

Inhalt

1	Die neue Radikalität im Management – die nach dem Ende der Marktgläubigkeit ganz schön alt aussieht	7
	Das Ende der Marktgläubigkeit	13
	Wirtschaftsethik	21
	Überblick	24
2	Den Markt verstehen	33
	Die Logik des Vorteilstauschs	36
	Der Wettbewerb als »Prozess schöpferischer Zerstörung«:	
	Gewinner und Verlierer im Wettbewerb	41
	Dient der Wettbewerb dem Wohlstand aller?	50
	Utilitaristische Irrungen: Wie die Wettbewerbsverlierer weggerechnet werden	55
	Das Geheimnis des Wachstums	61
3	Die Totalisierung des Marktes	65
	Der Sündenfall der Ökonomik: Der Homo oeconomicus	66
	Wie die Marktwirtschaft von marktfremden Gesichtspunkten durchdrungen ist	69
	Die Elimination marktfremder Gesichtspunkte	72
	Druck ohne Not	79
	Eine neue Not – Manager als Getriebene oder als Treiber des Kapitals?	84
	Die Instanzlosigkeit des Wettbewerbs und die Sachzwänge	90

4	Ethik, was ist das eigentlich ?	97
	Das Primat der Ethik	98
	Ethik und Moral	101
	Gesinnungs- und Verantwortungsethik	103
	Moderne versus vormoderne Ethik	106
	Deontologische vs. teleologische Ethik	108
	Dimensionen der Gerechtigkeit	110
	Das Moralprinzip	120
	Der kategorische Imperativ	121
	Diskursethik und die Begründung des Moralprinzips	126
5	Warum Wirtschaftsethik ? –	
	Weil das Wirtschaften nicht neutral ist	131
	Ökonomismus: Der Glaube in die höhere Vernunft des Marktes	132
	Das separative Verständnis von Wirtschafts- und Unternehmensethik	150
	Der integrative Ausweg: Geschäfts- und Ordnungsethik	163
6	Die unverstandene Rolle des Kapitals	188
	»Vorfahrt für Arbeit« heißt Vorfahrt fürs Kapital	188
	Die Finanzmarktkrise als Konsequenz der »Hofierung« des Kapitals	199
7	Die Kosten des Wachstums:	
	Der Zwang zur unternehmerischen Lebensform	215
	Warum das Leben immer stressiger wird	217
	Wer zwingt zum Unternehmertum ?	228
8	Die Zukunft der Marktwirtschaft: Weniger ist mehr	233
	Anmerkungen	244
	Literatur	245