

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	16
1.1	ZIELSETZUNG DER ARBEIT	18
1.2	AUFBAU DER ARBEIT	19
1.3	THEMATISCHE ANNÄHERUNG	20
1.4	KLÄRUNG ZENTRALER BEGRIFFE	24
1.4.1	Ethik und Moral	24
1.4.2	Konfliktsituationen und ihre ethische Relevanz	25
1.4.3	Unethisches Verhalten	25
2	KLASSISCHE ETHIK-MANAGEMENT-ANSÄTZE	27
2.1	VERBREITUNGSGRAD UND STATUS QUO	27
2.2	COMPLIANCE-BASIERTES ETHIK-MANAGEMENT	30
2.2.1	Zielsetzung und Aufbau formaler Compliance-Programme	30
2.2.1.1	Vorbeugen: Vermeidung von Gesetzesverstößen	32
2.2.1.2	Erkennen: Auffinden von Tatbeständen	32
2.2.1.3	Reagieren: Ahndung und Sanktionierung von Gesetzesverstößen	33
2.2.2	Die Compliance-Organisation als übergeordnete Struktur	33
2.2.2.1	Corporate Conduct Guidelines zur Vermittlung von Standards	33
2.2.2.2	Management-Kommunikation zu Compliance-relevanten Sachverhalten	34
2.2.3	Befunde zur Wirksamkeit von Compliance-Programmen	35
2.2.4	Zwischenfazit	37
2.3	WERTEBASIERTES ETHIK-MANAGEMENT	41
2.3.1	Zielsetzung und Aufbau wertebasierter Ethik-Programme	41
2.3.2	Unternehmenswerte und Ethik-Kodizes	42
2.3.3	Management-Commitment und vorbildhaftes Führungsverhalten	43
2.3.4	Befunde zur Wirksamkeit wertebasierter Programme	44
2.3.5	Zwischenfazit	45
2.4	KRITISCHE WÜRDIGUNG DER KLASSISCHEN KONZEPTE	47
2.4.1	Stärken und Limitationen Compliance-basierter Konzepte	47
2.4.2	Stärken und Limitationen wertebasierter Konzepte	52
2.4.3	Fazit	54

3	ANSATZPUNKTE ZUR ERWEITERUNG DER GÄNGIGEN PRAXIS	56
3.1	ÜBERGREIFENDE SYSTEMBEDINGUNGEN AUF DER MAKROEBENE	58
3.1.1	Markt und Wettbewerb	58
3.1.2	Die Funktionalität einer wirtschaftlichen Rahmenordnung	63
3.1.3	Der Beitrag der Integrativen Wirtschaftsethik	64
3.1.4	Kulturelle und gesellschaftliche Einflussgrößen	66
3.1.4.1	Werte und Normen	66
3.1.4.2	Konzeptionen der Ethik und universelle moralische Prinzipien	66
3.1.4.3	Verfahrensethik: prozessuale Anleitungen zur Normbegründung	71
3.1.4.4	Wertpluralistische Ansätze und ihre Grenzen	72
3.2	ORGANISATIONALE BEDINGUNGEN AUF DER MESOEBENE	76
3.2.1	Unternehmen als vermittelnde Institutionen	76
3.2.1.1	Public Value	77
3.2.2	Unternehmenskultur und ethisches Klima	77
3.2.2.1	Ethisches Klima in Organisationen	80
3.2.2.2	Corporate Ethical Virtues	84
3.2.2.3	Moralische Entwicklungsstufen von Organisationen	87
3.3	INDIVIDUELLE BEDINGUNGEN AUF DER MIKROEBENE	91
3.3.1	Modelle zum ethischen Entscheidungsverhalten	91
3.3.1.1	Vier-Komponenten-Modell von Rest (1986)	93
3.3.1.2	Interaktionistisches Modell von Trevino (1986)	96
3.3.1.3	Issue-Contingent-Model von Jones (1991)	98
3.3.1.4	Zusammenfassung	101
3.3.2	Individuelle kognitive moralische Entwicklung	102
3.3.2.1	Beschreibung der Urteilsstufen	104
3.3.2.2	Heteronome versus autonome Orientierung	113
3.4	ABLEITUNG UND INTEGRATION DER ÜBERGEORDNETEN FORSCHUNGSFRAGEN	116
4	EIN SITUATIV-REFLEXIVES ETHIK-MANAGEMENT-KONZEPT	121
4.1	PRÄMISSEN FÜR DIE NEUAUSRICHTUNG	122
4.2	KONZEPTIONELLER RAHMEN UND MODELLVORSCHLAG	124
4.2.1	Das Individuum als Anknüpfungspunkt	126
4.2.2	Der organisationale Kontext als moralisches Kollektiv	129

4.2.3	Ausrichtung des Führungsstils	131
4.2.4	Elemente einer ethischen Diskussions- und Entscheidungskultur	137
4.2.4.1	Der innere Dialog	139
4.2.4.2	Intersubjektive Verständigung	140
4.2.4.3	Ein universelles Prüfprinzip als geteilte normative Referenz	144
4.3	ABLEITUNG DER FRAGESTELLUNGEN ZUR EMPIRISCHEN PRÜFUNG	150
4.4	ÜBERBLICK ZUM ALLGEMEINEN METHODISCHEN VORGEHEN	153
5	STUDIE 1: SZENARIENBASIERTE FRAGEBOGENERHEBUNG ZUM ETHISCHEN ENTSCHEIDUNGSVERHALTEN BEI STUDENTEN	156
5.1	FRAGESTELLUNGEN DER STUDIE 1	156
5.2	METHODISCHES VORGEHEN BEI STUDIE 1	157
5.2.1	Versuchsplan und Stichprobenumfang	157
5.2.2	Operationalisierung der Variablen	158
5.2.2.1	Abhängige Variable: Ethisches Entscheidungsverhalten	158
5.2.2.2	Versuchsbedingung Ethik-Management-Strategie	159
5.2.2.3	Erfolgsdruck und Opportunität als Kontextbedingungen	160
5.2.2.4	Personenmerkmale als erklärende Variablen	161
5.2.3	Befragungsformat	161
5.2.4	Stichprobengewinnung	162
5.2.5	Zusammensetzung der Stichprobe	163
5.2.6	Aufbau und Entwicklung des Befragungsinstrumentes	165
5.2.6.1	Szenarienbasierter Befragungsteil: Instruktionsmaterial	165
5.2.6.2	Entwicklung der Szenarien	167
5.2.6.3	Darstellung der einzelnen Versuchsbedingungen	169
5.2.6.4	Vorstudie zur Erprobung des Befragungsmaterials	172
5.2.6.5	Manipulationscheck Ethik-Management-Strategie	173
5.2.7	Verfahren zur Erhebung der Persönlichkeitseigenschaften	175
5.2.7.1	Honesty-Humility	175
5.2.7.2	Ich-Stärke / positives Selbstkonzept	178
5.2.7.3	Soziale Erwünschtheit	179
5.3	ERGEBNISSE DER STUDIE 1	182
5.3.1	Überprüfung der Szenarien-Eignung	183

5.3.2	Manipulationscheck Versuchsbedingung Ethik-Management-Strategie	184
5.3.3	Antworttendenzen in der Gesamtstichprobe	187
5.3.4	Ethik-Strategie und spezifische Kontextmerkmale	189
5.3.4.1	Entscheidungsverhalten und Ethik-Strategie	192
5.3.4.2	Erklärender Beitrag von Erfolgsdruck und Opportunität	200
5.3.5	Personenmerkmale und ethischen Entscheidungen	211
5.3.5.1	Aufrichtigkeit-Bescheidenheit	213
5.3.5.2	Zentrale Selbstbewertungen	224
5.4	ZUSAMMENFASSUNG UND DISKUSSION DER ERGEBNISSE STUDIE 1	230
6	STUDIE 2: ÜBERARBEITUNG DES BEFRAGUNGSINSTRUMENTS UND UNTERSUCHUNG DES ETHISCHEN ENTSCHEIDUNGSVERHALTENS BEI PERSONEN MIT BERUFSERFABUNG	238
6.1	FRAGESTELLUNGEN DER STUDIE 2	238
6.2	METHODISCHES VORGEHEN BEI STUDIE 2	240
6.2.1	Versuchsplan und Stichprobenumfang	240
6.2.2	Anpassungen in der Operationalisierung der Variablen	241
6.2.2.1	Abhängige Variable: Ethisches Entscheidungsverhalten	241
6.2.2.2	Versuchsbedingung Ethik-Management-Strategie	243
6.2.2.3	Situationsbedingungen Erfolgsdruck und Opportunität	243
6.2.2.4	Personenmerkmale als erklärende Variablen	244
6.2.2.5	Tätigkeitsbezogene Merkmale	245
6.2.3	Befragungsformat	245
6.2.4	Stichprobengewinnung	246
6.2.5	Zusammensetzung der Stichprobe	247
6.2.6	Aufbau des Befragungsinstrumentes	250
6.2.6.1	Instruktionstexte und szenarienbasierter Befragungsteil	250
6.2.7	Verfahren zur Erhebung der Persönlichkeitseigenschaften	254
6.2.7.1	Honesty-Humility	255
6.2.7.2	Individuelle Werte	255
6.2.7.3	Soziale Erwünschtheit	258
6.2.8	Verfahren zur Erhebung berufsbezogener Kontextmerkmale	259
6.2.8.1	Selbstbestimmung und Autonomie	259

6.2.8.2	Ethisches Klima	261
6.3	ERGEBNISSE DER STUDIE 2	263
6.3.1	Überprüfung der Szenarien-Eignung	263
6.3.2	Antworttendenzen in der in Gesamtstichprobe	265
6.3.3	Ethik-Strategie und spezifische Kontextmerkmale	269
6.3.3.1	Entscheidungsverhalten und Ethik-Strategie	271
6.3.3.2	Erklärender Beitrag von Erfolgsdruck und Opportunität	276
6.3.4	Erklärender Beitrag von Merkmalen des Arbeitskontextes	278
6.3.4.1	Zusammenhänge mit Erfolgsdruck / Opportunität	286
6.3.5	Der erklärende Beitrag ausgewählter Persönlichkeitsvariablen	292
6.3.5.1	Aufrichtigkeit-Bescheidenheit	294
6.3.5.2	Individuelle Werte	303
6.4	ZUSAMMENFASSUNG UND DISKUSSION DER ERGEBNISSE VON STUDIE 2	307
7	ABSCHLIEßENDE BEWERTUNG UND FAZIT	317
7.1	EIN NEUES KONZEPT: SITUATIV-REFLEXIVES ETHIK-MANAGEMENT	317
7.2	EMPIRISCHES VERFAHREN UND ERGEBNISSE	319
7.2.1	Erhebungsmethode	319
7.2.2	Die wichtigsten empirischen Ergebnisse im Überblick	319
7.2.3	Relevanz der empirischen Ergebnisse für die Praxis	321
7.2.4	Methodische Empfehlungen und zukünftige Forschungsaspekte	324
7.3	ABSCHLIEßENDES FAZIT	326
8	LITERATUR	329
9	ANHANG	357
ANHANG A:	BEFRAGUNGSINSTRUMENT 1. STUDIE	357
ANHANG B:	BEFRAGUNGSINSTRUMENT 2. STUDIE	382
ANHANG C:	VERWENDETE SKALEN	394