

Pies, Ingo

Working Paper

Wie bekämpft man Korruption? Lektionen der Wirtschafts- und Unternehmensethik

Diskussionspapier, No. 2007-4

Provided in Cooperation with:

Martin Luther University of Halle-Wittenberg, Chair of Economic Ethics

Suggested Citation: Pies, Ingo (2007) : Wie bekämpft man Korruption? Lektionen der Wirtschafts- und Unternehmensethik, Diskussionspapier, No. 2007-4, ISBN 978-3-86010-895-6, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Lehrstuhl für Wirtschaftsethik, Halle (Saale), <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:3:2-791>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/170279>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



Ingo Pies

Wie bekämpft man Korruption? – Lektionen der Wirtschafts- und Unternehmensethik

Diskussionspapier Nr. 2007-4

des Lehrstuhls für Wirtschaftsethik
an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg,
hrsg. von Ingo Pies,
Halle 2007

Haftungsausschluss

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

ISBN 978-3-86010-895-6
ISSN 1861-3594 (Printausgabe)
ISSN 1861-3608 (Internetausgabe)

Autorenanschrift

Prof. Dr. Ingo Pies
Lehrstuhl für Wirtschaftsethik
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
Juristische und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Wirtschaftswissenschaftlicher Bereich
Große Steinstraße 73
06108 Halle
Tel.: +49 (0) 345 55-23420
Email: ingo.pies@wiwi.uni-halle.de

Korrespondenzanschrift

Prof. Dr. Ingo Pies
Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
Juristische und Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät
Wirtschaftswissenschaftlicher Bereich
Lehrstuhl für Wirtschaftsethik
Große Steinstraße 73
06108 Halle
Tel.: +49 (0) 345 55-23420
Fax: +49 (0) 345 55 27385
Email: ingo.pies@wiwi.uni-halle.de

Kurzfassung

Die wichtigste Lektion der Korruptionsprävention besteht darin, das Problem nicht einzelnen *Personen* in der Organisation, sondern vielmehr der *Organisation selbst* zuzurechnen. Aus unternehmensethischer Sicht lautet daher die entscheidende Frage: Wie konstituiert sich eine Organisation als moralisch integrierter Akteur? Hierfür gibt es ein bewährtes Bündel von Maßnahmen und Instrumenten, angefangen von einem Verhaltenskodex über ein Compliance Office bis hin zu anonymen Hinweissystemen. In der Praxis werden die Vorkehrungen jedoch oft nur pro forma umgesetzt und nicht wirklich gelebt. Deshalb muss die unternehmensethische Perspektive noch um eine wirtschaftsethische Perspektive ergänzt werden. Sie stellt die Frage: Welche Anreize sind erforderlich, damit die Unternehmen ein vitales Eigeninteresse daran entwickeln, sich als moralisch integre Akteure zu konstituieren?

Die Hauptthese dieses Beitrags lautet: Wirksame Korruptionsprävention bedarf einer Ordnungspolitik zweiter Ordnung – einer indirekten Verhaltenssteuerung, die Anreize setzt zur Anreizsetzung in und durch Unternehmen.

Die Gesellschaft muss integrires Verhalten durch geeignete Anreize schützen und stützen. Denn die Moral hält es auf Dauer nicht aus, wenn der Ehrliche der Dumme ist. Deshalb ist es ein moralischer Imperativ, für Bedingungen zu sorgen, unter denen es klug ist, ehrlich zu sein. Nur wenn Integrität sich auszahlt, setzt sie sich im Wettbewerb durch. Insofern ist Korruptionsprävention primär eine gesellschaftliche Steuerungsaufgabe. Die Herausforderung besteht darin, die Unternehmen mit einem Umfeld zu versorgen, in dem sie die Kosten der Korruptionsprävention als eine Investition begreifen lernen.

Die Unternehmen wären gut beraten, sich nicht nur zum Objekt, sondern zum Subjekt dieses Prozesses zu machen. Soziale Akzeptanz wird für die Unternehmen zunehmend zu einem knappen Faktor, der eigenständige Bewirtschaftungsmaßnahmen erfordert. Hier ist Führung gefragt: Die Unternehmen müssen sich darauf einstellen, als Corporate Citizens Ordnungsverantwortung zu übernehmen und an der Gestaltung ihrer institutionellen Rahmenbedingungen konstruktiv mitzuarbeiten.

Wie bekämpft man Korruption? – Lektionen der Wirtschafts- und Unternehmensethik*

Ingo Pies

Das vergangene Jahr 2006 war reich an Skandalen. In vielen Fällen ging es um Wirtschaftskriminalität, insbesondere Korruption – also um den Versuch, mittels Bestechung geschäftlich erfolgreich zu sein, handle es sich nun um die Bestechung von Kunden oder um die Bestechung des eigenen Betriebsrats. Die Liste der betroffenen Unternehmen liest sich wie das „Who is Who“ der deutschen Wirtschaft. Sogar die Autobranche, einst deutsche Vorzeigewirtschaft, ist prominent und gleich mehrfach vertreten. Insofern passt auch der jüngste Fall ins Bild: das System der schwarzen Kassen bei Siemens.

Am Beispiel Siemens wird besonders deutlich, dass wir es in Deutschland mit einem Strukturproblem zu tun haben: Man würde das Phänomen der Korruption missverstehen, wenn man es auf die gelegentliche Gesetzesübertretung einiger vereinzelter Manager zurückführen wollte. Wenn über lange Jahre hinweg derart beträchtliche Summen planmäßig für schwarze Kassen abgezweigt werden (können), dann steckt System dahinter. Folglich ist das Problem nicht einzelnen *Personen* in der Organisation, sondern vielmehr der *Organisation selbst* zuzurechnen.

Wir müssen zur Kenntnis nehmen: Sogar in einigen der namhaftesten deutschen Unternehmen gab – und gibt? – es offensichtlich eine Korruptionskultur, durch die Mittäter und Mitwisser kollektiv eingebunden werden: eine Kultur der Kumpanei und Komplizenschaft, die das Prinzip konstruktiver Zusammenarbeit im Team ohne Rücksicht auf relevante Grenzen bis in den illegalen Bereich hinein verlängert; und eine Kultur des Wegsehens und Nichtwissenwollens, die dafür sorgt, dass heikle Informationen die Ebene von Vorstand und Aufsichtsrat nach Möglichkeit gar nicht erst erreichen, so dass eigentlich auf der Hand liegende Fragen lange Zeit nicht beantwortet werden müssen, weil sich im Apparat von vornherein niemand traut, solche Fragen intern aufzuwerfen und unangenehme Themen überhaupt anzusprechen.

Im Klartext: Korruption kann nicht gedeihen, wenn das Unternehmen eine Kultur kritischer Loyalität pflegt. Deshalb lautet die aus Sicht der Unternehmensethik entscheidende Frage: Wie konstituiert sich eine Organisation als moralisch integrierter Akteur?

Lektionen der Unternehmensethik

Die gute Nachricht vorab: Korruptionsprävention ist keine Zauberei. Die für eine wirksame Vorbeugung erforderlichen Maßnahmen sind gut erforscht. Und sie sind vergleichsweise leicht zu handhaben. Ein effektives Präventionsprogramm besteht im Wesentlichen aus fünf Elementen, die auf durchaus individuelle Weise so ausgestaltet und miteinander kombiniert werden können, dass den spezifischen Besonderheiten jedes Unternehmens Rechnung getragen wird.

* Eine stark gekürzte Fassung dieses Beitrags erscheint am 30. Januar 2007 im Handelsblatt, Nr. 21, S. 9.

((1)) Korruptionsprävention erfordert, auf die gelebte Kultur eines Unternehmens – sei es re-aktiv, sei es pro-aktiv – Einfluss zu nehmen. Das hierfür am besten geeignete Instrument ist ein Verhaltenskodex. Durch ihn lassen sich die Führungskräfte und Mitarbeiter eines Unternehmens für das Problem sensibilisieren. Aber auch die Lösungsoptionen können durch einen Verhaltenskodex vorstrukturiert werden. Mit seiner Hilfe lässt sich kommunizieren, welche Anforderungen das Unternehmen an die Loyalität seiner Mitarbeiter und Führungskräfte stellt – und vor allem: wie es die Grenzen falsch verstandener Loyalität festgelegt wissen will. Richtig eingesetzt, ist ein Verhaltenskodex mehr als nur ein beschriebenes Blatt Papier. Es handelt sich vielmehr um ein Instrument der unternehmensstrategischen Selbstverständigung und Selbstverpflichtung, mittels dessen eine Organisation ihre alltäglich gelebte Kultur definieren und weiterentwickeln kann. Freilich vermag ein Verhaltenskodex sein Potential als Steuerungsinstrument nur dann voll zu entfalten, wenn seine Integration ins Alltagsleben durch Anreize unterstützt wird. Verletzungen des Kodex' müssen arbeitsrechtliche Konsequenzen haben, sich in der Entlohnung niederschlagen und bis hin zur Entlassung führen können – wohlgemerkt: für Mitarbeiter *und* Führungskräfte. Ein Verhaltenskodex muss ferner als ein *Prozess* angelegt sein, der mit Hilfe partizipativer Elemente kontinuierlich fortgeschrieben wird, so dass er sich an den realen Problemen der Organisation und ihrer Lebenswirklichkeit ausrichtet.

((2)) Korruptionsprävention ist eine unternehmerische Querschnittsaufgabe. Deshalb darf man sie nicht dem Zufall überlassen. Vielmehr muss die Kompetenz, gegen Korruption vorzugehen, organisatorisch verankert werden. Es hat sich bewährt, hierfür die Stelle eines „Compliance Officer“ oder ein Büro für Integritätsmanagement einzurichten, damit es im Unternehmen eine Person oder eine Abteilung gibt, die ein Karriereinteresse daran hat, unangenehmen Fragen nicht auszuweichen und, wenn es sein muss, den Finger in die Wunde zu legen. Mit Hilfe geeigneter Stellenanreize kann man gezielt darauf einwirken, wie spezialisiert und wie professionell die Kompetenz zur Korruptionsprävention ausgeübt wird.

((3)) Korruption ist ein Geheimhaltungsdelikt. Im Regelfall hat man es innerhalb des aktiv bestechenden Unternehmens aber nicht mit einem Einzeltäter, sondern mit einer Tätergruppe zu tun. Mehrere Personen müssen zusammenarbeiten und sich wechselseitig decken, wenn Kontrollen unterlaufen, schwarze Kassen angelegt und beispielsweise zur Auftragsakquise eingesetzt werden können. Insofern zielt die Bekämpfung von Korruption darauf, Schweigekartelle aufzubrechen bzw. gar nicht erst aufkommen zu lassen. Hierfür ist eine besondere Anreizkombination von „Zuckerbrot und Peitsche“ geeignet, die in der Fachliteratur als „Kronzeugenregelung“ bekannt ist. Sie führt dazu, dass das Schweigekartell in einen Geständniswettlauf überführt wird, in dem jeder Mittäter versucht, einer Anzeige durch andere zuvorzukommen, indem er sich selbst offenbart und dafür einen differenzierten Strafnachlass erhält.

((4)) In einem bestechenden Unternehmen gibt es üblicherweise nicht nur Mittäter, sondern auch Mitwisser. Letztere sind an der Korruption nicht aktiv beteiligt. Insofern hätten sie eigentlich die Möglichkeit, auf Missstände hinzuweisen („whistle-blowing“), ohne eine Strafverfolgung riskieren zu müssen. Aber oft dulden sie die illegalen Aktivitäten der Mittäter passiv. Die Gründe hierfür können zahlreich sein. Sie reichen von einer falsch verstandenen Loyalität mit korrupten Vorgesetzten über die Angst vor Repressalien von Seiten der Täter bis hin zur Befürchtung, als „Verräter“ gebrandmarkt und von Kollegen geschnitten zu werden. Ein bewährtes Instrument zur Aktivierung der Mitwisser sind anonyme Hinweissysteme. Sie schützen die Identität der Mitwisser und

ermöglichen dennoch die Aufnahme gezielter Ermittlungen. Systeme für anonyme Hinweisgeber sind ein hoch wirksames Instrument zur Bekämpfung von Korruption. Mit ihrer Hilfe lassen sich nicht nur bereits vorhandene Schweigekartelle der Mittäter aufdecken. Von ihnen geht auch eine ausgesprochen präventive Abschreckungswirkung aus, die potentielle Täter davon abhält, sich auf Korruption überhaupt einzulassen.

((5)) Diese internen Maßnahmen – vom Verhaltenskodex über den Beauftragten für das Integritätsmanagement bis hin zu den beiden wichtigsten Instrumenten der Korruptionsprävention, die auf Mittäter und Mitwisser im eigenen Unternehmen zielen – lassen sich durch externe Maßnahmen flankieren, mit denen ein Unternehmen versuchen kann, auch seine Konkurrenten „ins Boot zu holen“. Hier reichen die Maßnahmen von Branchenvereinbarungen und kollektiven Selbstverpflichtungen bis hin zu projektorientierten „Integritätspakten“, wie sie etwa von „Transparency International“ für große Auftragsausschreibungen empfohlen und initiiert werden. Auch öffentliche Bekenntnisse zur Bekämpfung von Korruption – beispielsweise im Rahmen des „Global Compact“ der Vereinten Nationen – dienen dazu, mit dem Thema offensiv umzugehen und das eigene Umfeld – insbesondere die eigenen Konkurrenten – zur Integrität anzuhalten.

Richtig eingesetzt, sind interne und externe Maßnahmen komplementär. Sie ergänzen und unterstützen sich wechselseitig: Ohne interne Maßnahmen fehlt es dem externen Engagement an Glaubwürdigkeit. Und umgekehrt kann externes Engagement die Kosten interner Maßnahmen deutlich reduzieren. Schließlich haben alle Unternehmen, die ohne Bestechung arbeiten wollen, ein gemeinsames Interesse daran, dass der Korruptionssumpf trockengelegt wird, um etwaige Wettbewerbsnachteile zu vermeiden – und den mit Skandalen verbundenen Kollateralschäden zu entgehen.

Nun kommt die schlechte Nachricht: Das alles ist seit langer Zeit bekannt, wird aber kaum umgesetzt. Präventionsmaßnahmen werden oft nur vorgeschützt; sie stehen formal auf dem Papier, werden aber nicht wirklich gelebt. Zurückhaltend formuliert: Die Möglichkeiten einer wirksamen Korruptionsprävention werden in Deutschland gegenwärtig nicht voll ausgeschöpft. Wir haben es hier folglich nicht mit einem Wissensproblem zu tun, sondern mit einem Anreizproblem. Deshalb sind die Lektionen der Unternehmensethik zwar notwendig, aber nicht hinreichend. Sie müssen durch Lektionen der Wirtschaftsethik ergänzt werden.

Lektionen der Wirtschaftsethik

Die aus Sicht der Wirtschaftsethik entscheidende Frage lautet: Was ist gesellschaftlich zu tun, damit das vorhandene Wissen auch tatsächlich umgesetzt wird? Welche Anreize sind erforderlich, damit die Unternehmen ein vitales Eigeninteresse daran entwickeln, sich als moralisch integre Akteure zu konstituieren?

Die schlechte Nachricht vorab: Das Strafrecht allein reicht nicht aus, weil es durch die Geheimhaltungspraktiken der korrupten Täter unterlaufen wird. In demokratischen Rechtsstaaten können die Strafen gar nicht so hoch angesetzt werden, dass sie die derzeit geringen Entdeckungswahrscheinlichkeiten (über-)kompensieren und so eine abschreckende Präventivwirkung entfalten. Dies liegt vor allem daran, dass die eigentlichen Opfer der Korruption oft gar nicht wissen, dass sie es sind, auf deren Kosten illegale Geschäfte gemacht werden. So fehlt den rechtsstaatlichen Instanzen in der Regel der Anfangsverdacht, ohne den sie nicht gezielt ermitteln können.

Der strategische Ansatzpunkt für eine wirksamere Bekämpfung von Korruption liegt folglich nicht primär in der bestochenen Organisation und auch nicht beim Strafrecht – beiden fällt es gleichermaßen schwer, die Geheimhaltung zu durchbrechen –, sondern vielmehr in der bestechenden Organisation. Im Klartext: Korruptionsprävention lässt sich nicht *ohne* die Unternehmen – und schon gar nicht *gegen* sie –, sondern nur *mit* den Unternehmen wirksam gestalten. Sie müssen dafür gewonnen werden, aktive Gegenmaßnahmen zu ergreifen und mit der organisatorischen Verankerung moralischer Integrität Ernst zu machen.

Jetzt kommt die gute Nachricht: Es gibt zahlreiche Ansatzmöglichkeiten für eine erfolgversprechende Kontext-Steuerung, mit der man gesellschaftlich für ein „enabling environment“ sorgen kann. Folgende Punkte sind hilfreich:

- Schwarze Listen: Korrupte Unternehmen sollten fest damit rechnen müssen, auf längere Zeit von Aufträgen ausgeschlossen zu werden.
- Best practices: Die fünf Kernelemente der Korruptionsprävention sollten als Standard für „good governance“ aufgefasst und von den Unternehmen öffentlich eingefordert werden. Auch die Wirtschaft selbst muss hier aktiv(er) werden, indem man sich nicht nur über die Produktqualität der Geschäftspartner informiert, sondern sich auch ihrer Prozessqualität versichert.
- Die Kapitalmärkte müssen lernen, das strukturelle Bemühen um Korruptionsprävention als Beitrag zum Risikomanagement zu honorieren. Erste Ansätze hierzu gibt es bereits. Sie könnten forciert werden.
- Von Seiten der Medien sollten Unternehmen nicht nur an Einzelfällen gemessen werden, sondern vor allem daran, wie ernsthaft sie sich bemüht haben, möglichen Einzelfällen *systematisch* vorzubeugen. Die fünf Kernelemente der Korruptionsprävention bieten hierfür leicht überprüfbare Anhaltspunkte.

Die wirtschaftsethische Logik lautet: Wir brauchen eine Ordnungspolitik zweiter Ordnung – eine indirekte Verhaltenssteuerung, die Anreize setzt zur Anreizsetzung in und durch Unternehmen.

Zur Erläuterung: Das System der Marktwirtschaft verfügt über Selbstheilungskräfte. Die gilt es, gesellschaftlich zu aktivieren – durch eine kluge Indienstnahme eigeninteressierten Verhaltens mittels institutionalisierter Anreize. Im vorliegenden Fall benötigt man hierfür eine besonders intelligente Steuerung – das Umschalten von einer Ordnungspolitik erster Ordnung auf eine Ordnungspolitik zweiter Ordnung: Wenn es schon nicht gelingt, die *Korruption* im direkten Durchgriff prohibitiv teuer zu machen, so muss man den *Mangel* an ernsthafter *Korruptionsprävention* gezielt so verteuern, dass in den Unternehmen ein vitales Eigeninteresse entsteht, die erforderlichen Maßnahmen zu ergreifen und ernsthaft umzusetzen.

Fazit

Korruption untergräbt das Systemvertrauen, und dies gleich in doppelter Hinsicht. Zum einen lässt Korruption das Zutrauen der Bürger in die Marktwirtschaft erodieren. Zum anderen unterminiert sie das Vertrauen zwischen Vertragspartnern innerhalb des marktwirtschaftlichen Systems. Wirtschaftsethisch betrachtet, ist Korruption also nicht „Schmiermittel“, sondern ganz im Gegenteil: „Sand im Getriebe“ der Marktwirtschaft.

Insofern ist es ein berechtigtes moralisches Anliegen, Korruption wirksam zu bekämpfen. Auf dem Weg dorthin hilft moralisierende Empörung freilich nur bedingt weiter. Denn sie verstellt tendenziell den Blick darauf, dass Korruption ein strukturelles Problem ist, das nach strukturellen Problemlösungen verlangt. Die sind kompliziert, aber nicht unmöglich, sofern man versteht, die richtigen Fragen zu stellen. Dabei kann die Wirtschafts- und Unternehmensethik helfen.

Hierbei sollte eines klar geworden sein: Fordern ohne Fördern ist wie Taktik ohne Strategie. Die Gesellschaft muss integres Verhalten durch geeignete Anreize schützen und stützen. Denn die Moral hält es auf Dauer nicht aus, wenn der Ehrliche der Dumme ist. Deshalb ist es ein moralischer Imperativ, für Bedingungen zu sorgen, unter denen es klug ist, ehrlich zu sein. Nur wenn Integrität sich auszahlt, setzt sie sich im Wettbewerb durch. Insofern ist Korruptionsprävention primär eine gesellschaftliche Steuerungsaufgabe. Die Herausforderung besteht darin, die Unternehmen mit einem Umfeld zu versorgen, in dem sie die Kosten der Korruptionsprävention als eine Investition begreifen lernen.

Die Unternehmen wären im Übrigen gut beraten, sich nicht nur zum Objekt, sondern zum Subjekt dieses Prozesses zu machen. Die Skandale des letzten Jahres machen deutlich: Soziale Akzeptanz wird für die Unternehmen zunehmend zu einem knappen Faktor, der eigenständige Bewirtschaftungsmaßnahmen erfordert. Hier ist Führung gefragt: Die Unternehmen müssen sich darauf einstellen, als Corporate Citizens Ordnungsverantwortung zu übernehmen und an der Gestaltung ihrer institutionellen Rahmenbedingungen konstruktiv mitzuarbeiten.

Literatur

- Ingo Pies (2002): Korruption: Eine ökonomische Analyse mit einem Ausblick auf die Wirtschafts- und Unternehmensethik, in: Volker Arnold (Hrsg.): Wirtschaftsethische Perspektiven VI. Korruption, Strafe und Vertrauen, Verteilungs- und Steuergerechtigkeit, Umweltethik, Ordnungsfragen, Berlin 2002, S. 13-46.
- Ingo Pies (2003): Korruption: Diagnose und Therapie aus wirtschaftsethischer Sicht, in: Verena von Nell, Gottfried Schwitzgebel, Matthias Vollet (Hrsg.): Korruption. Interdisziplinäre Zugänge zu einem komplexen Phänomen, Wiesbaden, S. 41-63.
- Ingo Pies und Peter Sass (2005): Selbstverpflichtung als Instrument der Korruptionsprävention bei Infrastrukturprojekten, in: Karl-Hans Hartwig und Andreas Knorr (Hrsg.): Neuere Entwicklungen in der Infrastrukturpolitik, Göttingen, S. 365-385.
- Ingo Pies, Peter Sass und Henry Meyer zu Schwabedissen (2005): Prävention von Wirtschaftskriminalität: Zur Theorie und Praxis der Korruptionsbekämpfung, Wirtschaftsethik-Studie Nr. 2005-2, hrsg. vom Lehrstuhl für Wirtschaftsethik an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg und der Sektion Wirtschaftswissenschaften der Stiftung Leucorea in der Lutherstadt Wittenberg, Halle 2005.
- Ingo Pies und Peter Sass (2006): Korruptionsprävention als Ordnungsproblem – Wirtschaftsethische Perspektiven für Corporate Citizenship als Integritätsmanagement, in: ORDO – Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft, Bd. 57, Stuttgart, S. 341-369.

Diskussionspapiere¹

- Nr. 2007-4 **Ingo Pies**
Wie bekämpft man Korruption? – Lektionen der Wirtschafts- und Unternehmensethik
- Nr. 2007-3 **Markus Beckmann**
Ökonomischer Ansatz und die Theorie des Self-Command bei Thomas Schelling
- Nr. 2007-2 **Ingo Pies**
Theoretische Grundlagen demokratischer Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik – Der Beitrag von Thomas Schelling
- Nr. 2007-1 **Ingo Pies, Stefan Hielscher**
Das Problem der internationalen Arzneimittelversorgung: eine wirtschaftsethische Perspektive
- Nr. 2006-13 **Ingo Pies**
Ist Konsens im Konflikt möglich? – Zur gesellschaftstheoretischen und gesellschaftspolitischen Bedeutung von Metaspielen
- Nr. 2006-12 **Ingo Pies**
Nachhaltigkeit: eine semantische Innovation von welthistorischer Bedeutung
- Nr. 2006-11 **Markus Beckmann, Ingo Pies**
Ordo-Responsibility – Conceptual Reflections towards a Semantic Innovation
- Nr. 2006-10 **Markus Beckmann, Ingo Pies**
Ordnungsverantwortung – Konzeptionelle Überlegungen zugunsten einer semantischen Innovation
- Nr. 2006-9 **Markus Beckmann, Ingo Pies**
Freiheit durch Bindung – Zur ökonomischen Logik von Verhaltenskodizes
- Nr. 06-8 **Ingo Pies**
Methodologischer Hobbesianismus und das Theorieprogramm einer interessenbasierten Moralbegründung
- Nr. 06-7 **Ingo Pies, Peter Sass**
Korruptionsprävention als Ordnungsproblem – Wirtschaftsethische Perspektiven für Corporate Citizenship als Integritätsmanagement
- Nr. 06-6 **Nikolaus Knoepffler**
Projekt „Wirtschaftsethik“. Zur Aufhebung des Ansatzes von Karl Homann
- Nr. 06-5 **Ingo Pies, Alexandra von Winning**
Die UN-Dekade „Bildung für eine nachhaltige Entwicklung“ und der Beitrag des Global Compact: Eine wirtschaftsethische Perspektive
- Nr. 06-4 **Ingo Pies**
Markt versus Staat? – Über Denk- und Handlungsblockaden in Zeiten der Globalisierung
- Nr. 06-3 **Markus Beckmann, Diana Kraft, Ingo Pies**
Freiheit durch Bindung - Zur Logik von Verhaltenskodizes
- Nr. 06-2 **Sören Buttke, Ingo Pies**
The Economics of Social Dilemmas
- Nr. 06-1 **Ingo Pies**
Theoretische Grundlagen demokratischer Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik – Der Beitrag von Albert Hirschman
- Nr. 05-12 **Ingo Pies, Alexandra von Winning**
Sustainability by Education: Lessons to be learned
- Nr. 05-11 **Ingo Pies, Alexandra von Winning**
Nachhaltigkeit durch Bildung: Lessons to be learned
- Nr. 05-10 **Ingo Pies**
Ökonomische Ethik: Zur Überwindung politischer Denk- und Handlungsblockaden
- Nr. 05-9 **Ingo Pies**
Chancen und Risiken der Globalisierung: 10 Thesen
- Nr. 05-8 **Gerhard Engel**
Karl Marx und die Ethik des Kapitalismus
- Nr. 05-7 **Ingo Pies**
Was gefährdet die Demokratie? – Eine kritische Stellungnahme zur Kapitalismusdebatte in

¹ Als Download unter <http://ethik.wiwi.uni-halle.de/forschung> Hier finden sich auch die Diskussionspapiere der Jahrgänge 2003 und 2004.

- Deutschland
- Nr. 05-6 **Martin Petrick, Ingo Pies**
In Search for Rules that Secure Gains from Cooperation: The Heuristic Value of Social Dilemmas for Normative Institutional Economics
- Nr. 05-5 **Stefan Hielscher, Ingo Pies**
Internationale Öffentliche Güter – Ein neues Paradigma der Entwicklungspolitik
- Nr. 05-4 **Ingo Pies, Peter Sass**
Selbstverpflichtung als Instrument der Korruptionsprävention bei Infrastrukturprojekten
- Nr. 05-3 **Ingo Pies**
Theoretische Grundlagen demokratischer Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik – Der Beitrag von Karl Marx
- Nr. 05-2 **Ingo Pies, Markus Sardison**
Wirtschaftsethik
- Nr. 05-1 **Johanna Brinkmann, Ingo Pies**
Corporate Citizenship: Raison d'être korporativer Akteure aus Sicht der ökonomischen Ethik

Wirtschaftsethik-Studien²

- Nr. 2005-3 **Ingo Pies, Peter Sass, Roland Frank**
Anforderungen an eine Politik der Nachhaltigkeit – eine wirtschaftsethische Studie zur europäischen Abfallpolitik
- Nr. 2005-2 **Ingo Pies, Peter Sass, Henry Meyer zu Schwabedissen**
Prävention von Wirtschaftskriminalität: Zur Theorie und Praxis der Korruptionsbekämpfung
- Nr. 2005-1 **Valerie Schuster**
Corporate Citizenship und die UN Millennium Development Goals:
Ein unternehmerischer Lernprozess am Beispiel Brasiliens
- Nr. 2004-1 **Johanna Brinkmann**
Corporate Citizenship und Public-Private Partnerships: Zum Potential der Kooperation zwischen Privatwirtschaft, Entwicklungszusammenarbeit und Zivilgesellschaft

² Als Download unter <http://ethik.wiwi.uni-halle.de/forschung>