

# Philosophie & Wirtschaft

---

Besuchen Sie unsere Webseite <http://www.philosophieundwirtschaft.de>

**Ausgabe 3, Juni 2006**

## Inhalt

**I.) Über die Grenzen einer Business-Ethik  
von Dr. GEOFFREY KLEMPNER**

**II.) Wissensethik  
von Dr. BERNHARD v. GURETZKY**

## **Vorwort**

Im Geschäfts-, wie auch im Privatleben sprechen wir von „ethischem Verhalten“, wir haben in Deutschland einen Ethikrat und lesen Friedrich Nietzsches „Jenseits von gut und böse“.

Ohne Zweifel -- Ethik ist uns ein wichtiger Begleiter in allen Lebens- und gesellschaftlichen Bereichen. Ein Blick zu Wikipedia erklärt, wie der Begriff „Ethik“ im philosophischen Sinne entstanden ist.

„Als Bezeichnung für eine philosophische Disziplin wurde der Begriff „Ethik“ von Aristoteles eingeführt, der damit die wissenschaftliche Beschäftigung mit Gewohnheiten, Sitten und Gebräuchen (*ethos*) meinte, wobei allerdings schon seit Sokrates die Ethik ins Zentrum des philosophischen Denkens gerückt war (Sokratische Wende). Hintergrund war dabei die bereits von den Sophisten vertretene Auffassung, dass es für ein Vernunftwesen wie den Menschen unangemessen sei, wenn dessen Handeln ausschließlich von Konventionen und Traditionen geleitet wird. Aristoteles war der Überzeugung, menschliche Praxis sei grundsätzlich einer vernünftigen und theoretisch fundierten Reflexion zugänglich. Ethik ist somit für Aristoteles eine philosophische Disziplin, die den gesamten Bereich menschlichen Handelns zum Gegenstand hat, diesen Gegenstand mit philosophischen Mitteln einer normativen Beurteilung unterzieht und zur praktischen Umsetzung der auf diese Weise gewonnenen Erkenntnisse anleitet.“

([http://de.wikipedia.org/wiki/Philosophische\\_Ethik#Ziele\\_der\\_Ethik](http://de.wikipedia.org/wiki/Philosophische_Ethik#Ziele_der_Ethik))

Wie kann das Vernunftwesen „Mensch“ die ethischen Anforderungen einer Geschäftswelt, die sich durch permanenten Wandel und globaler Konkurrenz bei gleichzeitiger gesellschaftlicher Forderung nach „mehr Verantwortung“ und Berücksichtigung von Stakeholder-Interessen auszeichnet, erkennen und diesen gerecht werden? Sollen und können die Akteure der „Business-Arena“ ihr Tun im philosophischen Sinne „einer normativen Beurteilung“ unterziehen und die „gewonnen Erkenntnisse praktisch umsetzen“? Was können oder sollen alle Beteiligten hierfür konkret tun?

Eindeutige Antworten auf diese Fragen scheint es nicht zu geben. Eine Business-Ethik erscheint eher als ein komplexes, sich wandelndes Gebilde und kann daher nur unter den verschiedensten Gesichtspunkten wertschöpfend analysiert und hinterfragt werden, wie beide Artikel der 3. Ausgabe von Philosophie & Wirtschaft beispielhaft zeigen.

Viel Spass bei der Lektüre!

Ute Sommer, Redaktion [ute.sommer@philosophieundwirtschaft.de](mailto:ute.sommer@philosophieundwirtschaft.de)

I.)

## **Über die Grenzen einer Business-Ethik von Dr. GEOFFREY KLEMPNER**

Sie mögen es etwas ungewöhnlich finden in einer Business-Ethik-Klasse die Frage in den Raum zu stellen, ob Business-Ethik überhaupt möglich ist. Angenommen, Business-Ethik ist nicht möglich, was tun Sie denn hier?

Sie werden erleichtert sein zu hören, dass ich glaube Business-Ethik ist möglich. Jedoch werde ich zu bedenken geben, dass es bestimmte Bedingungen gibt, die erfüllt sein müssen um Business-Ethik als legitimes, selbstständiges Fach anerkennen zu können.

In anderen Worten, was ich tue, ist nach Argumenten zu suchen, die die Möglichkeit von Business-Ethik, auch im Hinblick auf die kritische Frage nach ihrer Legitimität, untermauern.

Jedoch geht mir auch eine zweite Frage durch den Kopf, „Wie ist Business möglich?“ Sie werden gleich sehen wie diese beiden Fragen zusammenhängen.

Wie ist Business möglich? Business muss in mancher Hinsicht möglich sein, weil es ja existiert. Es ist eine Tatsache, dass Menschen in Geschäftstransaktionen involviert sind. Der wesentliche Punkt der Frage ist jedoch ob die Existenz der Geschäftsaktivitäten -- der Kauf und Verkauf zur Gewinnerzielung unter Benutzung eines universellen Tauschmittels, „Geld“ genannt -- in Einklang mit den Anforderungen der Ethik sind.

Dies war die Frage, die der junge Marx in seinen 1844 Manuskripten aufgebracht hat, als er „Arbeit“ als den essenziellen, formativen Aspekt der menschlichen Existenz bezeichnet hat. Durch unsere Arbeit, durch die Veränderung unseres gemeinsamen Umfelds mit den Produkten unserer Arbeiten *schaffen* wir uns selbst. Arbeit schafft die menschliche Welt. Unsere Arbeit, also das, was uns essenziell ausmacht, als reine Ware, die gegen Geld getauscht werden kann, zu betrachten ist deshalb ein moralisches Übel.

Unser gesunder Menschenverstand sagt uns, dass diese Ansicht schlichtweg falsch ist. Aber warum ist sie falsch? Wir haben eine ungefähre Ahnung, um was es Marx ging. Man spricht von einem Künstler oder Schriftsteller, der seine „Talente verkauft“ oder „prostituiert“. Aber normalerweise haben wir keine Schwierigkeiten in unserem Leben zwischen -- den Beziehungen, den Idealen und Aktivitäten, die uns als individuelle, menschliche Wesen kennzeichnen -- und -- der Arbeitswelt, in der wir das erforderliche Einkommen für unserer Existenz verdienen -- zu unterscheiden. Ich glaube, dass diese allgemein übliche Erkenntnis im Prinzip rechtens ist.

Eine andere Möglichkeit ethischen Fragestellungen zu betrachten ist im Sinne von dem, was wir als akzeptables Verhalten innerhalb der Geschäftswelt betrachten. Auf einem „Marktplatz“ auf dem Produzenten im Wettbewerb um den Verkauf von Gütern stehen, wird es immer Gewinner und Verlierer geben. Wenn Sie zu einem Bewerbungsgespräch gehen, sind Sie sich darüber bewusst, dass sie die Arbeitsstelle nur auf Kosten anderer Bewerber erhalten können. Damit will ich aber nicht sagen, dass an dieser Haltung irgend etwas falsch ist.

Es gibt jedoch einen wesentlichen Unterschied zwischen der Art und Weise wie wir uns bei der Arbeit und im Geschäftsleben oder gegenüber Familie und Freunden verhalten, wo unser primäres Anliegen ist, das *Richtige* zu tun und Rücksicht auf die Bedürfnisse und Interessen der Anderen zu nehmen. Ethik im vollen Sinne erfordert nicht nur korrektes Verhalten, sondern auch die Bereitschaft die andere Person an erste Stelle zu setzen, falls die Umstände es erfordern.

Meiner Ansicht nach ist Business-Ethik möglich, falls und nur falls sie in der Lage ist eine passende und verwertbare Antwort auf die Frage, wie *Business* möglich ist, geben kann. Falls Business-Ethik das nicht kann, sehe ich keinen Sinn in ihr. Die Tatsache, dass Seminare zum Thema „Business -Ethik“ angeboten werden, ist kein Beweis dafür, dass Business-Ethik ein legitimes Fach ist und nicht in dieselbe

Kategorie wie Kurse zum Thema „Handlesen“ oder „Auratherapie“ einzuordnen ist.

Meine Erklärung dafür wie Business möglich sein kann ist in der Theorie der *Business-Arena* begründet. Business ist möglich, weil es in einer künstlichen Umgebung stattfindet, wodurch es von üblichen ethischen Überlegungen ausgegrenzt wird. Business kann immer noch „ethisch“ sein, aber in nur in einem speziell definierten, restriktiven Rahmen.

In meinem Artikel „The Business Arena“ sage ich:

Die Business-Arena eröffnet die Möglichkeit alle aristotelischen Tugenden -- wie Enthaltbarkeit, Gerechtigkeit, Tapferkeit und Grossmut -- zu praktizieren.

Mein Einwand jedoch ist, dass *dies nicht Ethik ist*.

Die Lücke zwischen der Ausübung der aristotelischen Tugenden und der Ethik im vollen Sinne ist in der christlichen Lehre explizit durch die Betonung auf die Tugenden Glauben, Hoffnung und Liebe anerkannt.

Ethik in meinem Verständnis basiert auf der Beziehung von *Ich und Du* und auf der bedingungslosen Verpflichtung, der uneingeschränkten Liebe sowie dem Respekt gegenüber der anderen Person. Dieses Spannungsfeld kann in keiner akzeptablen Weise durch den Versuch eine „Ethik für das Business“ zu konstruieren, aufgelöst werden. Es kann keinen Kompromiss zwischen einer bedingungslosen Verpflichtung auf der einen Seite und einer limitierten Verpflichtung auf der Seite der Akteure in der Business-Arena geben.

Das hat Philosophen nicht davon abgehalten, es doch zu versuchen. Das einzige Ergebnis, das die Anwendung einer solchen „wirren“ Strategie hervorbringen kann, ist eine Ethik, die zu fordernd für die Business-Arena, aber nicht ausreichend für die Welt ausserhalb der Arena, ist. Diejenigen, die klar erkannt haben, dass ein Kompromiss unmöglich ist, sind entweder den hoffnungslosen Weg von Karl Marx -- oder im anderen Extrem den von Ayn Rand, gegangen.

<http://klempner.freeshell.org/articles/arena.html>

Die kritische Herausforderung, die Business-Ethik unmöglich erscheinen lässt, ist das Erkennen der immensen Spannung zwischen den Erfordernissen der *Ethik des Dialogs* im vollen Sinne, wenn wir einem Freund die Hand entgegenstrecken und dabei nicht auf die eigenen Kosten achten und den Erfordernissen der Business-Arena, wo wir danach streben ein Gewinner und nicht ein Verlierer zu sein.

Der „hoffnungslose Weg von Karl Marx“ würde sein, zu argumentieren, dass ethisches Business nicht möglich ist. Die Idee einer Business -Arena kann es daher nicht geben, da der Verkauf von Arbeit für Geld den essenziellen Erfordernissen für das menschliche Wohlergehen widerspricht. Das ist zumindestens, was der junge Marx geglaubt hatte. In späteren Werken wie *Das Kapital* berief sich Marx nicht mehr länger auf die metaphysischen Überlegungen hinsichtlich der „Essenz“ des Menschen, sondern bot eine Theorie über die Zukunft, die inhaltlich die Unvermeidbarkeit des Untergangs des Kapitalismus darlegte. Dazu gibt es nichts weiter zu sagen.

Der „hoffnungslose Weg von Ayn Rand“ würde sein, zu argumentieren, dass die einzig akzeptable Ethik, eine Ethik ist, die auf das, was sie „Tugend der Selbstlosigkeit“ nennt, basiert. (The virtue of Selfishness, Capitalism: the Unknown Ideal). In anderen Worten, Ayn Rand's "Ethik" ist von den Erfordernissen des Wettbewerbs in der Business -Arena abgeleitet, wobei für sie die ganze Welt eine Business -Arena ist. In allen unseren Beziehungen sollten wir uns immer wie tugendhafte Geschäftsleute behalten, die aber bei jeder einzelnen Handlung nach dem persönlichen Vorteil suchen und jede Entscheidung auf der Basis einer Kosten-/Nutzenanalyse fällen.

„Wirre“ Business-Ethik gibt vor zwei unvereinbare Erfordernisse dadurch vereinbaren zu können, dass sie nach einer Form des Kompromisses zwischen Respekt und Fair Play, die die Business-Arena bestimmen, und den Erfordernissen von Ethik sucht. Meine Antwort ist, dass es keinerlei Kompromiss geben kann. Wenn Business-Ethik möglich ist, muss es daher eine alternative Strategie geben, die zeigt wie Business vom Standpunkt des ethischen Dialogs möglich sein kann und der Frage nachgeht wie es einen legitimen Platz für die Business-Arena *innerhalb* einer ethischen Welt geben kann.

Beide, Marx und Rand, sahen etwas, was die „wirren“ Business-Ethiker übersehen haben, nämlich die Unmöglichkeit die gleichen Regeln innerhalb und außerhalb der Business -Arena anzuwenden. Was Marx und Rand allerdings übersehen haben, ist die Möglichkeit der Existenz zweier eigenständiger Regelwerke mit klaren Trennungslinien. In unserem Alltag erkennen wir diese Trennung ohne irgendeine philosophische Reflexion intuitiv, wenn wir sagen „das ist Freundschaft und das ist Geschäft“. Natürlich ist es nicht damit getan, nur die Regeln aufzustellen, die Philosophen haben die zugrunde liegenden, rationalen Argumente zu liefern.

Sie mögen denken, es ist doch möglich „Business-Ethik“ zu praktizieren -- in einem weniger anspruchsvollen Sinne, zum Beispiel durch die reine Betrachtung von ethischen Dilemmas im betrieblichen Alltag ohne den Versuch zu unternehmen die Konflikte aufzulösen. Ich gestehe zu, es wird viele Fälle geben, wo man die Strategie des philosophischen *Eingrenzens* anwenden kann, nämlich

dann, wenn der Kern des Problems nicht ein Dilemma aufwirft, das speziell nur in der Geschäftswelt vorkommt.

Ein Beispiel: Nehmen wir an, ich habe Peter ein Versprechen gegeben und er zählt darauf, dass ich mein Versprechen halte. Später entdecke ich etwas, das keiner von uns beiden zu dem Zeitpunkt, an dem das Versprechen abgegeben habe, wusste. Etwa Umstände, die unvermeidbar zu schlechten Konsequenzen für Paul führen würden, falls ich das tue, was ich versprochen habe. Welche Art von Überlegungen mögen mir bei der Konfliktlösung helfen? Die „Struktur“ dieses einfachen Dilemmas lässt sich im Kontext auf die Geschäftswelt übertragen, wo „Peter“ und „Paul“ Kunden, Kollegen und Geschäftspartner sind. Es wäre nicht überraschend, wenn die letztendliche Entscheidung im gleichen Sinne ausfallen würde.

Aber nochmals, es könnte anders sein. Bevor wir nicht das tiefere Problem -- die Spannung zwischen dem ethischen Dialog und der Business Arena oder die Frage wie Business selbst ethisch möglich sein kann -- angegangen sind, wissen wir es nicht sicher.

Business-Ethik wie sie heute üblicherweise praktiziert wird, ist ein Zweig der angewandten Philosophie. Der Skeptiker, der sagt „Business-Ethik ist unmöglich“, verneint nicht die Möglichkeit philosophische Überlegungen zu berücksichtigen und sich auf diese zu berufen, wenn er mit ethischen Problemen aus dem Geschäftsalltag konfrontiert wird. Vielmehr behaupte ich, dass jede Antwort, die es versäumt das tiefliegende Spannungsfeld, das ich dargelegt habe, in Betracht zu ziehen, eine Tendenz zur *Zusammenhanglosigkeit* haben wird.

Von einem rein praktischen Gesichtspunkt ist eine zusammenhaltslose Antwort allerdings besser als keine Antwort. Als Philosoph ist es jedoch meine Aufgabe auf diese mögliche Zusammenhanglosigkeit hinzuweisen und zu versuchen sie aufzuarbeiten.

-----

Dieses Paper wurde im Februar 2006 in einer Reihe von „Open Lectures“ am Prague College in der Tschechoslowakei vorgestellt.

Übersetzt aus dem Englischen von Ute Sommer ([englische Version](#))

© Geoffrey Klempner 2006

E-mail: [G.Klempner@sheffield.ac.uk](mailto:G.Klempner@sheffield.ac.uk)

Homepage: <http://www.philosophypathways.com/business/>

<http://www.isfp.co.uk/businesspathways/>

<http://www.philosophypathways.com>

- 0 -

E-Journal Philosophie & Wirtschaft, Ausgabe 3, Juni 2006

II.)

## **Wissensethik**

**von Dr. BERNHARD v. GURETZKY**

**Abstract:** Gesellschaften, die sich mehr um die Sicherung der Eigentumsverhältnisse von bestehendem Wissen und Information kümmern als um die Rahmenbedingungen, die die Produktion neuen Wissens begünstigen, befinden sich in einer ökonomischen, kulturellen und gesellschaftlichen Abwärtsentwicklung. Ziel dieses Papiers ist es, einem Wechsel weg von der Sicherung von Verwertungsansprüchen hin zu einem ethischen Umgang mit Wissen und seinen Wissensträgern das Wort zu reden.

### **1. Problemstellung**

Die wirtschaftliche und politische Notwendigkeit eines Positionswechsels im Umgang mit Wissen lässt sich damit begründen, dass Gesellschaften, die sich mehr um die Sicherung der Eigentumsverhältnisse von bestehendem Wissen und deren Verwertungsansprüche kümmern, als den Rahmenbedingungen, die die Produktion neuen Wissens begünstigen, Beachtung zu schenken, sich in einer geistigen und damit auch moralischen, ökonomischen wie politischen Stagnation befinden. Und Stagnation ist in Zeiten globalisierter Wirtschaft Rückschritt! Positiv ausgedrückt bedeutet das, dass der freizügige Umgang mit Wissen einen höheren Innovationsgrad der Wirtschaft zur Folge hat. Beispiele dafür sind einerseits der Niedergang des Ostblocks und andererseits das explosionsartige Wachstum der vergleichsweise gering reglementierten Internetbranche.

Ziel dieses Papiers ist es, diese Rahmenbedingungen der Wissenswirtschaft zu beleuchten, denn sie sind es meines Erachtens letztendlich, die den westlichen Volkswirtschaften einen Wettbewerbsvorteil gegenüber den Tigerökonomien Chinas und Indiens sichern helfen. "Es liegt in der Organisation der Wissensproduktion, dass die Bedürfnisse derer, die letztlich betroffen sind, eine nur ganz bedingte Rolle spielen. Es ist nicht die Sorge um das Wohl des Menschen, die den Gang der Forschung und Entwicklung bestimmt. Es ist der Kampf um die Beachtung und das Schielen der Sensation," schreibt der Wiener Medien- und Architekturprofessor und Autor des Bestsellers "Ökonomie der Aufmerksamkeit" Georg Franck (siehe [1]) und gibt damit dem Thema dieses Aufsatzes die Richtung. Es geht um Ethik als Standortvorteil, als "unique selling point" in einer globalisierten Wirtschaft, um die Überwindung der deontologisch-kantischen Ethik nach der derjenige ökonomisch scheitert, der moralgeleitet handelt. Denn die Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zeigt, dass Unternehmen, die ihr Handeln einer ethischen Reflexion unterziehen, Investitionen und Handlungsweisen vorwegnehmen und sich damit langfristig Wettbewerbsvorteile

schaffen. Auf volkswirtschaftlicher Ebene hat sich das in Deutschland im Bereich der Umwelttechnologie und alternativer Energieerzeugung gezeigt, die weltweit führend ist. Dass in diesem Sinne proaktiv handelnde Unternehmen deutlich besser rentieren, zeigt sich an den entsprechenden Indizes wie Dow Jones Sustainability Index oder dem FTSE4Good (siehe auch [2]).

Dabei wollen wir nicht dem Altruismus das Wort reden, sondern versuchen nachzuweisen, dass ethisches Handeln Vorteile für den einzelnen Mitarbeiter wie für das Unternehmen als Ganzes hat. Oder wie es Adam Smith, der Urvater der Politischen Ökonomie ausgedrückt hat: "Nicht vom Wohlwollen des Metzgers, Brauers oder Bäckers erwarten wir das, was wir zum Essen brauchen, sondern davon, dass sie ihre eigenen Interessen wahrnehmen."

## **2. Eckpunkte einer "konstruktivistischen" Ethik**

Dieses Kapitel ist kein Abriss der Ethik, was mehr als vermessen wäre, vielmehr sollen einige ethische Grundbegriffe eingeführt und Eckpunkte zu einer Wirtschaft- und Unternehmensethik aufgestellt werden, die sich an die Arbeiten des Münchner Philosophen Karl Homann anlehnen (siehe etwa [3]).

Die Marktwirtschaft und in ihrem Gefolge die globalisierte Überflussgesellschaft hat auch die auf Aristoteles zurückgehende abendländische Ethik umgekrempelt. In einer Gesellschaft, die durch Kleingruppen wie Familien-, Berufs- und Dorfgemeinschaften bestimmt wurde und die in einem wirtschaftlichen Nullsummenspiel verharrte, herrschte über zwei Jahrtausende eine Ethik des Maßes und des Verzichtens, die durch die strikte soziale Kontrolle des Einzelnen auch durchgesetzt werden konnte. Seit Ende des 2. Weltkrieges leben wir jedoch in einer zunehmend individuell geprägten Wachstumsgesellschaft, in der nicht nur die soziale Kontrolle rapide abnimmt, sondern ein Maßhalten sinnlos geworden ist, weil das Aneignen von Gütern, Wissen und Dienstleistungen nicht mehr auf Kosten Anderer geschieht. Damit ist die Ethik des Maßes überholt, was nicht heißt, dass wir immer noch die Jahrtausende alte Argumentationsweise der aristotelischen Oikonomia internalisiert haben und uns dementsprechend über angeblich maßloses Verhalten von Heuschrecken und anderem erregen, Eigeninteressen verteufeln und individuelles Vorteilsstreben als unsittlich brandmarken. All diese Appelle an den Altruismus des Menschen haben sich jedoch immer wieder als sinnlos erwiesen, weil das Handeln und die Handlungsbedingungen in einen Topf geworfen wurden. Diese Argumentkette trifft natürlich nur für Güter, Wissen und Dienstleistungen zu, nicht jedoch für die immer wichtiger werdende Aufmerksamkeit, der "Kontaktmetapher" (Siegfried J. Schmidt) der New Economy, die zunehmend unser Leben wie die Wirtschaftsprozesse bestimmt. Denn in einer Welt der begrenzten Aufmerksamkeit kann diese nur auf uns gelenkt werden, indem sie von anderen abgezogen wird. Deshalb muss stetig mehr dafür getan werden, um auch nur ein durchschnittliches Maß an Aufmerksamkeit zu erhalten oder die so gewonnene auch abzusichern.

Die Wettbewerbswirtschaft mit ihrem materiellen Erfolg als Zielvorgabe ist die bislang erfolgreichste Wirtschaftsform auf unserem Planeten, weil Wettbewerb Anreize zu Kreativität, Innovation, Disziplin, zur "Diffusion" von Wissen schafft



und damit langfristige Machtpositionen (wie die von IBM bis zur Sowjetunion) immer wieder zerstört. Der Wettbewerb beginnt jetzt das Teilen zu ersetzen, sodass bereits "trade not aid" zur Losung der Entwicklungshilfe geworden ist. Damit gerät die religiös begründete Mildtätigkeit auf den Prüfstein. Als Beurteilungsmaßstab ethischen Handelns gilt in unseren Breiten der abendländische Gemeinschaftssinn, der sich auf die Goldene Regel ("Was du nicht willst, das man dir tut, das füg auch keinem anderen zu."), den Kategorischen Imperativ ("Handle nur nach derjenigen Maxime, durch die du zugleich wollen kannst, dass sie ein allgemeines Gesetz werde."), das jüdisch-christliche Liebesgebot (Gewaltverzicht gegenüber der Gewalt des Feindes) sowie auf die Postulate der Französischen Revolution (Gleichheit, Freiheit, Brüderlichkeit) gründet. Hingegen gilt auch: "Keine Ethik kann von einem verlangen, dass er dauerhaft und systematisch gegen seine Interessen handelt" (Homann). Ethik hat immer was mit der Berücksichtigung der Interessen anderer zu tun, deshalb hat das Wohl von Menschen eine höhere ethische Wertigkeit als die Mehrung von Kapital.

Ethik ist im Gegensatz zur Moral, die Regeln, Sitten, Normen oder Ideale menschlichen Verhaltens beschreibt, eine Wissenschaft. Sie versucht diese moralischen Regeln etc. empirisch wie normativ zu ergründen und zu reflektieren. Auf Unternehmensebene heißt das: Unternehmensmoral beschreibt jene Werte und Normen, die als verbindlich anerkannt werden, wie etwa:

- den Einsatz für das Wohl des Unternehmens,
- eine verantwortungsvolle und fürsorgliche Behandlung der Mitarbeiter,
- die Berücksichtigung der Interessen der Anteilseigner,
- die Berücksichtigung der Umweltbelange und Verbraucherwünsche,
- das Herstellen bzw. anbieten von nützlichen und ungefährlichen Gütern bzw. Dienstleistungen oder
- soziales Engagement und Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung.

Die Unternehmensethik dagegen erachtet alles für wünschenswert, was ein Unternehmen an institutionellen Rahmenbedingungen schaffen kann, um personales Leben in all seinen Dimensionen (emotional, sozial, fachlich, moralisch, intellektuell, ...) zu mehren. Sie ist geprägt durch das ständige Bemühen um zunehmende Bewusstheit und Verantwortlichkeit der Mitarbeiter wie des sozialen Umfeldes des Unternehmens und hat damit Auswirkungen auf Werte wie Gerechtigkeitssinn, Vertrauen, Wahrhaftigkeit oder Ehrlichkeit.

Die Moral ist abhängig von den institutionellen Gegebenheiten, die eine Ethik untermauern oder: "Sollen setzt Können voraus." Eine Ethik wirtschaftlichen Handelns reflektiert den Zweck des wirtschaftlichen Erfolges und muss dabei die Interessen aller Betroffenen berücksichtigen (Stakeholder- statt Shareholder Value). Kant spricht im Zusammenhang von sittlichem (=moralischem) Benehmen eines Menschen davon, dass Moralität als zur festen "Grundhaltung gewordenen Gutseinwollen" zu Verantwortung wird und zwar aufgrund besseren Wissens und besserer Einsicht. Diese Sittlichkeit verbietet das Ausnützen von Gesetzeslücken

und Ermessensspielräumen zu Lasten anderer Menschen der Umwelt oder der Nachwelt [4].

An das Schema der naturwissenschaftlichen Erklärung: "Aus einem allgemeinen Gesetz (z.B. Newton's Fallgesetz) unter Berücksichtigung von Randbedingungen (Reibungswiderstand und Anfangbeschleunigung) folgt das zu erklärende Ereignis (die Fallbewegung)" lehnt sich das Schema ökonomischer Erklärungen an. Dabei entspricht dem allgemeinen Gesetz in der Ökonomie das Eigeninteresse, das in Verbindung mit einer Rahmenordnung und dem der modernen Gesellschaft angemessenen sozialen Kontrolle -- dem Wettbewerb -- fungiert. Die Randbedingungen sind dann Institutionen und Anreize. Das Eigeninteresse erscheint somit als Selbstkontrolle entlang der eigenen Anreize. Diese auch für den ethischen Diskurs wesentliche Betrachtungsweise lässt sich mit Dilemmastrukturen<sup>1</sup> begründen, auf deren Grundlage glaubwürdige Verhaltensbedingungen geschaffen werden können. Ein differenziertes Umgehen mit Dilemmastrukturen ist das Erfolgsgeheimnis des Kapitalismus.

Wer ausschließlich seine eigene Wirklichkeit für die gültige hält, geht davon aus, dass andere böswillig oder dumm sind, wenn sie Dinge anderes beurteilen als man selbst, denn auch hier werden unterschiedliche moralische Überzeugungen durch eine andere Wahrnehmung der Wirklichkeit bestimmt. Vor diesem Hintergrund sind auch ethische Fragen zu sehen, denn auch hier werden unterschiedliche moralische Überzeugungen durch eine andere Wahrnehmung der Wirklichkeit bestimmt. In konstruktivistischen Reflexionen über Ethik kommt den Begriffen Autonomie, Verantwortung und Toleranz eine besondere Bedeutung zu; sie haben auf der normativen Ebene eine Leitfunktion und beziehen sich sowohl auf das Individuum als auch auf die sozialen Systeme. Diese für den Konstruktivismus charakteristische unterscheidungstheoretische Sicht legt die Moral in den Beobachter und nicht in das beobachtete Objekt. Und obwohl einem der Väter des Radikalen Konstruktivismus, Ernst von Glasersfeld, die Worte "Der Konstruktivismus kann keine Ethik produzieren", zugeschrieben werden, ergeben sich doch ethische Konsequenzen aus der konstruktivistische Wissenschaftstheorie, die davon ausgeht, dass die Theorien abhängig von den Fragestellungen sind: Die Verantwortung für alles Tun und Denken muss dem zugerechnet werden, zu dem sie gehört: dem einzelnen Individuum. Und ob ein Unternehmen nach ethischen Grundsätzen agiert, hängt von der Handlungsfreiheit seiner Mitarbeiter ab. Denn nur dort wo diese sich überhaupt zwischen mehreren Optionen entscheiden können, kann auch eine individuelle Verantwortung übernommen werden. Ist diese Freiheit nicht vorhanden, so ist die Führungs- und Organisationsstruktur des Unternehmens einer ethischen Analyse zu unterziehen.

In der Ethik ist zwischen den Handlungen Einzelner und den vorliegenden Handlungsbedingungen, denen die Handelnden unterworfen sind, zu

---

<sup>1</sup> Eine Dilemmastruktur ist die Verallgemeinerung des Gefangenendilemmata, dem klassischen "Zwei-Personen-Nullsummenspiel" der Spieltheorie. Sie ist durch gleichzeitiges Vorliegen gemeinsamer und konfigrierender Interessen gekennzeichnet. Diese Interaktionsstruktur zeigt bei Vorliegen einer Rahmenordnung wie Recht, Wettbewerb etc. auf, dass die optimale Strategie zweier Spieler letztlich Vertrauen und Kooperation ist, "defektieren" – also den anderen hintergehen – langfristig stets suboptimal ist.

unterscheiden. Denn nur dort wo Handlungsspielräume und Wissen über die Konsequenzen des eigenen Handelns existieren, können Mitarbeiter ethische Verantwortung übernehmen und diese von ihnen auch eingefordert werden. Dies führt zu ganz handfesten wirtschaftlichen Vorteilen, denn je mehr Mitarbeiter informiert und an Entscheidungsprozessen beteiligt werden, desto eher werden sie ihre spezifischen Erfahrungen, ihr Handlungswissen in die Lösung übergeordneter Probleme einbringen. Dinge ethisch reflektiert gestalten zu können, wird zur Motivation, zum Gesamtergebnis verantwortlich beizutragen. Man kann sogar soweit gehen, dass es die Pflicht des Mitarbeiters ist, sein Erfahrungswissen und seine soziale Kompetenz für das Erreichen der Unternehmensziele einzubringen und dafür die Verantwortung zu übernehmen. Werden sie daran gehindert, beraubt sich das Unternehmen selbst nicht nur seiner eigenen Ressourcen, sondern gibt einem unmoralischen Handeln Vorschub. Ethische Problemfelder in Unternehmen sind beispielsweise:

- Unternehmenskultur,
- Umweltschutz,
- Produktangebot,
- Umgang mit Wissen,
- feindliche Übernahmen,
- Entlassungen oder
- Managergehälter.

Ethische Problemfelder in einer Volkswirtschaft sind etwa:

- Subventionen,
- staatliche Monopole,
- Steuerhinterziehung und Bestechung,
- Umweltschutz,
- Gemeinnützigkeit und Sozialpolitik oder
- Armutsbekämpfung.

Ethische Problemfelder in der Weltwirtschaft sind etwa:

- Protektionismus und Migration
- Klimaschutz,
- multinationale Konzerne,
- Drogenwirtschaft oder
- Schuldenpolitik.

Ethik ist seit Sokrates ein Krisenphänomen. Da Ethikdiskussionen gegenwärtig in Wirtschaft und Gesellschaft nicht abzureißen scheinen, ist das ein sicherer Hinweis dafür, wie stark die Fundamente unseres Lebens sich verändern. Eine institutionalisierte Ethik ist Krisenprophylaxe, erspart sie doch dem Unternehmen Reibungsverluste mit seinem gesellschaftlichen Umfeld. Das Feld der Wirtschaftsethik ist in den letzten drei Jahrzehnten gerade aufgrund von Skandalen wie "Contergan", "Bophal", "Seveso", "Brent Spar", "Nestlé", "Enron", "Worldcom" oder "Mannesmann" sprunghaft gestiegen und gewinnt in der Ethikdiskussion der Philosophen und Wirtschaftswissenschaftler zunehmend an

Bedeutung. Noch vor 30 Jahren sah der Nobelpreisträger Milton Friedman die soziale Verantwortung von Unternehmen darin, ihre Gewinne zu steigern ("The social responsibility of business is to increase profits.") Heute wird hingegen von Unternehmen erwartet, dass sie darüber hinaus die Ansprüche der betroffenen Anspruchsträger (Stakeholder) in ihrer Wertschöpfungskette berücksichtigen und zur Lebenserhaltung der Menschen beitragen. Und zu dieser Lebenserhaltung gehören materielle wie ideelle Faktoren. Die Umsetzung ethischer Grundsätze im betrieblichen Umfeld dient damit der Zukunftssicherung.

### 3. Wissensethik

"Es gibt keine Ethik des Wissens – die Ethik der Forschung heißt Forschen", schrieb der Vater der Soziologie Max Weber. Damit ist gemeint, dass es eine Ethik des Forschens, des Suchens nach Erfahrung und dem Umgang damit gibt. Und weiter folgt daraus, dass die Gründe der Motivation, Selektion, des Erwerbs und der Umsetzung von Wissens sehr wohl ethischen Kriterien unterliegen:

Warum erzeugen wir welches Wissen,  
wem nutzt es und wie gehen wir dabei vor?

Dies sind also die vier wesentlichen Fragestellungen mit denen sich die Ethik des Wissens befassen muss, wobei zu beachten ist, dass es nicht um die individuelle Ethik des Wissensarbeiters geht, der mit dem Wissen verbunden ist, sondern um das Gestalten von Wissen schaffender Kooperationsbeziehungen zwischen den Akteuren in einer Organisation oder in der Gesellschaft. Die Motivation für diese ethischen Betrachtungen liegt in der wachsenden Bedeutung von Wissen für die Unternehmen und die Gesellschaft als Ganzes und die sich beim Umgang mit Wissen herausbildenden Moralvorstellungen und Normen. Neue Wissensstandards wie Wissenskommunismus, Entlastung von Produkthaftung oder die Öffnung sozialer Beziehungen finden dabei Eingang in die Ethikdiskussion. Die Frage nach dem "wie gehen wir dabei vor?" führt zur Ethik der Wissenserstellung oder Wissenschafts- und Forschungsethik. Sie beschäftigt sich mit den ethischen Grenzen, die Menschen im Wissenserwerbsprozess und bei der Verwendung des Wissens gesetzt sind. Wissen wird damit zur Voraussetzung ethischen Handelns eines Individuums, denn es ermöglicht erst die Einsicht in die moralische Bedeutsamkeit eigenen oder fremden Verhaltens.

Dies ist für die Gestaltung von Geschäftsprozessen in Unternehmen von fundamentaler Bedeutung, denn neue Modelle der Produktion und des Zugriffs auf Wissen und dessen Eigentumsrechte entstehen, in denen das Individuum künftig weniger eine Rolle spielen wird als die Gemeinschaft, die Community. Wissen gehört also zu individuellen wie kollektiven Akteuren und bezieht sich auf die Fähigkeit, Bereitschaft und Möglichkeit der beteiligten Akteure, kooperativ, innovativ und produktiv miteinander umzugehen. Die Menge und Qualität des Wissens hängt damit von den Kooperationsbeziehungen ab. Dieser durch neue IT-Technologien forcierte Paradigmenwechsel zeichnet sich durch eine globale und augenblickliche Kommunikation aus. Zum ersten Male ist Wissen weder regional noch sozial eingeschränkt, wodurch zunehmend die Eigentumsverhältnisse daran aufgeweicht werden. Dieser Trend wird durch die Verbreitung pervasiver IT-

Technologien noch verstärkt. Da (implizites) Wissen ein Charakteristikum eines Individuums ist und damit für Wohlstand und sozialen Status steht, wirft der Austausch von Wissen ethische Fragen auf, eben weil ein Transfer wirtschaftlicher Güter von einer Person zu einer anderen stattfindet (siehe auch [5]). Dieser Transfer von Wert und Status kann im Gegensatz zum Interesse der Gesellschaft oder des Unternehmens stehen, nicht nur weil der Einzelne seine Rechte an dem Wissen verliert, sondern wenn etwa Entdeckungen oder Erfindungen auf naturwissenschaftlichem oder technischem Gebiet betroffen sind oder es um die Kompetenz, dem Umgang mit interkulturellen Werten, Konflikten oder Menschenrechten geht. In solchen Fällen wird das Wissen des Einzelnen zu kulturellem, gesellschaftlichem Wissen expliziert und wird damit zu einer kooperativen, moralischen Ressource (siehe [6]). Die dabei auftretenden Interaktionskonflikte zwischen Individuum, Unternehmen und Gesellschaft lassen sich in Dilemmastrukturen abbilden und nachhaltig nur unter Berücksichtigung der Interessen aller Parteien lösen. Rein juristische oder auf materiellen Vorteilen basierende Regelungen tragen hier nicht weit genug, vielmehr ist es notwendig eine Vertrauenskultur im Unternehmen so zu etablieren, dass Individuen ihr stillschweigendes, implizites Wissen in der Gemeinschaft explizieren und die Organisation es für die gemeinsamen Ziele in Geschäftsprozessen absorbieren kann. Es geht um einen Wissensvertrag (siehe [7]) zwischen Unternehmen und seinen Mitarbeitern:

Du lässt Dein individuelles Wissen fließen, wir würdigen, fördern, schützen es und lassen das Firmenwissen fließen.

Ein solcher Vertrag muss mit glaubwürdigen Versicherungen, wie Investitionen in die Strukturen zur Generierung und Absorbierung des Wissens, mit Leben gefüllt werden, da die Ergebnisse der Wissensarbeit sich ja in konkreten Produkten, Entwürfen, Entscheidungen und Berichten niederschlagen und damit nach außen hin sicht-, mess- und kontrollierbar werden; die Aktivitäten der Wissensarbeit hingegen treten oft nicht in Erscheinung oder sind Teil anderer Tätigkeiten wie Kommunikation oder der Pflege von Netzwerken.

Da die Trennung von Theorie und Praxis, von Forschung und Entwicklung sich zunehmend verflüchtigt, darf die Wissensethik nicht losgelöst von sozialen Randbedingungen und dem persönlichen Verantwortungsbewusstsein betrachtet werden. Diese Verantwortung für das Wissen, was produziert wird, leitet sich daraus ab, dass jegliche Wissensarbeit unser Umfeld direkt beeinflusst. Die Wissensethik muss deshalb moralische Imperative aufstellen und innovationsverhindernde Formen des Wissens Eigentums und -monopols verhindern und damit eine Wissensfreiheit in Anlehnung der Freizügigkeit von Personen, Waren, Dienstleistungen und Kapital fördern. Dazu gehört auch eine Ethik des schöpferischen Denkens und beständigen Verbesserns, welche sich auf die Qualität des Wissens richtet und ein bewusstes Überschreiten vorhandener Grenzen. Der Wissensarbeiter muss deshalb vom Irrtumsrisiko entlastet sein, weil sich seine Verantwortung grundsätzlich nur auf die Güte des Wissens beschränken kann. Wissen ist ein paradoxes Gut, weshalb Wissensaktivitäten und Wissensprodukte Sonderregelungen unterworfen werden, denn Falschheit,

Wertlosigkeit oder Unanwendbarkeit sind keine rechtlich relevanten Eigenschaften von Wissen. Da es keinen Platz für vertraglich Gewährleistungsansprüche oder Haftungen gibt, kommen hier nur ethische Kategorien zum Tragen.

Den Ausführungen in [8] folgend, können wir daher definieren: "Gegenstand der Wissensethik ist das Gesamtvorkommen des menschlichen Wissens in Verbindung mit den darauf bezogenen menschlichen Verhalten. Ersteres umfasst die Erscheinungsformen des Wissens nach Art, Typ, Träger usw.; Letzteres die Tätigkeiten zur Erzeugung, Anwendung, Verbreitung etc. von Wissen." Wissensethik dient dazu

- Rechtslücken zeitweise auszufüllen,
- gehobene, ethische Verhaltensansprüche aufzustellen,
- Unrecht auszugleichen und
- Wissensfreiheiten zu legitimieren,

wo immer es keine oder nur unangemessenen rechtlichen Regelungen gibt. Dabei kann eine Rechtsordnung nur Freiräume für Wissen schaffen oder verweigern. Die Wissensethik bezieht sich also auf die fertigen Wissensprodukte unter weitgehendem Ausklammern der beteiligten und betroffenen Personen und externen Folgen. Denn Begriffe wie Recht, Freiheit, Fortschritt, Verantwortung oder eben Ethik beziehen sich auf menschliches Handeln, auf das was man tut und wünscht und auf die Gemeinschaften, deren Mitglied man ist. Sie haben mit dem Wissen nichts zu tun.

Wissensethik beobachtet die Entwicklung des moralischen Verhaltens bei der Wissensarbeit, sie versucht die dabei vorhandenen Machtverhältnisse zu bestimmen und zu analysieren und insbesondere die Fähigkeit zum interkulturellen Dialog im Sinne von Anerkennung der Vielfalt von Wissensarbeit gerade in der pluralistisch geprägten globalisierten Wirtschaft mit ihren jeweiligen Werten und Traditionen zu fördern. Dies geschieht nicht nur aus Achtung gegenüber dem Anderen, sondern aus der Notwendigkeit heraus, den Status quo großer technischer Projekte mit langen Folgenhorizonten und teilweise unbekanntem Folgenpotenzialen der Nachwelt zu dokumentieren. Wir leben in einer Kultur, die Reichtum schätzt, die Erkenntnis als Quelle von Macht behandelt, die Äußerlichkeiten und Erfolge für wertvoll hält, und die Weisheit aus dem Blick verloren hat. Wissensarbeit fällt damit den Leidenschaften, Begierden und Zielen unserer Kultur zum Opfer und wird blind für Weisheit. Wissensethik hilft dabei, aus der Erkenntnis heraus, dass Macht und Unterwerfung auf Verlust an Würde beruhen, dass die soziale Koexistenz, Ehrlichkeit und Vertrauenswürdigkeit begründet und aus Achtung für Andere zu verstehen, dass die Welt, in der wir leben, unvermeidlich unser Produkt ist (siehe [9]).

#### **4. Unternehmensethiker**

Das Bewusstsein für die Notwendigkeit einer Wissensethik wächst in einem Umfeld, in dem eine sich an allen Stakeholdern ausgerichtete Vision etabliert ist und eine Unternehmensethik (siehe etwa [10]) zur Maxime des Handelns aller Beteiligten im Unternehmen geworden ist. Für Wissensarbeiter wird es also

schwer, wenn nicht unmöglich, ethischen Prinzipien bei der Wissensarbeit zu folgen. Umgekehrt ist es ein Anachronismus, wenn in einem ethisch ausgerichteten Unternehmen ethisches Handeln bei der Wissensarbeit außen vorbleiben soll. Wissens- und Unternehmensethik bedingen sich zwar nicht, befruchten sich jedoch auf jeden Fall. Dabei kann es nicht darum gehen, allgemeine ethische Positionen zu formulieren und anschließend auf konkrete Einzelfälle herunter zu brechen, sondern in einem ständigen Diskurs moralische Handlungsoptionen von den nicht-moralischen zu unterscheiden. Mit einem Ethikkodex, in dem die Werte des Unternehmens verbindlich festgehalten werden, ist es nicht getan, denn eine Kasuistik, eine Betrachtung von Einzelfällen, gibt den Mitarbeitern zwar eine Handlungsorientierung und prägt damit den Charakter des Unternehmens, aber ob damit die festgelegte Wertekultur tatsächlich im täglichen Gebrauch insbesondere in komplexen Fällen auch eingehalten wird, ist nicht gesichert. Ziel der Wissens- wie Unternehmensethik ist es ja gerade, dass Mitarbeiter für sich selbst, für einander und für die Partner des Unternehmens berechenbar werden und nicht blind vorgegebenen Regeln folgen.

Das Umsetzen von Konzeption ins Handeln geht nicht automatisch, hierzu bedarf es Visionären, die eine Ethikkonzeption für ein Unternehmen nicht nur formulieren können, sondern diese sowohl in den Geschäftsprozessen verankern und ihr zur Umsetzung in den Entscheidungsprozessen auf allen Organisationsebenen verhelfen. Ein solcher Visionär ist ein Unternehmensethiker (engl. "Ethics & Compliance Officer"), der sich auf Augenhöhe mit der Unternehmensführung befindet und über ausreichende Kompetenzen verfügt, Entscheidungsprozesse zu beeinflussen und -- im Falle der Wissensethik -- auch in die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten des Unternehmens eingebunden ist. Darüber hinaus muss er über die Geschäftsstrategien, ihre Umsetzungsoptionen und mögliche Risikofelder informiert sein, um die Unternehmens- und Wissensziele unter ethischen Gesichtspunkten reflektieren zu können. Um Interessenkonflikten vorzubeugen, muss der Unternehmensethiker möglichst unabhängig agieren können und darf nicht als Kollaborateur der Unternehmensführung oder des Managements gelten, ist er doch Ansprechpartner für Mitarbeiter aller Ebenen, um diese auch in sensiblen Situationen vertrauensvoll beraten zu können. Er ist Adressat für das sogenannte Whistleblowing (siehe etwa [4]), wo anonym auf Missstände im Unternehmen hingewiesen werden kann.

Der Unternehmensethiker personifiziert das "gute Gewissen" eines Unternehmens und ist damit Ansprechpartner und Ratgeber für alle Stakeholder, was Produkte, Dienstleistungen und Kommunikation betrifft. Damit wird bewusst der Fokus auf ethisches Handeln gelenkt, was immer mehr als Wettbewerbsvorteil wahrgenommen wird. Deshalb ist es nicht verwunderlich, wenn Unternehmen, die in der Vergangenheit durch eine besonders ruchlose Unternehmensführung aufgefallen und daran fast zugrunde gegangen sind, sich nun in die vorderste Front gleich mit einer Schar von Unternehmensethikern einreihen wollen (WorldCom etc.), um das Vertrauen von Investoren, Kunden und eigenen Mitarbeitern gleichermaßen wiederzugewinnen. Um dem ethischen Handeln eine

zusätzliche Legitimation zu verleihen, schließen sich viele Unternehmen in branchenspezifischen Ethikallianzen zusammen.

Die Anforderungen an einen Unternehmensethiker sind hoch, muss er doch einerseits Vertrauensperson der Mitarbeiter sein, andererseits aber auch das Vertrauen der Geschäftsführung haben und gegebenenfalls Entscheidungen gegen das Interesse einer Seite durchsetzen können. Dieser Spagat wird ihm nur gelingen, wenn er über persönliche Reife wie über eine sehr gute Fähigkeit zu Kommunikation wie Moderation verfügt und eine integere, wahrhaftige Persönlichkeit ist, sonst verkommt die Position zu der eines Sonntagspredigers. Da sich sein Standpunkt bisweilen zwischen allen Parteien wiederfindet, muss er auch in der Lage sein, unpopuläre Standpunkte zu vertreten und wenn möglich durchzusetzen. Um die Konsequenzen von Handlungen und Entwicklungen abschätzen und unter ethischen Gesichtspunkten beurteilen zu können, wird er ohne die Möglichkeit, sich schnell einen Überblick über komplexe wissenschaftliche, technische oder organisatorische Sachlage zu verschaffen, nicht weit kommen. Dazu gehört auch die Fähigkeit, sich mit juristischen Fragestellungen zu befassen und entsprechende Gesetze anwenden zu können.

## 5. Links

- [1] G. Franck: "Mentaler Kapitalismus"; Carl Hanser Verlag 2005
- [2] B. v. Guretzky: "Nachhaltiges Wissensmanagement"; [http://www.c-o-k.de/cp\\_artikel.htm?artikel\\_id=174](http://www.c-o-k.de/cp_artikel.htm?artikel_id=174)
- [3] K. Homann: "Zur Grundlegung einer Ethik der Zukunft", Tübingen 2002
- [4] K. M. Leisinger: "Unternehmensethik"; Verlag C. H. Beck 1997
- [5] R. Baskerville et al.: "The Ethics of Knowledge Transfers and Conversion: Property or Privacy Rights"; <http://www.cis.gsu.edu/~rbaskerv/vita.pdf>
- [6] J. Wieland: "Wissen als kollaborative und moralische Ressource"; [http://www.ub.uni-konstanz.de/opus-fhkn/volltexte/2003/15/pdf/Working\\_Paper\\_02\\_2002\\_Wissen\\_als\\_moralische\\_und\\_oekonomische\\_Ressource.pdf](http://www.ub.uni-konstanz.de/opus-fhkn/volltexte/2003/15/pdf/Working_Paper_02_2002_Wissen_als_moralische_und_oekonomische_Ressource.pdf)
- [7] G. Schiller, B. v. Guretzky: "Bausteine für eine innovationsorientierte wissensbasierte Unternehmenskultur"; [http://www.c-o-k.de/cp\\_artikel.htm?artikel\\_id=183](http://www.c-o-k.de/cp_artikel.htm?artikel_id=183)
- [8] H. F. Spinner: "Wissensordnung, Ethik, Wissensethik"; in: J. Nida-Rümelin: "Angewandte Ethik"; Alfred Kröner Verlag Stuttgart 1996
- [9] Krieg; Watzlawik: "Das Auge des Betrachters. Beiträge zum Konstruktivismus"; Carl-Auer-Systeme Verlag 2002
- [10] B. v. Guretzky: "Wissensmanagement und Radikaler Konstruktivismus"; erscheint demnächst auf der <http://www.c-o-k.de>



Unternehmensethische Netzwerke:

[11] Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik; <http://www.dnwe.de/>

[12] Corporate Social Responsibility – Business Ethics; <http://www.csr-news.net/>

[13] Ethics & Compliance Officer Association; <http://www.theecoa.org>

-----

© Dr. Bernhard v. Guretzky 2006

E-Mail: [guretzky@gmx.net](mailto:guretzky@gmx.net)

Homepage: <http://www.c-o-k.de>

- o -

## **Impressum**

### **Redaktion**

Das kostenlose E-Journal „Philosophie & Wirtschaft“ wird von der "International Society for Philosophers" und "Pathways to Philosophy" herausgegeben.

Büro: Geoffrey Klempner, 45 Wolseley Road, Sheffield S8 0ZT, United Kingdom

Telefon: +44 (0)114 255 8631 Email: [G.Klempner@sheffield.ac.uk](mailto:G.Klempner@sheffield.ac.uk)

Fax: +44 (0)114 255 8632 Mobil: + 44 (0) 7729 793365

Pathways to Philosophy: <http://www.philosophypathways.com>

International Society for Philosophers: <http://www.isfp.co.uk>

### **Deutsche Redaktion:**

Ute Sommer, Telefon +49 (0) 173 6535309

E-Mail : [ute.sommer@philosophieundwirtschaft.de](mailto:ute.sommer@philosophieundwirtschaft.de)

Die in den Beiträgen geäußerten Meinungen der Autoren entsprechen nicht notwendigerweise der Meinung der Redaktion.

Bitte schicken Sie Beiträge, Kommentare und Vorschläge an [ute.sommer@philosophieundwirtschaft.de](mailto:ute.sommer@philosophieundwirtschaft.de)