



WITTENBERG-ZENTRUM FÜR GLOBALE ETHIK

DISKUSSIONSPAPIER NR. 2006-1

Karl Homann

**Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen
in der globalisierten Welt:
Handlungsverantwortung – Ordnungsverantwortung
– Diskursverantwortung**

Herausgegeben vom

Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e.V.



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.

ISBN 3-86010-820-4

ISSN 1862-6289

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@wcge.org

Internet: www.wcge.org

Prof. Dr. Dr. Karl Homann

Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in der globalisierten Welt Handlungsverantwortung – Ordnungsverantwortung – Diskursverantwortung

Einleitung

Die Globalisierung bringt grundlegende Veränderungen mit sich. Die Bevölkerung ist unvorbereitet und reagiert überwiegend mit Angst und Ablehnung. Zwei Drittel der Menschheit, vier Mrd. Menschen, sind von den produktiven Interaktionen ausgeschlossen; davon leben drei Mrd. in bitterer Armut und ohne Hoffnung auf Besserung: Wie lange werden diese Menschen noch stillhalten? Die Vorboten scharfer Konflikte sind in Form von Kriegen, Seuchen, Migrationen, Umweltproblemen, Terrorismus bereits bei uns angekommen. Können wir wirklich weiter tatenlos zuwarten?

Betroffen sind alle Bürger der westlichen Industrienationen, zuvörderst aber die Unternehmen. Wie können sie mit diesen Problemen umgehen? Nicht ohne Grund ist die Frage der gesellschaftlichen Verantwortung der Unternehmen heute ins Zentrum der Diskussion gerückt. Vorbei sind die Zeiten, in denen M. Friedman lapidar erklären konnte: „The social responsibility of business is business.“ Vorbei sind auch die Zeiten, in denen internationale Unternehmen in ihrem Geschäftsbericht unter dem Stichwort „soziale Verantwortung“ lediglich auf ihre karitativen und mäzenatischen Aktivitäten verwiesen haben.

Die Menschen erwarten von ihren Führungseliten Wohlstand und Sinn. In bestimmter Richtung erwarten sie dies auch von den Führungskräften in der Wirtschaft, nachdem die traditionellen Sinnvermittlungsinstitutionen wie Parteien, Schulen, Gewerkschaften und Kirchen in eine tiefe Krise geraten sind. Wie sollen und wie können Unternehmen solchen Erwartungen gerecht werden? Da sie auf die Akzeptanz in der Bevölkerung angewiesen sind, können sie diese Erwartungen nicht einfach ignorieren.

Ich werde in den folgenden drei Abschnitten den Begriff Verantwortung in Handlungsverantwortung, Ordnungsverantwortung und Diskursverantwortung differenzieren und zeigen, wie Unternehmen in diesem Feld agieren können. Im abschließenden vierten Abschnitt werde ich mich mit der Kritik an der neuen Aufgabenverteilung auseinandersetzen.

1. Handlungsverantwortung

1. Unternehmen gelten als verantwortlich für ihr Handeln und dessen augenfällige Folgen. Vieles davon ist in gesetzliche Regeln und Verordnungen inkorporiert, an die sich die Unternehmen halten müssen (compliance). In ihren Verantwortungsbereich fallen darüber hinaus: Produktpalette, Produktionsverfahren, Werbemethoden, Entlassungen, Standortentscheidungen, Führungsstil, Unternehmenskultur, aber auch der viel zitierte Betriebskindergarten und karitative und mäzenatische Aktivitäten. – Diese Art der Verantwortung ist weitgehend unstrittig. Ich spreche hier von der Handlungsverantwortung i.e.S.

2. Viele, besonders große, internationale Unternehmen gehen heute darüber hinaus: Sie engagieren sich in der Suchtbekämpfung, investieren in besondere Ausbildungsprogramme und lokale Arbeitsmarktinitiativen, sie errichten Stiftungen und Lehrstühle; in Ländern der Dritten Welt kommen hinzu Engagement für Schulausbildung, Gesundheitsvorsorge, Korruptionsbekämpfung und Bekämpfung von Diskriminierung, Errichtung von Wohnungen für Betriebsangehörige u.a.m. Auch dies ist wichtig und unverzichtbar. Ich spreche hier von einer erweiterten Handlungsverantwortung.

Die Übernahme von Verantwortung in diesem Feld war vor 10 oder 15 Jahren ein mutiger Schritt. Es sind durchaus auch beachtliche Erfolge zu verzeichnen. Aber die Strukturprobleme unserer globalisierten Welt werden dadurch kaum vorangebracht. Ich nenne nur: Bekämpfung von Hunger, Armut, Kriegen, Migrationen, Seuchen, Umweltzerstörung, Terrorismus. Der Grund: Bei diesen Problemen handelt es sich um übergreifende Probleme struktureller Art, während die Therapie auch bei der erweiterten Handlungsverantwortung lediglich lokalen, allenfalls regionalen Zuschnitt aufweist und die Aktivitäten der Unternehmen, die auf den Märkten nicht selten Konkurrenten sind, unkoordiniert und teilweise widersprüchlich ins Werk gesetzt werden. Da aber diese Strukturprobleme einen nachhaltigen Einfluss auf den langfristigen Unternehmenserfolg haben, gehen diese Unternehmensaktivitäten am Kern des Problems im Grunde vorbei. Wir haben es mit den typischen Problemen kollektiver Güter bzw. mit Problemen von der Struktur des Gefangenendilemmas zu tun, wo das gute Beispiel systematisch den anderen, besonders natürlich den Konkurrenten, starke Anreize gibt, dem guten Beispiel gerade nicht zu folgen.

2. Ordnungsverantwortung

Unter den Ökonomen besteht weitgehend Einigkeit darüber, dass die entscheidende Bestimmungsgröße für Wohlstand die institutionelle Ordnung ist. Nun haben wir eine globalisierte Wirtschaft, aber keine globale Ordnung. Wenn das Schicksal der Weltgesellschaft wirklich davon abhängt – und dafür spricht Vieles –, ob und wie schnell die armen Länder in den produktiven Austausch der Weltgesellschaft integriert werden können, dann sind die bisher genannten Engagements von Unternehmen nicht viel mehr als der berühmte Tropfen auf den heißen Stein. Um eine nachhaltige Entwicklung in Gang zu setzen, die dann den Unternehmen auch Gewinnchancen eröffnet, ist die Arbeit an einer sozialen Ordnung für die Weltgesellschaft die vordringlichste Aufgabe.

Es geht darum, die Bedingungen für Gewinnpotentiale zu schaffen, bevor die Kooperationsgewinne für alle, für Arme und Reiche, realisiert werden können. Zentrale

Aufgaben sind die Schaffung verbrieftter, damit beleihbarer, property rights, die Etablierung des Rechtsstaats und leistungsfähiger sowie flächendeckender Steuersysteme. Ferner Korruptionsbekämpfung, Ausbildung und elementare Gesundheitsvorsorge, Durchsetzung der Menschenrechte, Etablierung staatlicher Strukturen mit Gewaltenteilung, Transparenz und Kontrolle und dgl. mehr.

De facto betätigen sich Unternehmen bereits in diesem Feld, aber sie fahren gewissermaßen mit angezogener Bremse – aus besonders drei Gründen: (1) Die Manager werden für diese Aufgaben akademisch nicht ausgebildet. (2) Sie wehren sich gegen Aufgaben, die vermeintlich dem politischen System allein obliegen. (3) Und sie werden von der Kritik gebremst, dabei handelte es sich um Lobbyismus. Ich habe dagegen gezeigt, dass die Manager die Schaffung von Märkten, und d. h. die Ordnungsverantwortung, als genuine Managementaufgabe sehen sollten, für die sie von den Shareholdern bezahlt werden.

3. Diskursverantwortung

War der Begriff „Ordnungsverantwortung“ schon relativ neu, so wird der Begriff „Diskursverantwortung“ von mir hier – versuchsweise – neu eingeführt.

Die Handlungen der Menschen werden nicht nur von ihren Interessen geleitet, sondern maßgeblich auch von ihrem Bild der Welt, also von ihren Vorstellungen darüber, wie die Welt funktioniert und wie sie funktionieren sollte: Ideas matter. Man kann das leicht an den öffentlichen Diskursen erkennen. So ist der Widerstand gegen die Globalisierung vielfach auf falsche positive und normative Vorstellungen über das Funktionieren der sozialen Welt zurückzuführen. Die Menschen verstehen den Sinn der Globalisierung nicht und wenden sich – und darin besteht das Problem – besten Wissens und Gewissens gegen sie. Nicht wenige halten es sogar für ihre moralische Pflicht, gegen Marktwirtschaft und Neoliberalismus, gegen Globalisierung Widerstand zu leisten. Die Folge: Wir werden so lange nicht zukunftsfähig sein, wie wir diese moralischen Blockaden nicht aufbrechen können. Ich halte diese moralischen, nicht selten religiös untermauerten, Blockaden für den eigentlichen Standortnachteil Deutschlands.

Das Problem ist, dass man moralische Blockaden nicht einfach durch ökonomische Performance überwinden kann, sondern nur durch Aufklärung über die positiven und normativen Zusammenhänge der modernen Welt. Man muss daher den Kritikern zeigen, dass sie ihre eigenen normativen Ideale, z. B. die Solidarität aller Menschen, verfehlen und dass die propagierte „soziale Gerechtigkeit“ weder sozial noch gerecht ist.

Dabei benutzen die Verteidiger der Marktwirtschaft oft Argumente, die die Marktwirtschaft rechtfertigen sollen, aber genau das Gegenteil bewirken und sogar die Vorurteile der Gegner der Marktwirtschaft stärken. Ich will einige Beispiele geben.

1. Wer Markt und Wettbewerb mit dem Argument rechtfertigt, sie seien Ausdruck der Freiheit, nimmt die Erfahrung von Druck und Zwang auf den Arbeitsmärkten von vielen Millionen Menschen nicht ernst und leitet Wasser auf die Mühlen derer, die in der Marktwirtschaft nur die Freiheit der Starken, der Leistungsfähigen und die Solidarität auf der Strecke bleiben sehen.
2. Wer die Marktwirtschaft durch die Parallelisierung der wirtschaftlichen mit der politischen Freiheit in der Demokratie rechtfertigt, unterstützt die Forderung der

Kritiker nach weitgehender Gleichheit von Einkommen und Macht durch Umverteilung, Mitbestimmung, Bestandsschutz und dgl. mehr.

3. Wer die Marktwirtschaft mit dem Argument verteidigt, so schlimm sei es um Moral und Gerechtigkeit nicht bestellt, weil es auch im Markt Moral und Tugend gebe, besonders die Sekundärtugenden Fleiß, Dienstbereitschaft, den „ehrbaren Kaufmann“, bestätigt die Auffassung der Kritiker, dass es im Allgemeinen doch ziemlich schlimm, d. h. unmoralisch, ungerecht, zugehe.
4. Wer die Marktwirtschaft in Deutschland unter Hinweis auf den Zusatz Soziale Marktwirtschaft verteidigt, weil dadurch die Marktwirtschaft sittlich werde, bestätigt die These, die Marktwirtschaft als solche sei unsozial und damit Teufelszeug. Auch wird durch diese Argumentation der Grad der Sittlichkeit vom Ausmaß der Marktkorrekturen abhängig mit der Folge, dass es gegen sozialpolitisch motivierten Interventionismus keine Bremse mehr gibt.

Ich formuliere die Quintessenz: Es gibt zahlreiche Argumentationsstrategien, die Marktwirtschaft und Globalisierung rechtfertigen sollen, die aber durch die verwendeten Kategorien den Gegnern in die Hände arbeiten und die Vorurteile gegen Marktwirtschaft und Globalisierung nur bestärken. Um die moralischen Blockaden zu überwinden, müssen Unternehmen – wiederum in ihrem eigenen nachhaltigen Interesse – für eine Aufklärung unserer öffentlichen Diskurse sorgen: Ich spreche hier von der Diskursverantwortung.

Unternehmen müssen einen Dialog mit offenem Ausgang mit den Betroffenen führen. Es ist in Rechnung zu stellen, dass die Menschen besonders in Umbruchsituationen ihre Lage zentral in ethischen Kategorien – wie Würde, Gerechtigkeit, Solidarität, Ebenbürtigkeit, Partizipation – auslegen. Sie werden nur dann bereit sein, sich auf eine neue Ordnung für die Weltgesellschaft einzulassen, wenn sie ihr normatives Selbstverständnis in dieser Ordnung aufgehoben finden. Ansonsten werden sie besten Wissens und Gewissens Widerstand gegen die Prozesse leisten.

Um der Diskursverantwortung gerecht zu werden, müssen Unternehmen und ihre Führungskräfte die notwendigen Kompetenzen erwerben oder einkaufen. Zur Stärkung dieser Kompetenzen führen wir in diesem Herbst an der Ludwig-Maximilians-Universität München einen berufsbegleitenden Weiterbildungs-Studiengang „Philosophie, Politik, Wirtschaft“ ein (Näheres unter www.ppw.philosophie.lmu.de).

4. Kritik und Metakritik

Dass Unternehmen eine Ordnungsverantwortung und eine Diskursverantwortung übernehmen sollen, wird von verschiedenen Seiten äußerst kritisch gesehen. Ich will auf die drei wichtigsten Einwände eingehen.

- Unternehmen verfolgen, so wird gesagt, nur ihre Gewinninteressen und würden, wenn sie die Ordnungsverantwortung übernehmen, danach streben, die Ordnung auf ihre partikularen Interessen zuzuschneiden. Es gelte aber, die privaten Gewinninteressen der Unternehmen zu „bändigen“ (A. W. Scherer), und dafür sei der Staat zuständig, also das politische System, das in diesem Argument als Sachwalter des Gemeinwohls gilt.

Dazu wäre metakritisch Vieles zu sagen. So haben wir gelernt, das politische System nicht mehr ohne weiteres als Sachwalter des Gemeinwohls zu sehen, sondern eher als auf Wiederwahl programmierte Verfolgung der Interessen der Politiker.

Aber ich will auf einen anderen Punkt hinaus. Kein Unternehmen kann die Rahmenordnung der Weltgesellschaft allein bestimmen. Unternehmen sind bei Wahrnehmung der Ordnungsverantwortung und der Diskursverantwortung auf die Kooperation mit anderen angewiesen, deren vitalen Interessen sie daher Rechnung tragen müssen: auf die Governments, die NGOs, andere, auch konkurrierende Unternehmen, die Wissenschaft. In der Wahrnehmung von Ordnungs- und Diskursverantwortung unterliegen die Unternehmen schließlich der öffentlichen Kontrolle: Darin unterscheidet sich dieses Engagement vom traditionellen Lobbyismus, mit dem es völlig zu Unrecht in Verbindung gebracht wird. Die Wahrnehmung von Ordnungs- und Diskursverantwortung durch die Unternehmen hat mit Lobbyismus nichts gemein. Kofi Annan, der Generalsekretär der Staatengemeinschaft UN, hat die Unternehmen aufgerufen, bei der Durchsetzung der Menschenrechte, humaner Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung mitzuwirken, also bei typisch ordnungspolitischen Aufgaben, die das politische System allein nicht mehr erledigen kann.

- Der Beteiligung der Unternehmen an der Gestaltung der Rahmenordnung für die Weltgesellschaft fehle es, so wird eingewendet, an „demokratischer Legitimation“. Dieser Einwand wird in gleicher Weise in konservativen, etatistisch denkenden Kreisen und in eher links orientierten NGOs erhoben.

Auch dagegen lässt sich Verschiedenes einwenden, z. B. Folgendes: Der Staat hat seine dominante Rolle in der modernen, funktional differenzierten Gesellschaft eingebüßt; das politische System ist nur noch ein System unter den anderen Systemen (Wirtschaft, Politik, Recht, Wissenschaft usw.). Auch ist es mit der von vielen NGOs in Anspruch genommenen „demokratischen Legitimation“ nicht weit her: NGOs sind höchst selten demokratisch legitimiert, sondern allenfalls durch diffuse punktuelle Unterstützung und vielfach einfach durch moralische Selbstlegitimation. Vor allem aber darf man die „Demokratie“ nicht auf demokratische Wahlen reduzieren: Wahlen sind nur ein Instrument unter anderen, die kollektiven Entscheidungen am Willen der Bürger auszurichten. Neben Wahlen gehören dazu Kontrollmechanismen wie öffentliche Diskurse, Wissenschaft, Wettbewerb und vor allem die Kontrolle des politischen Systems durch die Wirtschaft, durch die Kapitalmärkte. Man hat manchmal den Eindruck, die Kritiker der Ordnungsverantwortung würden unter „demokratischer Legitimation“ die Lizenz für die Politik verstehen, ökonomischen Unsinn zu machen – auf Kosten der Bürger.

- Aus den Unternehmen kommt die Kritik, sie würden zunehmend in der Art einer Ausfallbürgschaft für die Fehler und Ineffizienzen des politischen Systems in Anspruch genommen.

Man kann die Entwicklung zweifellos so beschreiben. Was man dann allerdings nicht mehr sieht, ist die Tatsache, dass wir mitten im Prozess der Neuverteilung der öffentlichen Aufgaben stehen und dass auf die Zivilgesellschaft und ihre Organisationen im Vergleich zu früher mehr Aufgaben zukommen werden – einfach aus dem Grund, dass diese Aufgaben besser als durch den Staat durch zivilgesellschaftliche Selbstorganisation erledigt werden können.

Ich argumentiere hier nicht mit einer moralischen Pflicht der Unternehmen, diese Aufgaben als good corporate citizens zu übernehmen. Unternehmen können im Wettbewerb grundsätzlich keine „Opfer“ bringen. Wer von ihnen „Opfer“ oder „Patriotismus“ verlangt, bewegt sich in der Vorstellungswelt des Nationalstaates aus dem 19. Jahrhundert. Was wir von den Unternehmen und ihren Führungskräften jedoch verlangen können, sind „Investitionen“. Investitionen sind auf – spätere – Erträge ausgerichtet, verlangen also im Gegensatz zu „Opfern“ keinerlei Altruismus. Investieren kann man – und muss man heute – nicht nur in Sachkapital und Humankapital, sondern auch in Unternehmenskultur, Reputation und eine soziale Ordnung, also in die langfristigen Bedingungen nachhaltiger Gewinnerzielung. Unter den veränderten Bedingungen der globalisierten Welt, insbesondere dem auf Jahrzehnte zu taxierenden Ausbleiben einer Welt-Rahmenordnung, müssen die Unternehmen in ihrem eigenen strategischen Interesse Ordnungsverantwortung und Diskursverantwortung übernehmen.

Über die verschiedenen Formen, die das annehmen kann, ist die Diskussion offen. Unternehmen können entsprechende Kompetenzen selbst entwickeln oder einkaufen, sie können sich in gemeinsamen Initiativen betätigen, z. B. dem Global Compact, sie können Organisationen wie Amnesty International oder Transparency International ideell und finanziell unterstützen, Stiftungen mit Think Tanks für die Lösungen aktueller Konflikte gründen, bei Regierungen auf die Lösung der Probleme hinwirken, bei der Gesundheitsvorsorge und Korruptionsbekämpfung trotz Konkurrenz auf den Märkten kooperieren, mit NGOs zusammenarbeiten u.v.a.m.

Schluss

Die Welt ist im Umbruch. Die Aufgaben werden neu verteilt. Für die Unternehmen gilt es, die neue Situation zu erkennen und sich mit Kompetenzen auszustatten, diese Prozesse bewältigen zu können, und für die Wissenschaft gilt es, für die (Nachwuchs-)Führungskräfte entsprechende neue Studieninhalte anzubieten. Wir sind alle gefordert.

WITTENBERG-ZENTRUM FÜR GLOBALE ETHIK

DISKUSSIONSPAPIERE

- Nr. 2003-1 **Ingo Pies**
WELT-GESELLSCHAFTS-VERTRAG: Auf dem Weg zu einer ökonomisch fundierten Ethik der Globalisierung
- Nr. 2003-2 **Ingo Pies**
GLOBAL SOCIAL CONTRACT: On the road to an economically-sound Ethics of Globalization
- Nr. 2003-3 **Ingo Pies**
Weltethos versus Weltgesellschaftsvertrag – Methodische Weichenstellungen für eine Ethik der Globalisierung
- Nr. 2003-4 **Karl Homann**
Braucht die Wirtschaftsethik eine „moralische Motivation“?
- Nr. 2003-5 **Johanna Brinkmann, Ingo Pies**
Der Global Compact als Beitrag zu Global Governance: Bestandsaufnahme und Entwicklungsperspektiven
- Nr. 2003-6 **Ingo Pies**
Sozialpolitik und Markt: eine wirtschaftsethische Perspektive
- Nr. 2003-7 **Ingo Pies**
Korruption: Diagnose und Therapie aus wirtschaftsethischer Sicht
- Nr. 2004-1 **Ingo Pies, Markus Sardison**
Ethik der Globalisierung: Global Governance erfordert einen Paradigmawechsel vom Machtkampf zum Lernprozess
- Nr. 2004-2 **Ingo Pies, Cora Voigt**
Demokratie in Afrika – Eine wirtschaftsethische Stellungnahme zur Initiative „New Partnership for Africa’s Development“ (NePAD)
- Nr. 2004-3 **Ingo Pies**
Theoretische Grundlagen demokratischer Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik - Der Beitrag Milton Friedmans
- Nr. 2004-4 **Henry Meyer zu Schwabedissen, Ingo Pies**
Ethik und Ökonomik: Ein Widerspruch?
- Nr. 2004-5 **Ingo Pies**
Wirtschaftsethik als Beitrag zur Ordnungspolitik – Ein interdisziplinäres Forschungsprogramm demokratischer Politikberatung
- Nr. 2004-6 **Karl Homann**
Gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen. Philosophische, gesellschaftstheoretische und ökonomische Überlegungen
- Nr. 2004-7 **Andreas Suchanek**
Überlegungen zu einer interaktionsökonomischen Theorie der Nachhaltigkeit
- Nr. 2004-8 **Thomas Fitschen**
Der „Global Compact“ als Zielvorgabe für verantwortungsvolles Unternehmertum – Idee mit Zukunft oder Irrweg für die Vereinten Nationen?
- Nr. 2004-9 **Markus Beckmann, Thomas Mackenbrock, Ingo Pies, Markus Sardison**
Mentale Modelle und Vertrauensbildung – Eine wirtschaftsethische Analyse

- Nr. 2004-10 **Ingo Pies**
Nachhaltige Politikberatung: Der Ansatz normativer Institutionenökonomik
- Nr. 2004-11 **Markus Beckmann, Johanna Brinkmann, Valerie Schuster**
10 Thesen zu Corporate Citizenship als Ordnungsverantwortung – Ein interaktionsökonomisches Forschungsprogramm
- Nr. 2004-12 **Markus Beckmann, Ingo Pies**
Sustainability by Corporate Citizenship
- Nr. 2004-13 **Ingo Pies, Alexandra von Winning**
Wirtschaftsethik
- Nr. 2004-14 **Markus Sardison**
Macht - eine interaktionsökonomische Betrachtung
- Nr. 2005-1 **Johanna Brinkmann, Ingo Pies**
Corporate Citizenship: Raison d'être korporativer Akteure aus Sicht der ökonomischen Ethik
- Nr. 2005-2 **Ingo Pies, Markus Sardison**
Wirtschaftsethik
- Nr. 2005-3 **Ingo Pies**
Theoretische Grundlagen demokratischer Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik – Der Beitrag von Karl Marx
- Nr. 2005-4 **Andreas Suchanek**
Is Profit Maximization the Social Responsibility of Business? Milton Friedman and Business Ethics
- Nr. 2006-1 **Karl Homann**
Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in der globalisierten Welt: Handlungsverantwortung – Ordnungsverantwortung – Diskursverantwortung
- Nr. 2006-2 **Doris Fuchs**
Private Actors in Tropical Deforestation Governance
- Nr. 2006-3 **Karl Homann**
Wirtschaftsethik: ökonomischer Reduktionismus?
- Nr. 2006-4 **Karl Homann**
Competition and Morality (Wettenberb und Moral 1990)
- Nr. 2006-5 **Karl Homann**
The Sense and Limits of the Economic Method in Business Ethics (Sinn und Grenze der ökonomischen Methode in der Wirtschaftsethik 1997)
- Nr. 2006-7 **Andreas Suchanek, Nick Lin-Hi**
Eine Konzeption unternehmerischer Verantwortung
- Nr. 2006-8 **Ingo Pies**
Entrepreneurial spirit and the logic of commitment – A vision for NePAD
- Nr. 2006-9 **Ingo Pies**
Unternehmergeist und die Logik produktiver Bindungen – eine Vision für NePAD
- Nr. 2006-10 **Karl Homann**
Changing Paradigm Fostering Entrepreneurial Spirit (Deutsche Version)

- Nr. 2006-11 **Karl Homann**
Changing Paradigm Fostering Entrepreneurial Spirit
- Nr. 2007-1 **Herman Bailey**
Entrepreneurial spirit as Crucial driver for Development and Cooperation
- Nr. 2007-2 **Dominique Nicole Friederich**
Gesundheitsreform auf dem Prüfstand – Solidarität durch Wettbewerb in der Krankenversicherung
- Nr. 2007-3 **Markus Beckmann**
NePAD als Selbstbindungsinstrument: Stärken und Schwächen des „African Peer Review Mechanism“
- Nr. 2007-4 **Andreas Suchanek, Martin von Broock**
Die Responsible Care-Initiative der Chemischen Industrie – Eine wirtschaftsethische Betrachtung
- Nr. 2007-5 **Nick Lin-Hi**
Wirtschaftsethik im 21. Jahrhundert
- Nr. 2008-1 **Andreas Suchanek**
Verantwortung, Selbstbindung und die Funktion von Leitbildern
- Nr. 2008-2 **Rüdiger W. Waldkirch**
The Shareholder vs. Stakeholder Debate reconsidered
- Nr. 2008-3 **Andreas Suchanek**
Business Ethics and the Golden Rule
- Nr. 2008-4 **Karl Homann**
Was bringt die Wirtschaftsethik für die Ethik?