

LB 16.33 „Ethik für Unternehmen“

Gliederung	Seite
1. Ethik und Moral	2
2. Ethik in der Marktwirtschaft	4
3. Verantwortungsethik und Gesinnungsethik	5
4. Bestandteile der Verantwortungsethik in der Marktwirtschaft	7
5. Das Ethos des Unternehmens und des Managers	9
6. Ethik im Marketing	14
6.1 Konsequenzen für die Angebotspolitik	14
6.2 Konsequenzen für die Vertriebspolitik	15
6.3 Konsequenzen für die Kommunikationspolitik	16
6.4 Weitere Forderungen nach Verbraucherschutz	17
7. Ethik und Umweltschutz	18
8. Ökologisches Marketing als ethische Herausforderung	20
8.1 Systematik	20
8.2 Umsetzung	25
8.2.1 ... innerhalb der Produktpolitik	25
8.2.2 ... innerhalb der Preispolitik	27
8.2.3 ... innerhalb der Distributionspolitik	28
8.2.4 ... innerhalb der Kommunikationspolitik	29
8.3 Anregungen aus Analogien zur Natur	32
9. Gestaltung von Geschäftsprinzipien, Unternehmens- Richtlinien bzw. -Grundsätzen	42
10. Selbstkontrollfragen	45
11. Lösungstichworte zu Selbstkontrollfragen	46
12. Literatur	47
13. Aufgaben zum Einsenden (Fremdkontrollfragen)	48