

Pies, Ingo

Working Paper

Fragen und Antworten - Wie reagiert eine ökonomische Theorie der Moral auf die "Frequently Asked Questions" zur Wirtschafts- und Unternehmensethik?

Diskussionspapier, No. 2007-11

Provided in Cooperation with:

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

Suggested Citation: Pies, Ingo (2007) : Fragen und Antworten - Wie reagiert eine ökonomische Theorie der Moral auf die "Frequently Asked Questions" zur Wirtschafts- und Unternehmensethik?, Diskussionspapier, No. 2007-11, ISBN 978-3-86010-927-4, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Lehrstuhl für Wirtschaftsethik, Halle (Saale), <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:3:2-3967>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/170286>

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

Fragen und Antworten – Wie reagiert eine
ökonomische Theorie der Moral auf die
„Frequently Asked Questions“ zur Wirtschafts-
und Unternehmensethik?

Diskussionspapier Nr. 2007-11

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 978-3-86010-896-3
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

Dieser Beitrag nimmt die wissenschaftliche Sicht einer ökonomischen Theorie der Moral ein und gibt aus dieser Perspektive Antworten auf Fragen, wie sie von Journalisten formuliert werden. Dabei kommt auch zur Sprache, dass die für Interviews typischen Fragen in der Regel falsch gestellt sind: Es gibt eine Form von Journalismus, der die in der Öffentlichkeit verbreiteten Missverständnisse und Denkblockaden nicht aufklärt, sondern ungewollt einfach nur widerspiegelt. Hier tut Aufklärung not.

Key Words: Ökonomische Theorie der Moral, Wirtschaftsethik, Unternehmensethik, demokratische Öffentlichkeit, Moralkommunikation.

Abstract

In public discourse, there is a lively discussion about the ethics of markets and the ethics of business firms. This article approaches the debate from the perspective of an economic theory of morality. It gives answers to typical questions frequently asked by journalists. In doing so, the article argues that many of these questions implicitly rest on profound misunderstandings and are therefore highly misleading: There is a type of journalism that does not clarify or deconstruct popular misconceptions about the working properties of markets and business. Rather, unintentionally, journalists often perpetuate exactly those prejudices that hamstring constructive discourse. Thus, there is a pronounced need for learning

JEL-Klassifikation: A11, A13, D02, D63, M14

Fragen und Antworten – Wie reagiert eine ökonomische Theorie der Moral auf die „Frequently Asked Questions“ zur Wirtschafts- und Unternehmensethik?

Ingo Pies

Einleitung

Der folgende Beitrag enthält Antworten auf Fragen, wie sie von Journalisten gestellt werden. Diese Fragen sind nicht fingiert, sondern wurden tatsächlich so formuliert, wie sie hier kursiv und wortgetreu wiedergegeben sind. Die Antworten sind Ausdruck des Bemühens, nach bestem Wissen und Gewissen Auskunft zu geben. Das daraus resultierende Interview wurde freilich nicht abgedruckt, möglicherweise deshalb, weil der Journalist das „Abschließende Statement“ als Verletzung seiner Berufsehre empfand. So war es natürlich nicht gemeint. Aber der Respekt gebietet, dass hier sicherheitshalber anonym bleiben soll, von wem die Fragen gestellt wurden.

Die Antworten wurden zweistufig so entwickelt, dass in ihnen auch zur Sprache kommt, inwiefern diese für Interviews typischen Fragen in der Regel falsch gestellt sind. Insofern macht dieser Beitrag auf ein gravierendes Problem aufmerksam: Es gibt nämlich eine Form von Journalismus, der die in der Öffentlichkeit verbreiteten Missverständnisse und Denkblockaden nicht aufklärt, sondern einfach nur widerspiegelt, der also – anstatt Probleme lösen zu helfen – selbst Teil des Problems ist, indem er die gängigen Vor- und Fehlurteile ungewollt bedient, anstatt sie auszuräumen.

Besorgniserregend sind diese offenkundigen Orientierungsschwierigkeiten vor allem deshalb, weil in der Demokratie gilt, dass Verständigung auf Verständnis gründet. Wie aber soll der demokratische Diskurs vorankommen, wenn in der öffentlichen Auseinandersetzung nicht einmal die elementarsten Seriositätsstandards eingehalten werden? Auf welchem Niveau – und mit welchen Aussichten auf Erkenntnis – diskutieren wir eigentlich, solange nicht klar ist, dass man bei der Erklärung gesellschaftlicher Missstände zwischen intendierten und nicht-intendierten Effekten unterscheiden muss? Mit welchem heuristischen Potential sind unsere Reformdebatten ausgestattet, wenn es dem allgemein üblichen Standard entspricht – und in manchen Kreisen sogar zum guten Ton zu gehören scheint –, gesellschaftliche Missstände auch dann auf persönliche Charaktereigenschaften einzelner Akteure zuzuschreiben, wenn sie in Wirklichkeit durch systemische Situationseigenschaften hervorgerufen werden?

Die Lösung kann wohl nur darin bestehen, dies zu einem Problem der Theorie selbst zu machen: zu einem Problem der Theoriebildung und der Theorievermittlung. Das nachfolgend abgedruckte Interview illustriert, wie eine solche Vermittlung aussehen könnte. Der abschließende Ausblick reflektiert, welche Schlüsse für die Theoriebildung zu ziehen sind. Nicht nur Journalisten, sondern auch Wissenschaftler haben noch einige Hausaufgaben zu erledigen, damit die gesellschaftlichen Lernprozesse besser vorankommen.

Das Interview

1. Was sind typische Wertekonflikte, in die Führungskräfte und Mitarbeiter in Unternehmen geraten?

Statement:

Typisch ist der Konflikt zwischen Gewinn und Moral. Dann steht auf der einen Seite der ökonomische Sachzwang, auf der anderen Seite ein moralisches Anliegen, das sich derzeit (noch) nicht rechnet, z.B. eine umweltfreundliche Innovation, für die es noch keine allgemeine Zahlungsbereitschaft gibt.

Erläuterung:

In vielen Fällen ist es weder möglich noch sinnvoll, sich einfach auf eine der beiden Seiten zu schlagen. Wer moralische Anliegen systematisch missachtet, verliert seine Legitimationsgrundlage. Renditeträchtig ist das nicht. Und umgekehrt: Wer nicht auf seine Rendite achtet, scheidet aus dem Markt aus und hat damit der Moral letztlich einen Bärendienst erwiesen. Die unternehmerische Herausforderung besteht folglich darin, den vermeintlichen Konflikt aufzulösen: Umweltpioniere haben uns vorgemacht, wie man mit Umweltschutz Geld verdienen kann. Und ähnlich beobachten wir heute auf breiter Front unternehmerische Initiativen zur Anhebung von Sozialstandards in der „supply chain“, zur Förderung von Menschenrechten an Produktionsstandorten im Ausland, zur Sicherstellung von Integrität durch Maßnahmen zur Korruptionsprävention usw. Nachhaltige Entwicklung ist darauf angelegt, das unternehmerische Gewinnstreben für moralische Anliegen in Dienst zu nehmen.

2. Sobald Unternehmen Personal abbauen oder sich Vorstände üppige Gehaltserhöhungen genehmigen, ist in den Medien von Werteverfall die Rede. Es heißt, die Integrität und Glaubwürdigkeit der Führungselite der Wirtschaft nehme seit Jahren ab. Wie sehen Sie das?

Statement:

Die Integrität der Führungskräfte nimmt nicht ab. Im Gegenteil. Die Sensibilität und das Interesse gegenüber Fragen der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen nehmen eher zu.

Erläuterung:

Wir erleben in den letzten Jahren ein verändertes Wettbewerbsumfeld, das Führungskräfte in manchen Fällen dazu zwingt, unpopuläre Entscheidungen zu treffen: Produktionen zu verlagern, Betriebe zu schließen, Menschen zu entlassen. Ein solcher Strukturwandel ist für die Betroffenen immer mit Härten und existentiellen Sorgen verbunden. Aber man muss sich – gerade auch aus moralischer Sicht! – die Frage stellen, was passieren würde, wenn die unpopulären Entscheidungen nicht getroffen oder verzögert werden. Die Folge wäre, dass die nötigen Anpassungen zu langsam kämen und der Schaden noch größer wäre. Unpopuläre Entscheidungen der Führungskräfte in Unternehmen erfüllen eine wichtige gesellschaftliche Funktion. Aber als Wirtschaftsethiker wäre mir tatsächlich wohler, wenn die Manager verstärkt über die Kompetenz verfügen würden, solche Entscheidungen – und ihre guten Gründe – in

einer Sprache zu erklären, die in der breiten Öffentlichkeit nicht als Ausdruck von Herzlosigkeit missverstanden wird. In Deutschland leiden wir unter einer miserablen Begründungskultur.

3. Wie und wo sollten Menschen im Beruf (sowohl in verantwortungsvollen Positionen als auch „im Kleinen“) moralische Grenzen ziehen?

Statement:

Moralische Sensibilität ist eine Führungskompetenz. Sie hilft, Probleme frühzeitig zu erkennen und Lösungen zu finden, die wirklich nachhaltig sind, weil sie auf die Zustimmung aller Betroffenen rechnen können. Moral setzt auf Inklusion. Sie achtet darauf, dass potentiell wichtige Bedürfnisse nicht übersehen werden.

Erläuterung:

Wir stehen vor einer neuen Herausforderung. Die philosophische Ethik beschäftigt sich seit der Antike mit der Frage, wie Menschen einen moralischen Charakter ausbilden, wie sie Tugenden erwerben und ein Pflichtgefühl entwickeln. Die ökonomische Ethik, die ich vertrete, beschäftigt sich mit der modernen Frage, wie eine Organisation ihren Charakter bildet: Wie konstituiert sich ein Unternehmen als moralisch integrierter Akteur? Mit welchen Anreizmechanismen bindet sich ein Unternehmen intern und extern? Wie schafft es Vertrauen bei seinen Kooperationspartnern? Wir beobachten und analysieren, dass modern geführte Unternehmen Moral als Produktionsfaktor einsetzen: Wertschöpfung beruht darauf, dass Unternehmen gesellschaftlich erwünschte Win-Win-Potentiale finden und erfinden. Moralische Sensibilität kann hierbei sehr hilfreich sein.

4. Viele Menschen verabschieden sich irgendwann von Idealen, die sie in der Jugend gehabt haben. Wie bewerten Sie das?

Statement:

Zunächst einmal ist das ein ganz normaler Vorgang. Manche Menschen werden ja nicht nur älter, sondern auch klüger. Sie lernen, die Dinge in einem anderen Licht zu sehen und legen den Utopismus jugendlichen Überschwangs ab. Es gibt aber auch zwei Phänomene, die einem ernsthaft Sorgen bereiten können: Menschen, die nicht gelernt haben, dass eine Konfliktsituation gestaltet werden kann, dass (Fehl-) Anreize verändert werden können, dass man den vermeintlichen Widerspruch zwischen ökonomischem Sachzwang und moralischem Anliegen durch kluge Regelarrangements auflösen kann, neigen entweder zum Rigorismus oder zum Zynismus. Hier gibt es Verwundungen, Verhärtungen, Ratlosigkeiten, die bis in die Persönlichkeitsbildung hinein reichen.

Erläuterung:

Im situativ auftretenden Konflikt zwischen dem Gewinnprinzip und dem moralischen Prinzip schlagen sich viele Menschen einfach auf die eine oder andere Seite. Die Folge: Entweder wird das moralische Anliegen zynisch aufgegeben, oder man nimmt eine moralische Verurteilung des Gewinnprinzips vor. Als Wirtschaftsethiker kann ich nur konstatieren: Beides hilft nicht weiter. Tertium datur: Wir müssen die Kompetenz ausbilden, auftretende Konflikte zu lösen. Mit dieser Kompetenz kann man seine Funktion im System mit gutem Gewissen ausüben. Das eigentliche Problem ist nicht ein

Charakterdefizit der Führungskräfte, sondern ein Kompetenzdefizit. Der wirtschaftsethische Ansatz, den ich vertrete, macht ein wissenschaftliches Angebot, wie Manager die erforderlichen Führungskompetenzen systematisch aufbauen können. Nötig ist also nicht eine Erziehung oder Umerziehung von Managern, sondern ein Lernen bzw. Umlernen bei der Wahrnehmung von Führungsverantwortung.

Abschließendes Statement zum Interview:

Die gestellten Fragen sind typisch für den öffentlichen Moraldiskurs in Deutschland: Missstände werden auf Personeneigenschaften zugerechnet, obwohl sie durch Situationseigenschaften verursacht werden. Das ist tendenziell irreführend. Deshalb kann ich als Ethiker vor dieser Art von Moralkommunikation nur warnen. Sie verleitet uns dazu, die falschen Fragen zu stellen. Das Problem ist: Denkblockaden können zu Handlungsblockaden führen. Wir müssen lernen, die richtigen Fragen zu stellen, wenn wir tragfähige Antworten finden wollen, mit denen sich die gewaltigen Probleme der modernen Welt auch tatsächlich lösen lassen.

Die Marktwirtschaft ist wettbewerblich strukturiert. Das hat Folgen für die Erklärung und moralische Bewertung sowohl ihrer Erfolge als auch ihrer Misserfolge/Defizite/Mängel/Unzulänglichkeiten. Beides muss als anreizbedingt aufgefasst werden. Arbeitslosigkeit, Umweltverschmutzung, Korruption usw. sind ebenso wie die hoch innovative und preiswerte Versorgung breiter Bevölkerungsschichten mit hochwertigen Gütern und Dienstleistungen auf Systemqualitäten zurückzuführen: Unter Wettbewerbsbedingungen avancieren die formalen und informalen Institutionen mit ihren Anreizwirkungen zum systematischen Ort der Moral.

Unternehmen sind wichtige Akteure in der Marktwirtschaft. Ihr Geschäft ist die Wertschöpfung, d.h. die Realisierung von Win-Win-Potentialen. Dieses Geschäft betreiben sie in gesellschaftlichem Auftrag. Deshalb besteht eine zentrale Aufgabe von Führungskräften darin, der Gesellschaft gegenüber Rede und Antwort zu stehen zu können. Von daher lautet die entscheidende Frage nicht, ob Manager moralisch integre Menschen sind. Das ist doch eher eine Selbstverständlichkeit. Die entscheidende Frage lautet vielmehr, ob Manager über die Kompetenzen verfügen, ein Unternehmen als Organisation zu einem moralisch integren Akteur zu machen. Die Frage ist, salopp gesprochen, ob sie den Laden in Ordnung halten können. Hierfür brauchen sie intellektuelles Rüstzeug. Deshalb zielt die universitäre Ausbildung von Führungskräften nicht darauf, aus Studierenden bessere Menschen zu machen, sondern vielmehr darauf, aus moralisch integren Menschen bessere Manager zu machen. Eine Führungskraft im Unternehmen bewährt sich dadurch, dass sie der marktwirtschaftlichen Logik zur Geltung verhilft, gesellschaftliche Probleme durch innovative Wertschöpfung zu lösen und dafür im Wettbewerb prämiert zu werden.

Ausblick: Aufgaben für die Wissenschaft

Das Interview versucht, Fragen zu beantworten, die im öffentlichen Diskurs durchaus nicht unüblich sind. Die Antworten wurden stets zweistufig entwickelt. So konnte in ihnen auch zur Sprache kommen, inwiefern diese für Interviews typischen Fragen in der

Regel falsch gestellt sind. Man kann aber auch versuchen, die zugrunde liegenden Überlegungen noch expliziter zu machen, damit sie die Theoriebildung auch gezielt anleiten können.

Als These formuliert: Der demokratische Diskurs ist stets auf der Suche nach einer besseren Welt. Wenn diese bessere Welt kein frommer Wunsch bleiben, sondern Wirklichkeit werden soll, dann darf man sich nicht in einen Utopismus des frommen Wünschens flüchten oder spiegelbildlich die zynisch-resignative Flucht aus dem Engagement antreten. Erforderlich ist vielmehr, Gesellschaftskritik als konstruktive Kritik zu entfalten. Es gilt, den moralischen Impetus als Reformheuristik zu nutzen und gesellschaftlich produktiv werden zu lassen. Dies geht am besten, indem man die adäquate Erklärung gesellschaftlicher Missstände in Aufklärung übersetzt. Hierfür muss man lernen, in der öffentlichen Moralkommunikation die richtigen Fragen zu stellen. Dabei kann Ethik helfen, vor allem dann, wenn sie als ökonomische Theorie der Moral es sich zum Problem macht, mittels sozialstruktureller Erkenntnisse zur Aufklärung von Semantik beizutragen.

Die Antwort auf die im Untertitel gestellte Frage lautet somit: Eine ökonomische Theorie der Moral reagiert auf die „Frequently Asked Questions“ zur Wirtschafts- und Unternehmensethik mit forcierten Forschungsanstrengungen und verstärkter Selbstreflexion. Sie arbeitet beharrlich weiter an ihrem Programm, als Wissenschaft in der Gesellschaft konstruktive Beiträge zu leisten für die institutionelle (Selbst-)Steuerung und für die argumentative (Selbst-)Aufklärung der modernen Demokratie. Sie wird in Zukunft aber vielleicht stärker als bisher transparent machen müssen, dass es konstitutiver Bestandteil dieses Programms ist, bestimmte Erwartungen enttäuschen zu *wollen* – im wörtlichen Sinn von ent-„täuschen“.

Zu enttäuschen ist die in der demokratischen Öffentlichkeit dominierende Erwartungshaltung, Wirtschafts- und Unternehmensethik habe – als Individualethik – das Modell eines ethisch sensibilisierten Managers zu propagieren, der um der Moral willen andere Entscheidungen trifft, als sie durch das Prinzip des Gewinnstrebens nahegelegt werden. Deshalb ist der theoretische Gegenentwurf so scharf wie möglich zu konturieren, um den Kontrast sichtbar (und verständlich) werden lassen. Der Gegenentwurf lautet: Die Wirtschaftsethik untersucht – als Ordnungsethik –, wie es um die moralische Qualität des Marktsystems bestellt ist sowie um die moralische Qualität der konstitutiven Systemelemente, namentlich des Wettbewerbsprinzips und Gewinnprinzips. Sie geht der Frage nach, inwiefern sich moralische Normen und Ideale nicht durch die Außerkraftsetzung, sondern durch die Inkraftsetzung von Markt und Wettbewerb (besser) verwirklichen lassen. Die wirtschaftsethisch eingebettete Unternehmensethik beschäftigt sich – als Organisationsethik – mit dem systeminternen Problem, wie das Unternehmen als korporativer Akteur konstituiert wird und so das Vermögen erwirbt, eine moralische Integrität auszubilden, die sich in marktlichen Wertschöpfungsprozessen als funktional erweist. Sie geht der Frage nach, inwiefern Unternehmen moralische Bindungen als Produktionsfaktor einsetzen (können).

Anders als die populäre Individualethik des Wirtschaftens fragt eine methodisch als ökonomische Theorie der Moral angesetzte Wirtschafts- und Unternehmensethik folglich nicht, ob Menschen sich moralisch verhalten *wollen*. Dies wird vielmehr als gegeben unterstellt: Menschen wollen sich moralisch verhalten, weil dies zum einen dem normativen Selbstverständnis ihrer eigenen Identität (ökonomisch: ihrem Humankapital) entspricht und weil dies zum anderen von ihrem sozialen Umfeld – sei es auf formalem, sei es auf informalem Wege – sanktioniert wird. So gesehen, lautet die

primär interessante Frage, ob Menschen, die sich eigentlich moralisch verhalten wollen, dies auch tatsächlich *können*. Angesichts dilemmatischer Anreizkonstellationen, mit denen sowohl im marktlichen Wettbewerb als auch innerhalb marktlicher Organisationen system(at)isch gerechnet werden muss, ist diese Frage alles andere als trivial.

Es gibt also gute Gründe, die auch explizit ausgewiesen werden können, warum es einem solchen Ansatz von Wirtschafts- und Unternehmensethik nicht primär um die Moral des Managers geht, sondern um die Moral des Marktes und um die Moral des Unternehmens als Organisation. Es ist also kein Zufall – oder gar ein Unfall –, wenn im Vordergrund dieser Art von Ethik nicht die moralischen Charaktereigenschaften einzelner Personen stehen, sondern – im übertragenen Sinne – die „Charaktereigenschaften“ der marktwirtschaftlichen Ordnung und die „Charaktereigenschaften“ von Organisationen, die in der marktlichen Ordnung agieren. Metaphorisch ausgedrückt, geht es nicht um personale Tugenden, sondern um institutionelle Tugenden: um die Tugend des Systems und um die Tugend korporativer Systemakteure. Das wirtschafts- und unternehmensethische Erkenntnisinteresse gilt ganz bewusst nicht den individuellen Handlungsgesinnungen, sondern den Handlungsbedingungen: den System- und Organisationsbedingungen, unter denen Menschen in der modernen Wirtschaft agieren.

Eine solche Perspektive ist kontra-intuitiv. Manche werden sie als Zumutung empfinden, weil sie mit ihren Erwartungen nicht konform geht. Dies freilich ist ambivalent. Man kann es als Nachteil, man kann es aber auch als Vorteil der Theorie verbuchen. Denn gerade durch diese kontra-intuitive Ausrichtung wird die Wirtschafts- und Unternehmensethik – und durch sie: allgemein die demokratische Öffentlichkeit – in die Lage versetzt, intelligentere Fragen zu stellen, als dies der populären Individualethik des Wirtschaftens jemals möglich wäre.

Diskussionspapiere¹

- Nr. 2007-11 **Ingo Pies**
Fragen und Antworten – Wie reagiert eine ökonomische Theorie der Moral auf die „Frequently Asked Questions“ zur Wirtschafts- und Unternehmensethik?
- Nr. 2007-10 **Johanna Brinkmann-Braun, Ingo Pies**
The Global Compact’s Contribution to Global Governance Revisited
- Nr. 2007-9 **Ingo Pies, Stefan Hielscher**
The International Provision of Pharmaceuticals: A Comparison of Two Alternative Theoretical Strategies for Global Ethics
- Nr. 2007-8 **Markus Beckmann**
NePAD und der African Peer Review Mechanism – Zum Potential politischer Selbstbindung
- Nr. 2007-7 **Karl Homann**
Moral oder ökonomisches Gesetz?
- Nr. 2007-6 **Markus Beckmann, Ingo Pies**
Responsibility and Economics
- Nr. 2007-5 **Ingo Pies, Stefan Hielscher**
Das Problem weltmarktlicher Arzneimittelversorgung:
Ein Vergleich alternativer Argumentationsstrategien für eine globale Ethik
- 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

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

- 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 Buttkereit, 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
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-Studien*²

- Nr. 2007-1 **Markus Beckmann**
Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship - Eine empirische Bestandsaufnahme der aktuellen Diskussion über die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen
- 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>.