und ohne schlechtes Gewissen realisieren zu können, benötigen wir eine Konzeption von Ethik, die die Moral durch und mit ökonomischer Logik zur Geltung bringt. Eine solche habe ich hier skizziert.

WITTENBERG-ZENTRUM FÜR GLOBALE ETHIK

DISKUSSIONSPAPIERE

- Nr. 2012-5 **Andreas Suchanek, Martin von Broock**
Stakeholder-Dialoge: Investitionen in ein gemeinsames Spielverständnis
- Nr. 2012-4 **Karl Homann**
Theoriestrategien der Wirtschaftsethik
- Nr. 2012-3 **Andreas Suchanek**
Vertrauen in die Führungseliten aus Sicht der Wissenschaft
- Nr. 2012-2 **Karl Homann**
Werte und Interessen in der Entwicklungszusammenarbeit
- Nr. 2012-1 **Ibrahim Bangura**
Liberia: The Transition from Destruction to Post-War Reconstruction
- Nr. 2011-5 **Ibrahim Bangura**
Higher Education and Economic Development in Sierra Leone
- Nr. 2011-4 **Andreas Suchanek**
Freiheit braucht Bindung
- Nr. 2011-3 **Jan Sammek**
Discussing Industry Self-Regulation: The Contribution of a Transactional and Institutional Perspective
- Nr. 2011-2 **Andreas Suchanek, Martin von Broock**
Konzeptionelle Überlegungen zum „Leitbild für verantwortliches Handeln in der Wirtschaft“
- Nr. 2011-1 **Sebastian Maucher**
Schattenseiten der Transparenz
- Nr. 2010-3 **Andreas Suchanek, Nick Lin-Hi**
Gute und verantwortungsvolle Unternehmensführung als Zusammenarbeit zum gegenseitigen Vorteil
- Nr. 2010-2 **Andreas Suchanek**
Wir brauchen eine alltagstaugliche Ethik
- Nr. 2010-1 **Michael Geronimo Festl**
Der Zerfall der Sein-Sollen-Schranke als Herausforderung für die praktische Philosophie

Weitere Diskussionspapiere finden Sie unter Veröffentlichungen auf www.wzge.org