

Pies, Ingo; Hielscher, Stefan

Working Paper

Nachhaltigkeit in Forschung und Lehre - Die "Principles for Responsible Management Education" des UN Global Compact

Diskussionspapier, No. 2007-20

Provided in Cooperation with:

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

Suggested Citation: Pies, Ingo; Hielscher, Stefan (2007) : Nachhaltigkeit in Forschung und Lehre - Die "Principles for Responsible Management Education" des UN Global Compact, Diskussionspapier, No. 2007-20, ISBN 978-3-86010-959-5, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Lehrstuhl für Wirtschaftsethik, Halle (Saale), <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:3:2-5209>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/170295>

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 und Stefan Hielscher

Nachhaltigkeit in Forschung und Lehre –
Die „Principles for Responsible Management
Education“ des UN Global Compact

Diskussionspapier Nr. 2007-20

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 978-3-86010-958-8 (gedruckte Form)
ISBN 978-3-86010-959-5 (elektronische Form)
ISSN 1861-3594 (Printausgabe)
ISSN 1861-3608 (Internetausgabe)

Autorenanschrift

Prof. Dr. Ingo Pies

Stefan Hielscher

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

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

Nachhaltigkeit in Forschung und Lehre – Die „Principles for Responsible Management Education“ des UN Global Compact

Ingo Pies und Stefan Hielscher

Zu Beginn des Jahres 2007 hat das neu gegründete akademische Netzwerk des Global Compact (GC) der Vereinten Nationen eine internationale Arbeitsgruppe eingesetzt, die Leitlinien erarbeiten sollte, um die GC-Prinzipien in die unternehmensethische Management-Ausbildung an Universitäten zu integrieren. Die Ergebnisse dieser Arbeitsgruppe wurden dem Generalsekretär der Vereinten Nationen Ban Ki Moon beim GC-Führungstreffen im Juli 2007 in Genf überreicht. Dieser rief daraufhin die Business Schools dieser Welt dazu auf, sich zu den „Principles for Responsible Management Education (PRME)“ des GC zu bekennen und ihre betriebswirtschaftliche Forschung und Lehre so auszurichten, dass sie der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen einen größeren und sogar systematischen Stellenwert beimisst (vgl. Abb. 1).

<i>Prinzipien</i>	<i>Inhalt</i>
<i>Principle 1</i>	<i>Purpose:</i> We will develop the capabilities of students to be future generators of sustainable value for business and society at large and to work for an inclusive and sustainable global economy.
<i>Principle 2</i>	<i>Values:</i> We will incorporate into our academic activities and curricula the values of global social responsibility as portrayed in international initiatives such as the United Nations Global Compact.
<i>Principle 3</i>	<i>Method:</i> We will create educational frameworks, materials, processes and environments that enable effective learning experiences for responsible leadership.
<i>Principle 4</i>	<i>Research:</i> We will engage in conceptual and empirical research that advances our understanding about the role, dynamics, and impact of corporations in the creation of sustainable social, environmental and economic value.
<i>Principle 5</i>	<i>Partnership:</i> We will interact with managers of business corporations to extend our knowledge of their challenges in meeting social and environmental responsibilities and to explore jointly effective approaches to meeting these challenges.
<i>Principle 6</i>	<i>Dialogue:</i> We will facilitate and support dialogue and debate among educators, business, government, consumers, media, civil society organizations and other interested groups and stakeholders on critical issues related to global social responsibility and sustainability.

Abb. 1: Die „Principles for Responsible Management Education“ des Global Compact der Vereinten Nationen

Die PRME reagieren auf die generell stark gestiegenen Erwartungen an Unternehmen, verstärkt zur Lösung (welt-)gesellschaftlicher Probleme beizutragen. Damit Unternehmen diesen Erwartungen erfolgreich nachkommen können, müssen Führungskräfte in ihrer Ausbildung neue Kompetenzen erwerben. Deshalb sind die Universitäten aufgefordert, ihre Curricula entsprechend umzustellen und weiterzuentwickeln.

Wir vertreten die Auffassung, dass die traditionelle Ausbildung in der Betriebswirtschaftslehre zu stark auf das Einüben von Maximierungstechniken zugeschnitten ist und zu wenig auf die Gestaltung sozialer Prozesse. Im Vordergrund steht die Optimierung von Spielzügen, nicht aber die Gestaltung von Spielregeln. Die aber

erfordert Kompetenzen, die sich auf Sozialstruktur *und* Semantik beziehen. Im Hinblick auf die Sozialstruktur müssen Führungskräfte zumindest die Grundzüge einer rational-choice-basierten Analyse der Anreizwirkungen institutioneller Arrangements erlernen. Und im Hinblick auf die Semantik müssen sie mit den zentralen Begriffen und den ihnen zugrunde liegenden (normativen) Denkkategorien vertraut gemacht werden, in denen soziale Konfliktlagen in der Gesellschaft wahrgenommen, beschrieben und bewertet werden.

Wir entwickeln unser Argument in drei Schritten. Der erste Schritt skizziert die veränderte gesellschaftliche Problemsituation (Thesen 1-3). Der zweite Schritt konkretisiert, über welche Schlüsselkompetenzen Führungskräfte verfügen sollten (These 4). Der dritte Schritt unterbreitet Vorschläge für die Reform von Forschung und Lehre im Geist der PRME (Thesen 5-10).

((1)) *Die Bundesrepublik erlebt derzeit eine umfassende Akzeptanzkrise der Marktwirtschaft, der Unternehmen, der Manager und des Gewinnprinzips.* Empirische Untersuchungen zeigen in drastischer Weise, dass das Vertrauen der Bevölkerung in das System der Marktwirtschaft, in die korporativen Akteure der Marktwirtschaft, in deren Führungskräfte und in das handlungsleitende Prinzip marktwirtschaftlicher Unternehmensführung auf breiter Front historische Tiefststände erreicht hat.

((2)) *Diese Akzeptanzkrise ist kein Zufall. Sie hat strukturelle Gründe.* Erstens haben die gesellschaftlichen Erwartungen an Unternehmen zugenommen. Kunden, Mitarbeiter, zivilgesellschaftliche Organisationen, die demokratische Öffentlichkeit und andere Stakeholder stellen immer höhere Ansprüche. Zweitens operieren Unternehmen – vor allem im globalen Kontext – unter unvollständigen Rahmenordnungen mit zahlreichen Regelungslücken. Dies führt oft zu unbefriedigenden Ergebnissen. Drittens leiden Unternehmen unter Kommunikationsdefiziten. Es fällt ihnen augenfällig schwer, in der Öffentlichkeit für ihre Handlungen kompetent Rede und Antwort stehen zu können. Viele Manager befinden sich im Argumentationsnotstand.

((3)) *Soziale Akzeptanz wird für die Unternehmen zu einem zunehmend knappen Faktor, der eigenständige Bewirtschaftungsmaßnahmen erforderlich macht.* Diese müssen mindestens genauso professionell ausgerichtet sein wie die Maßnahmen im traditionellen Kerngeschäft der Unternehmen. Deshalb wird sich die Nachfrage nach Managern qualitativ verändern. Die Universitäten sollten sich folglich darauf einstellen, in der Managementausbildung neue Akzente zu setzen.

((4)) *Manager sollten durch ihre Ausbildung in die Lage versetzt werden, auf die Akzeptanzkrise angemessen zu reagieren. Zu diesem Zweck müssen die Universitäten in der Ausbildung von Führungskräften vier strategische Kompetenzen vermitteln.*

(a) *Rezeptionskompetenz:* Manager müssen lernen, mit allen für den Wertschöpfungsprozess relevanten Akteuren – mit Kapitalgebern, Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten, aber auch mit kritisch eingestellten (zivil-)gesellschaftlichen Akteuren – in einen gedanklichen Austausch einzutreten, durch den die Organisation sensibel wird für unterschiedliche Sichtweisen und Anliegen. Auf diese Weise kann ein Unternehmen ein Frühwarnsystem etablieren (Risikomanagement), es kann Vertrauen aufbauen (Reputationskapital) und eine „license to sit at the table“ erwerben, die für weitere Problemlösungen höchst wertvoll ist.

(b) *Governance-Kompetenz:* Manager müssen lernen, Problemsituationen durch eine geeignete (Re-)Formierung von Anreizen – sei es im Alleingang des Unternehmens (individuelle Bindung), sei es in Partnerschaft mit anderen Akteuren (kollektive

Bindung) – zu überwinden. Governance-Kompetenz zielt auf die institutionelle Einrichtung produktiver Wertschöpfungsspiele. Sie stellt Funktionalität her.

(c) *Orientierungskompetenz*: Manager müssen lernen, das Gewinnprinzip als Formalziel des Unternehmens inhaltlich so zu konkretisieren, dass das Unternehmen als Organisation ein eigenes Selbstverständnis – eine eigene Identität – ausbildet. Das Unternehmen braucht gleichsam einen inneren Kompass, mit dem es durch das Marktgeschehen navigieren kann. Dieser Kompass muss auf Wertschöpfungspotentiale ausgerichtet sein. Hierfür sind sozialstrukturelle Kenntnisse unabdingbar: Hat das Management gelernt, Problemsituationen als soziale Dilemmata zu identifizieren, so versetzt dies die Organisation in den Stand, sich – unter der Maxime unternehmerischen Gewinnstrebens zum wechselseitigen Vorteil – mit den Stakeholdern über gemeinsame Ziele (und Projekte) zu verständigen.

(d) *Vermittlungskompetenz*: Manager müssen lernen, die Interessen des Unternehmens vertreten und hierfür im Namen der Organisation überzeugend Rede und Antwort stehen zu können. Hier geht es darum, Funktionalität so zu übersetzen, dass sie auch von jenen verstanden wird, die von Hause aus „eine andere Sprache sprechen“. Verständigung gründet auf Verständnis. Nur auf dieser Basis lassen sich die Win-Win-Potentiale mit den Stakeholdern des Unternehmens ausloten. Vermittlungskompetenz bedeutet zudem, dass Führungskräfte Argumente zu formulieren vermögen, die anschlussfähig sind an das moralische Selbstverständnis der Bürger. Hierzu gehört, begründet Auskunft geben zu können

- über die moralische Qualität der wettbewerblich verfassten Marktwirtschaft,
- über den gesellschaftlichen Status des Unternehmens als Organisation und über seinen gesellschaftlichen Auftrag zur Lösung von Problemen durch innovative Wertschöpfung,
- über die Aufgabe der Manager, das Unternehmen als gesellschaftlichen Akteur (Corporate Citizen) zur Übernahme von Ordnungsverantwortung in gesellschaftlichen Regelfindungsdiskursen und Regelsetzungsprozessen zu aktivieren
- und über die funktionale und zugleich moralische Rechtfertigung des Gewinnprinzips aufgrund seiner Anreizwirkungen im marktlichen Wettbewerb und aufgrund der daraus folgenden Vorteile für die gesamte Gesellschaft.

((5)) Die Ausbildung dieser Kompetenzen sollte in die Bachelor- und Masterprogramme integriert werden, aber nicht mit einem eigenen Studienabschluss für „Ethiker“, sondern als möglicher Schwerpunkt im Rahmen der klassischen Management-Ausbildung. Anders als in den USA ist nicht damit zu rechnen, dass die deutsche Gesetzgebung (analog zu den US Sentencing Guidelines oder dem Sarbanes-Oxley Act) massive Anreize für den neuen Berufszweig eines „Ethics Officer“ setzt. Deshalb muss in Deutschland der Weg gegangen werden, die Ausbildung von Führungskräften im Bereich „strategisches Management“ zu stärken.

((6)) *Die organisatorische Umsetzung einer unternehmensethischen Ausbildung sozialstruktureller und semantischer Kompetenzen erfordert eine entsprechende Infrastruktur von Dozenten, Juniorprofessoren und Lehrstühlen.* Eine solche Infrastruktur ist erforderlich, damit „change agents“ an den Fakultäten daran arbeiten, die unternehmensethischen Lehrinhalte auch in die Kernfächer und in den Kanon der traditionellen Management-Ausbildung einzubringen.

((7)) *Die Kompetenzbildung im Spektrum von Sozialstruktur und Semantik erfordert neue Didaktikformen.* Unternehmensethische Lehrformate müssen interaktiv und interdisziplinär ausgerichtet sein. Co-Teaching und Gruppenarbeit inklusive Rollenspiele, Strategiesimulationen und Praxisprojekte sind hier von Vorteil, damit den Studierenden argumentativ vor Augen geführt wird, wie Konflikte strukturiert sind und wie konsensuelle Konfliktlösungen gedacht und implementiert werden können.

((8)) *Die traditionelle Arbeitsteilung zwischen Betriebswirtschaftslehre und Volkswirtschaftslehre wird brüchig. Eine ordnungspolitisch fundierte Unternehmensethik kann die Kluft überwinden helfen.* Generell ist davon auszugehen, dass Studierende, die sich selbst als Führungskräftenachwuchs wahrnehmen, ein Interesse entwickeln an ordnungspolitischen Orientierungsleistungen zum besseren Verständnis von Markt und Wettbewerb, von Unternehmenshandeln und Gewinnprinzip. Allerdings ist damit zu rechnen, dass eine sich zunehmend mathematisierende Volkswirtschaftslehre immer weniger in der Lage sein wird, diesen ordnungspolitischen Orientierungsbedarf zu decken und dass daher die Unternehmensethik das hier entstehende Vakuum aufzufüllen hat.

((9)) *Nimmt man den Gedanken von New-Governance-Prozessen ernst, dann ist eine moderne (Welt-)Gesellschaft auf ein Management sozialer Dilemmastrukturen angewiesen, zu dem zahlreiche Akteure, insbesondere auch aus Politik und Zivilgesellschaft, konstruktiv beitragen müssen.* Insofern geht es nicht nur um die Ausbildung betrieblicher Führungskräfte, sondern breiter angelegt um die Ausbildung gesellschaftlicher Führungskräfte („Social Entrepreneurs“). Dies legt es nahe, wirtschafts- und unternehmensethische Lektionen auch für Studierende anderer Fachrichtungen (Jura, Politik, Soziologie etc.) zugänglich zu machen. Dem Führungskräftenachwuchs für staatliche Behörden, politische Parteien, aber auch für Bürgerinitiativen und dem wachsenden Bereich des Dritten Sektors würde es jedenfalls nicht schaden, mit ein paar grundlegenden Kenntnissen über die Funktionsweise von Marktwirtschaft und Unternehmen ausgestattet zu werden.

((10)) *Die Umsetzung der PRME bedeutet nicht, dass Business Schools oder Wirtschaftsfakultäten neue Hochglanzbroschüren entwerfen. Sie ist auch kein Selbstzweck.* Eine nachhaltige Umsetzung der PRME in Forschung und Lehre orientiert sich vielmehr am veränderten gesellschaftlichen Umfeld für unternehmerisches Handeln. Die PRME sind eine zweckmäßige Heuristik für Nachhaltigkeit und Corporate Citizenship – genauer: für Nachhaltigkeit *durch* Corporate Citizenship.

Diskussionspapiere¹

- Nr. 2007-20 **Ingo Pies, Stefan Hielscher**
Nachhaltigkeit in Forschung und Lehre – Die „Principles for Responsible Management Education“ des UN Global Compact
- Nr. 2007-19 **Claus Offe**
Die genetische Entschlüsselung der politischen Ordnung
Jon Elster über Selbstbindung und die Verfassungsprozesse in Osteuropa
- Nr. 2007-18 **Ingo Pies, Jörg Viebranz**
Jon Elster und das Problem lokaler Gerechtigkeit
- Nr. 2007-17 **Ingo Pies**
Theoretische Grundlagen demokratischer Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik – Der Beitrag von Jon Elster.
- Nr. 2007-16 **Ingo Pies, Markus Beckmann, Stefan Hielscher**
Mind the Gap! – Ordonomische Überlegungen zur Sozialstruktur und Semantik moderner Governance
- Nr. 2007-15 **Ingo Pies, Stefan Hielscher, Markus Beckmann**
Theorie für die Praxis – Zehn Thesen zur wirtschafts- und unternehmensethischen Ausbildung von Führungskräften
- Nr. 2007-14 **Sabine Campe, Lothar Rieth**
Wie können Corporate Citizens im Global Compact voneinander lernen? Bedingungen, Hemmnisse und Bewertungskriterien
- Nr. 2007-13 **Ingo Pies, Stefan Hielscher, Markus Beckmann**
Wie können Corporate Citizens voneinander lernen? Anregungen für den Global Compact der Vereinten Nationen
- Nr. 2007-12 **Ingo Pies**
Unternehmensethik in der Marktwirtschaft: Moral als Produktionsfaktor
- 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

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

- 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 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-Studien²

- Nr. 2007-1 **Markus Beckmann**
Corporate Social Responsibility und Corporate Citizenship
- 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>.