

Themenblätter im Unterricht

Herbst 2007_Nr. 68

Unternehmensethik. Eigentum verpflichtet



Seite 3 – 8	Anmerkungen für die Lehrkraft
Seite 9 – 62	Doppelseitiges Arbeitsblatt im Abreißblock (27 Stück) zum Thema: <i>Unternehmensethik. Eigentum verpflichtet</i>
Seite 63	Weiterführende Hinweise und Bestellcoupon
Seite 64	Schlagwortregister der Themenblätter im Unterricht

Zu den Autoren☘:



Alexander Schmitt

Alexander Schmitt M.A., Dozent im Ethisch-Philosophischen Grundlagenstudium (EPG) und am Zentrum für Schlüsselqualifikationen (ZfS) der Universität Freiburg i. Br.; Studium der Philosophie, katholischen Theologie, Medien- und Kommunikationswissenschaft

sowie der Erwachsenenpädagogik in Frankfurt, München und Freiburg. Forschungsschwerpunkte: Religionsphilosophie, Medienethik und Unternehmensethik.



Stella Steige

Dipl.-Berufspäd. Univ. Stella Steige, Studienrätin z.A., Studium für das Lehramt an beruflichen Schulen mit der Fachrichtung Gesundheits- und Pflegewissenschaften in München, sowie evangelische Religion. Unterrichtet am Staatlichen Kaufmännischen Berufsbildungszentrum

Jakob Küner in Memmingen. Forschungsschwerpunkte: Medizin- und Pflegeethik, Fachdidaktik.

Zum Titelbild: Spätestens seit der Industrialisierung ist die Zigarre das Sinnbild für den Unternehmer und Kapitalisten schlechthin. Außerdem war sie das Markenzeichen von Ludwig Erhard (1897–1977), dem Wirtschaftsminister und Bundeskanzler, der in jedem Wirtschaftskundebuch als der Schöpfer des deutschen Wirtschaftswunders abgebildet ist. Havanna-rauchend wird auch Fidel Castro oft gezeigt, der Staatschef der „letzten Bastion des Kommunismus“, wie Kuba auch gern genannt wird.

Foto: Anke Brodersen, Leitwerk

Impressum

Herausgegeben von der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb
Adenauerallee 86, 53113 Bonn, www.bpb.de
E-Mail der Redaktion: moeckel@bpb.de (keine Bestellungen!)

Autoren☘: Alexander Schmitt, Stella Steige
Redaktion: Iris Möckel (verantwortlich)
Redaktionelle Mitarbeit: Markus Antony, André Raaf

Gestaltung: Leitwerk. Büro für Kommunikation, Köln
Titelbild: Anke Brodersen, Leitwerk

Druck: Mareis Druck,
Weißenhorn
Papier: Schneidersöhne
PlanoNature FSC

FSC-Gütesiegel

Text und Illustrationen sind urheberrechtlich geschützt. Der Text kann in Schulen zu Unterrichtszwecken vergütungsfrei vervielfältigt werden. Bei allen gesondert bezeichneten Fotos und Karikaturen liegen die Rechte nicht bei uns, sondern bei den Agenturen. Haftungsausschluss: Die bpb ist für den Inhalt der aufgeführten Internetseiten nicht verantwortlich.

1. Auflage: Oktober 2007 / ISSN 0944-8357 / Bestell-Nr. 5.961

Lieferbare Themenblätter im Unterricht

- Nr. 2: Die Ökosteuer in der Diskussion. Bestell-Nr. 5.352
- Nr. 4: Demokratie: Was ist das? (Nachdruck) Bestell-Nr. 5.354
- Nr. 5: Fleischkonsum und Rinderwahn. Bestell-Nr. 5.355
- Nr. 8: Zivilcourage: Eingreifen statt zuschauen! (Nachdruck) Bestell-Nr. 5.358
- Nr. 10: Wer macht was in Europa? (neu 2006) Bestell-Nr. 5.360
- Nr. 16: Mobbing. (Nachdruck) Bestell-Nr. 5.366
- Nr. 20: Der Bundestag – Ansichten und Fakten. (neu 2005) Bestell-Nr. 5.370
- Nr. 22: Lust auf Lernen. (Nachdruck) Bestell-Nr. 5.372
- Nr. 23: Koalieren und Regieren. (neu 2005) Bestell-Nr. 5.373
- Nr. 33: Internet-Sicherheit. Bestell-Nr. 5.383
- Nr. 39: Zuschauer–Demokratie? Bestell-Nr. 5.389
- Nr. 40: Freiheit und Gleichheit – feindliche Schwestern? Bestell-Nr. 5.390
- Nr. 43: Getrennte Welten? Migranten in Deutschland. Bestell-Nr. 5.393
- Nr. 45: Folter und Rechtsstaat. Bestell-Nr. 5.395
- Nr. 48: Politische Streitkultur. Bestell-Nr. 5.941
- Nr. 49: Sport und (Welt-) Politik. Bestell-Nr. 5.942
- Nr. 50: Freiheitsrechte – grenzenlos? Bestell-Nr. 5.943
- Nr. 51: Gesundheitspolitik – Ende der Solidarität? Bestell-Nr. 5.944
- Nr. 52: Wasser – für alle!? Bestell-Nr. 5.945
- Nr. 53: Wehr(un)gerechtigkeit. Bestell-Nr. 5.946
- Nr. 54: Entscheiden in der Demokratie. Bestell-Nr. 5.947
- Nr. 55: Baukultur und Schlossgespenster. Bestell-Nr. 5.948
- Nr. 56: Stichwort Antisemitismus. Bestell-Nr. 5.949
- Nr. 57: Nachhaltige Entwicklung. Bestell-Nr. 5.950
- Nr. 58: Wie christlich ist das Abendland? Bestell-Nr. 5.951
- Nr. 59: Gleiche Chancen für Anne und Ayshe? Bestell-Nr. 5.952
- Nr. 60: Deutschland für Europa. Bestell-Nr. 5.953
- Nr. 61: Friedenschancen im Nahen Osten? Bestell-Nr. 5.954
- Nr. 62: Unterschicht in Deutschland? Bestell-Nr. 5.955
- Nr. 63: Akteure im politischen Prozess. Bestell-Nr. 5.956
- Nr. 64: Urteil und Dilemma. Bestell-Nr. 5.957
- Nr. 65: Europa der 27. Bestell-Nr. 5.958
- Nr. 66: Mitmischen: Neue Partizipationsformen. Bestell-Nr. 5.959
- Nr. 67: Inländisch, ausländisch, deutschländisch. Bestell-Nr. 5.960
- Nr. 68: Unternehmensethik. Eigentum verpflichtet. Bestell-Nr. 5.961



Sämtliche Ausgaben im Internet, auch die vergriffenen:

→ www.bpb.de > Publikationen > Themenblätter

JETZT BESTELLEN! pocket zeitgeschichte – Deutschland 1945–2005



Die kleine deutsch-deutsche Chronik erklärt kurz und übersichtlich die wichtigsten Ereignisse aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur. Mit zahlreichen Kurzinfos, Grafiken und Fotos.

Bestell-Nr. 2.555 (Bereitstellungsgebühr 1,- Euro pro Ex.):

→ www.bpb.de > Publikationen > Pocket

oder: bpb-Vertrieb DVG, Postfach 1148,
5333 Meckenheim oder Fax (0 18 88) 515-113
(z.Hd. Herr Dreike).

Alexander Schmitt / Stella Steige

♀ steht für die weibliche Form
des vorangehenden Begriffs

Unternehmensethik: Eigentum verpflichtet

Debatten über Arbeitsplatzvernichtung, „Heuschrecken“, überhöhte Managergehälter, Korruption etc. finden sich täglich in den Medien. Doch in Unterrichtsmaterial für den Wirtschafts- oder Sozialkundeunterricht sucht man vergeblich Informationen über Hintergründe, Motive und Entwicklungen der handelnden Unternehmen; gleichzeitig wird die Forderung nach Behandlung solcher Themen in der Schule immer lauter. Hiermit bieten wir Ihnen ein Themenblatt zur Unternehmensethik, einem Teilgebiet der Wirtschaftsethik an, in dem wir versuchen, Schülern♀ in Ergänzung zum Wirtschaftsunterricht über die Gewinnmaximierung hinausgehende ethische Aspekte einer erfolgreichen Unternehmung aufzuzeigen und Aufmerksamkeit für das Spannungsfeld zu vermitteln, in dem unternehmerisches Handeln stattfindet.

→ Was ist Ethik?

Normative Ethik gibt begründete Handlungsregeln für das menschliche Zusammenleben an. So gilt in der Gesellschaft, dass man beispielsweise nicht stehlen soll, Gewalt nur in Notwehr anzuwenden hat oder fremdes Eigentum nicht beschädigen darf. Diese grundlegenden Regeln für das menschliche Zusammenleben gelten auch in Unternehmen. Wozu also eine spezielle Unternehmensethik? Wenn doch alle Regeln in jedem Lebensbereich gelten?

→ Corporate Citizenship

Unternehmen stehen heute in völlig anderer Weise als noch zur Zeit der Formulierung des Grundgesetzes unter dem Druck der Globalisierung. Bei der damit verbundenen Suche der Ökonomie nach immer effizienteren Arbeitstechniken und -modellen sind Fragen der Ethik, die sich insbesondere in Unternehmen ergeben, weitgehend auf der Strecke geblieben: Wie hat sich das Unternehmen als so genannter Corporate Citizen, als Bürger in der Gesellschaft, zu verhalten? Wie hat es mit seinen Mitarbeitern♀ umzugehen?

Die Unternehmensskandale der letzten Jahre, beginnend mit dem Fall Enron (siehe unten), haben inzwischen auch deutsche Traditionsunternehmen wie Siemens und VW erreicht. Damit dürfte auch den letzten Zweiflern♀ die Notwendigkeit von Ethik in Unternehmen einleuchten.

Bis in die 90er Jahre konnte man in Veröffentlichungen von Betriebswirtschaftlern♀ lesen, dass sich Ethik und Ökonomie gegenseitig ausschließen. Ethik habe in Unternehmen nichts verloren. Der Markt regle sich selbst. Das grundsätzliche Bewusstsein, dass Eigentum eine Verpflichtung für das Wohl der Allgemeinheit mit sich bringt, war fast völlig in Vergessenheit geraten. Inzwischen steht außer Frage, dass moderne Anwendungsmodelle der Ethik nicht nur gesellschaftspolitisch geboten sind, sondern sich auch mit langfristigen Gewinn in die Ökonomie integrieren lassen.

→ Enron

Der Energiekonzern war eines der größten Unternehmen der USA. Im Jahr 2001 wurden Bilanzfälschungen in Höhe von über 1 Mrd. US\$ entdeckt, die einen der größten Unternehmensskandale der US-Wirtschaft auslösten. In der Kritik standen auch Bonuszahlungen an die Manager, kurz vor der Insolvenz des Konzerns. So erhielt allein CEO (Vorstandsvorsitzender) Kenneth Lay 205 Mio. US\$. Auch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Arthur Andersen wurde durch den Skandal zur Auflösung gezwungen.

Info → Einteilung der Ethik

- **Deskriptive Ethik** beschreibt sittliche Handlungen
- **Normative Ethik** gibt begründete Anweisungen zum sittlichen Handeln
- **Metaethik** Reflexion über die Methoden der Normbegründung

Info → Ebenen der Wirtschaftsethik

Wirtschaftsethische Fragestellungen im weiteren Sinne können auf drei Ebenen formuliert werden:

- Erstens auf der **Mikroebene** (Individualethik), also die Handlungen und Einstellungen von Einzelnen (Mitarbeitern, Führungskräften) betreffend;
- zweitens auf der **Mesoebene** (Unternehmensethik), Aktionen von Organisationen (Unternehmen, Konzerne) gegenüber Mitarbeitern, Kunden, Zulieferern, Banken, Aktionären, dem Staat, der Umwelt und der Öffentlichkeit erörternd;
- drittens auf der **Makroebene** (Wirtschaftsethik im engeren Sinne), bei der Handlungsweisen der Gesamtheit der wirtschaftlichen Akteure auf nationaler Ebene (Wirtschaftsethik), supranationaler Ebene (Wirtschaftsethik der EU) und/oder internationaler Ebene (Weltwirtschaftsethik oder Wirtschaftsethik der Globalität) diskutiert und moralisch bewertet werden.

→ Nach: Aus Politik und Zeitgeschichte B 05/2003:
Bernd Klees, Wirtschaftsethik der Globalität;
siehe Literaturhinweise hinten.



Karikatur: Gerhard Mester

→ **Ethik und Recht**

Die ethische Beurteilung geht in eine völlig andere Richtung als die juristische. Während das Recht Täter zu ermitteln versucht, die mit entsprechenden Sanktionen belegt werden können, zielt Ethik auf eine Einsicht in die Moral noch vor der Tat. In der Ethik wird nicht die Frage nach legal oder illegal, sondern nach moralisch oder unmoralisch gestellt. Ethik gibt im Gegensatz zum Recht keinerlei Hinweise auf Strafen. Ethik ist nicht sanktionierbar, man kann ihre Bedeutung nur einsehen. An einem Beispiel verdeutlicht: Kinderarbeit steht bei uns unter Strafe. Sie wird aber nicht erst dadurch moralisch verwerflich, dass sie bei uns bestraft werden kann. Ebenso rechtfertigt sie sich nicht dadurch, dass sie in anderen Ländern erlaubt ist bzw. nicht sanktioniert wird.

Zurzeit gibt es eine Vielzahl gängiger Ansätze der Wirtschafts- und Unternehmensethik, die den Kinderschuhen der Selbstbegründung entwachsen sind (siehe unten), die jedoch alle noch unter gewissen Implementierungsproblemen (Problemen in der praktischen Anwendung und Umsetzung) leiden.

→ **Bedeutende Ansätze der Wirtschafts- und Unternehmensethik**

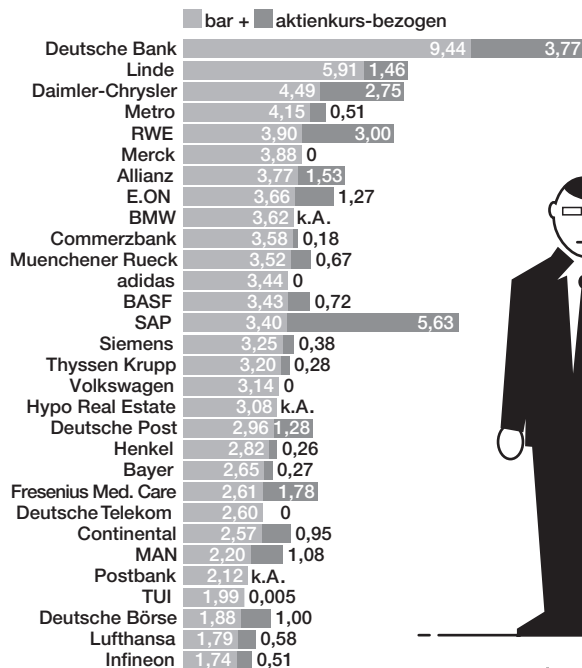
- Steinmann / Löhr: **Republikanische Dialogethik**
- Peter Ullrich: **Integrative Unternehmensethik**
- Karl Homann: **Ökonomische Unternehmensethik**
- Hartmut Kreikebaum: **Entscheidungsethik**
- Josef Wieland: **Governanceethik**

In dieser Ausgabe der Themenblätter sollen somit nicht unternehmensethische Theorien vermittelt, sondern anhand eines fiktiven, praktischen Beispiels die komplexen Entscheidungssituationen durchgespielt werden (Arbeitsblatt B).

Die Literaturhinweise hinten geben mehrere Hinweise auf Einführungen in die Ansätze der Unternehmensethik.

Manager-Millionen

Vergütung der Vorstandsvorsitzenden der 30 Dax-Unternehmen im Jahr 2006 (in Mio. Euro)



Quelle: DSW dba Grafik 4190

Info → **GLOSSAR**

Wirtschaftsethik

→ Obwohl Ökonomie und Ethik vielfach eher als Gegensätze denn als Ergänzung angesehen werden, gehören ethische Überlegungen seit jeher zu den Grundlagen der Wirtschaftstheorie, denn richtig wirtschaften heißt ökonomisch effizient und moralisch rechtfertigbar handeln. Die Problemfelder der Wirtschaftsethik erstrecken sich damit von der moralischen Dimension individuellen Handelns bis hin zu grundsätzlichen gesellschaftlichen Wert- und Zielvorstellungen, in die wirtschaftliches Handeln eingebunden ist. Die Aufgaben einer optimalen Ausgestaltung von Institutionen der Wirtschaft und der richtigen individuellen Entscheidung der in der Wirtschaft Handelnden beinhalten auch die Kritik und Fortentwicklung von Institutionen, Regelungen und Praktiken in der Wirtschaft, wo dies notwendig ist. Die Aufgabe der normativen Beurteilung und Fortentwicklung von Institutionen und Regeln der Wirtschaft teilt sich die Wirtschaftsethik mit dem Wirtschaftsrecht.

Mit der Globalisierung kommt es zu einem Bedeutungsgewinn der ethischen Regeln in der internationalen Wirtschaftskooperation. International gültige Selbstverpflichtungen von Großunternehmen treten im globalen Handel verstärkt an die Stelle des nationalen Rechts. Dabei gewinnt die Wirtschaftsethik als Ersatz für staatliches Recht im internationalen Austausch an Bedeutung.

→ www.lexikon.meyers.de

Unternehmensethik

→ Die Unternehmensethik ist ein Teil der Wirtschaftsethik, der sich mit den ethischen Pflichten, Werten und Tugenden der Unternehmen befasst. Wesentlicher Ansatzpunkt der Unternehmensethik ist das Management von Unternehmen. Da die Managementaufgaben jedoch nicht auf Wirtschaftsunternehmen beschränkt sind, betrifft die Unternehmensethik letztlich alle Organisationen. Das Unternehmen oder die Organisation ist mögliches Subjekt der Unternehmensethik, weil es »Organisationsversagen« als Versagen der institutionellen Normen und Kontrollmechanismen gibt. Dieses begünstigt individuelles Versagen, das daher nicht allein dem unethisch handelnden, individuellen Organisationsmitglied angerechnet werden kann.

Die Einhaltung und Fortentwicklung von Regeln in komplexen Organisationen ist eine Aufgabe, welche die Unternehmen selbst erfüllen müssen, weil der Gesetzgeber und die Gerichte adäquate Regeln für die im schnellen Wandel befindliche Wirtschaft nur gemeinsam mit den Unternehmen und Branchen entwickeln und durchsetzen können. Der Unternehmensethik kommt daher eine wichtige Rolle im Rechtsschöpfungsprozess des Wirtschafts- und Unternehmensrechts zu.

→ www.lexikon.meyers.de

Info → **GLOSSAR** (Fortsetzung)

Unternehmen

→ unterschiedlich verwendeter Begriff, der häufig auch mit Betrieb gleichgesetzt wird; ein in der Marktwirtschaft vorkommendes wirtschaftliches Gebilde, das nach einem von der Unternehmensleitung bestimmten Wirtschaftsplan durch Einsatz der Produktionsfaktoren Güter hervorbringt, vorrangig mit der Zielsetzung, einen möglichst hohen Gewinn zu erwirtschaften (Gewinnmaximierung).

Unternehmensziele

→ nach dem erwerbswirtschaftlichen Prinzip ist in einer Marktwirtschaft das oberste Ziel eines Unternehmens, einen möglichst hohen Gewinn zu erzielen. Der Unternehmensgewinn ist dabei Risikoprämie für das Wagnis des Kapitaleinsatzes und der Lohn für die Tätigkeit des Unternehmers (Unternehmerlohn). Unterziele, die der Gewinnerzielung, in der Theorie spricht man von Gewinnmaximierung, direkt oder indirekt dienen, sind:

- Umsatzsteigerung,
- Sicherung und Vergrößerung des Marktanteils,
- Kostensenkung,
- Streben nach Ansehen und Prestige.

Unternehmenskultur

→ die von den Mitgliedern eines Unternehmens hinsichtlich dessen Zweck gemeinsam getragenen Grundüberzeugungen, Werte und Einstellungen. Unternehmenskultur drückt z.B. aus, welche Wertvorstellungen das Management hat, die Art und Weise ihres Umgangs miteinander, mit ihren Mitarbeitern. Die Gestaltung der Unternehmenskultur muss vor allem die drei Hauptströmungen im modernen Unternehmen in Einklang bringen:

- Unternehmensziele,
- Mitarbeiterzufriedenheit und
- Kundenorientierung

– je besser diese aufeinander abgestimmt sind, desto besser kann sich das Unternehmen am Markt behaupten.

→ Alle aus: Das Lexikon der Wirtschaft. Grundlegendes Wissen von A bis Z. 2. Aufl. Mannheim: Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus 2004. Lizenzausgabe Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 2004.

Corporate Citizenship

→ Der Begriff „Corporate Citizenship“, der im Deutschen mit „soziales Engagement“ oder „bürgerschaftlichem Engagement“ von Unternehmen übersetzt wird, beschreibt „Aktivitäten, mit deren Hilfe Unternehmen selbst in ihr gesellschaftliches Umfeld investieren und ordnungspolitische Mitverantwortung übernehmen. (...) In diesen Prozess bringen sie nicht nur Geld, sondern alle ihre Ressourcen – also Mitarbeiterengagement, fachliches Know-how und Organisationskompetenz, Informationen etc. – ein.“ Allerdings ist der Begriff nicht genau definiert und wird nicht selten synonym mit Begriffen wie „Corporate Social Responsibility“ oder „Nachhaltigkeit“ verwendet, so dass diese Definition nur eine von vielen darstellt.

→ www.bdu.de (Bundesverband Deutscher Unternehmensberater)

Corporate Social Responsibility

→ CSR ist ein Konzept gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen, das die Aspekte der Nachhaltigkeit aufnimmt und sich auf die drei Säulen Wirtschaft, Soziales und Umwelt stützt. Notwendige Voraussetzung für das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen und Hauptziel unternehmerischen Handelns ist wirtschaftlicher Erfolg. Unternehmen tragen vor allem Verantwortung, indem sie Arbeitsplätze sichern.

→ www.csrgermany.de

Hinweise zu den Arbeitsaufgaben

Zu Aufgabe ■ 1 ■

Zunächst sollen die Schüler² zum Einstieg das diskutieren, was sie aus den Medien kennen. Hier stellvertretend eine Stellungnahme: „Immer wenn von Unternehmensethik gesprochen wird, taucht fast automatisch die These auf, dass die Ethik im harten Wettbewerb des Wirtschaftslebens keinen Platz hätte. Häufig fallen markige Sätze wie der folgende: Wenn wir es nicht tun, macht das Geschäft ein anderer, und wir müssen Mitarbeiter entlassen! (Für das «es» fügen Sie bitte nach Belieben Lohndumping, Kinderarbeit, Bestechung, Umwelterstörung u.ä. ein.“¹.

Demgegenüber steht der Artikel 14 Absatz 2 GG: „In der sozialen Marktwirtschaft in Deutschland wird das Eigentum nach Artikel 14 des Grundgesetzes gewährleistet und grundsätzlich geschützt. Das Grundgesetz betont jedoch ausdrücklich in Artikel 14 Absatz 2 GG die Sozialbindung des Eigentums, indem Eigentum verpflichtet und sein Gebrauch gleichzeitig dem Wohl der Allgemeinheit dienen soll. Die Zurückstellung von Einzelinteressen gegenüber Gemeininteressen kann deshalb verlangt werden. Die Sozialbindung des Eigentums zeigt sich z.B. in der Mitbestimmung der Arbeitnehmer im Betrieb oder von Arbeitnehmervertretern in Aufsichtsräten von Kapitalgesellschaften.“²

Vor der weiteren Beschäftigung mit dem Thema sollten die wichtigsten Begriffe geklärt werden: siehe Glossar vorne und Aufgabe 2a.

¹ Bettina Palazzo, St. Gallen

² Quelle: Das Lexikon der Wirtschaft. Grundlegendes Wissen von A bis Z. 2. Aufl. Mannheim: Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus 2004. Lizenzausgabe Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 2004.

Info → Heuschrecken

→ Mit dem Begriff „Heuschrecke“ bezeichnete Vizekanzler Franz Müntefering (SPD) 2004 erstmals Finanzinvestoren, die unter dem Verdacht stehen, mit ihrem Handeln einzig und allein das Ziel der Profitmaximierung zu verfolgen, weshalb in diesem Zusammenhang auch vom „Raubtierkapitalismus“ gesprochen wird. Dabei folgt das Vorgehen dieser Investoren einem immer ähnlichen Schema: Sie suchen sich die „Schmuckstücke“ einer Branche heraus und kaufen sich in diese ein. Unpassende oder unrentable Unternehmensteile werden geschlossen oder veräußert. Die übrigen Unternehmensteile werden so saniert, dass beim Wiederverkauf ein möglichst hoher Gewinn erzielt werden kann. Dieses radikale Vorgehen kostet meist viele Arbeitsplätze; es führt jedoch auch dazu, dass betroffene Firmen oftmals wieder konkurrenzfähig werden.

→ Nach: www.stern.de

Zu Aufgabe ■ 2a ■

Of ist Schülern gar nicht bewusst, von wie vielen Firmen, Aktiengesellschaften (AG), Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbH) und anderen Unternehmen sie täglich umgeben sind und dass hinter den Markennamen von Kleidung und Mobiltelefonen, aber auch hinter den vielen Dingen im Portemonnaie wie Bankkarte, Krankenversicherungskarte, Mitgliedsausweisen etc. Unternehmen und damit Menschen stehen. Die Schüler sollen ein Gespür für die verschiedenen Rechtsformen erhalten und dafür, dass Unternehmen keine abstrakten Gebilde darstellen. Vielleicht sind einige Schüler auch bereit, die Arbeitgeber ihrer Eltern zu verraten. In der Berufsschule sind sie selbst für verschiedene Arbeitgeber tätig.

Zu Aufgabe ■ 2b ■

In dieser Aufgabe sollen die Schüler die passenden Definitionen den Begriffen zuordnen.

Besitzer: Person mit der tatsächlichen Herrschaft über eine Sache, unabhängig von der rechtlichen Beziehung zu dieser Sache

Eigentümer: Person, die das absolute Besitz-, Verfügungs-, und Nutzungsrecht über eine bewegliche oder unbewegliche Sache hat

Vermögen: Gesamtheit des Eigentums einer Person

Aktiengesellschaft (AG): Eine Gesellschaft, bei der das Vermögen in Aktien zerlegt ist. Vertreter ist der Vorstand, kontrolliert vom Aufsichtsrat. Rechenschaftspflicht besteht gegenüber den Aktionären

Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH): juristische Person, die u.a. Eigentum erwerben und verkaufen kann. Vertreter ist der Geschäftsführer

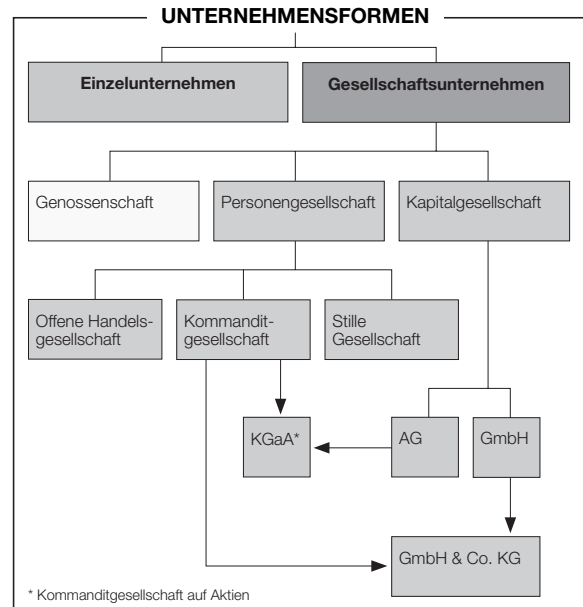
Aktionär (Shareholder): Besitzer einer Aktie und damit Miteigentümer des Vermögens einer Aktiengesellschaft

Zu Aufgabe ■ 3 ■

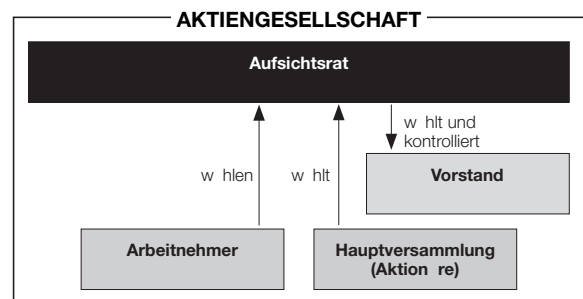
Nach den bisher eher abstrakten Aufgaben, die grundlegende Kenntnisse über Unternehmensformen und Eigentum vermittelt haben, stellt diese Aufgabe ein Bindeglied zum praktischen Unternehmensspiel in Aufgabe 4 dar. Die Schüler sollen hierbei erkennen, wie schwerwiegend das so genannte „Phänomen der sozialen Erwünschtheit“ für ethische Entscheidungsfindung ist. Dieses besagt, dass Menschen bestimmte Dinge äußern, weil sie genau wissen, dass diese Äußerung gesellschaftlich erwünscht ist (z.B. „ich stehe auf, wenn eine ältere Dame die volle S-Bahn betritt und biete ihr meinen Platz an“). In der Realität setzen sie die Äußerung aber nicht um (in unserem Beispiel: Diese Leute bleiben auf ihrem Platz sitzen). Die Aussagen von Unternehmen – und unser Verhalten als Konsumenten – unterliegen oftmals demselben Phänomen. Immerhin stellt der „Global Compact“ jedoch eine Norm dar, die anzustreben ist: Der „Compact“ fordert die Unternehmen auf, innerhalb ihres Einflussbereiches die zehn Prinzipien als Katalog von Grundwerten umzusetzen (siehe folgende Seite).

Info → Rechtsformen von Unternehmen

→ Unternehmen werden in zweierlei Rechtsformen eingeteilt: Einzelunternehmen und Gesellschaftsunternehmen.



→ Die Machtverhältnisse in einer AG kann man so darstellen:



→ Beide Grafiken aus: Das Lexikon der Wirtschaft, Schriftenreihe Band 414 der bpb, siehe Literaturhinweise hinten.

Info → Die Verantwortung des Kunden

Das Unternehmen neben ihren Geschäftspartnern (...) auch auf ihren Mitarbeiter, Umwelt, Politik und die Öffentlichkeit, also auf der Gesamtheit ihrer Stakeholder, angewiesen sind, zeigen berühmte Skandale der jüngeren Vergangenheit. Der Ölkonzern Shell wollte 1995 seine Ölplattform Brent Spar im Meer versenken. Letztlich erlitt aber vor allem das Image des Konzerns Schiffbruch – mit deutlichen Einnahmeverlusten als Folge. Heute tut sich der Ölkonzern in Sachen Umweltschutz besonders positiv hervor. (...)

Dabei stellt sich aber auch die Frage nach dem Verhalten der Kunden. Moral fordern kann man als Bürger leicht, auch wenn man sich als Konsument dann doch für das billigste Produkt entscheidet, ohne sich darüber Gedanken zu machen, auf welche Weise es eigentlich entstanden ist.

Deshalb (...) sei bei der Frage der Unternehmensethik immer auch die „Kundensouveränität“ gefragt.

→ www.e-fellows.net/show/detail.php/10277

Info → Global Compact

Im Januar 1999 rief der damalige UN-Generalsekretär Kofi Annan auf dem Wirtschaftsgipfel in Davos unter dem Namen „Global Compact“ eine Initiative zwischen den UN und der Privatwirtschaft ins Leben. Basierend auf zehn Prinzipien, die jedes Mitglied des Global Compact anerkennen muss, ist das Ziel dieser Allianz die Verbreitung und Einhaltung sozialer und ökologischer Standards. Darunter fallen etwa der Schutz der internationalen Menschenrechte oder die Förderung umweltverträglicher Verfahren. Da an der Initiative inzwischen weltweit mehr als 4.600 Unternehmen beteiligt sind, hat sie eine wichtige Symbolfunktion gegenüber Akteuren aus Politik und Wirtschaft.

→ Die 10 Prinzipien

Den inhaltlichen Kern des Global Compact bilden zehn Prinzipien, die sich aus verschiedenen internationalen Vereinbarungen ableiten.

→ Menschenrechte

Prinzip 1: Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte innerhalb ihres Einflussbereichs unterstützen und achten und

Prinzip 2: sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.

→ Arbeitsnormen

Prinzip 3: Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren sowie ferner für

Prinzip 4: die Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit,

Prinzip 5: die Abschaffung der Kinderarbeit und

Prinzip 6: die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung eintreten.

→ Umweltschutz

Prinzip 7: Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen einen vorsorgenden Ansatz unterstützen,

Prinzip 8: Initiativen ergreifen, um ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt zu erzeugen und

Prinzip 9: die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien fördern.

→ Korruptionsbekämpfung

Prinzip 10: Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.

→ www.bmz.de (Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung)

Fleck auf weißer Weste

Einschätzung des Korruptionsgrades

Rang		Punktwert
1	Finnland	9,6
1	Island	9,6
1	Neuseeland	9,6
4	Dänemark	9,5
5	Singapur	9,4
6	Schweden	9,2
7	Schweiz	9,1
8	Norwegen	8,8
9	Australien	8,7
9	Niederlande	8,7
11	Österreich	8,6
11	Luxemburg	8,6
11	Großbritannien	8,6
...		
16	Deutschland	8,0
...		
156	Bangladesch	2,0
156	Tschad	2,0
156	Dem. Rep. Kongo	2,0
156	Sudan	2,0
160	Guinea	1,9
160	Irak	1,9
160	Birma	1,9
163	Haiti	1,8



Quelle: Transparency International 2006

Zu Aufgabe ■ 4 ■

Diese Aufgabe beschreibt in einer stark vereinfachten Form Probleme eines fiktiven Unternehmens. Um ein effektives Arbeiten mit diesem Fallbeispiel zu gewährleisten, sollten Sie sich vergewissern, dass alle Schüler die Unternehmensstruktur verstanden haben und mit den Fachbegriffen vertraut sind:

→ Shareholder-Value

Der Shareholder-Value-Ansatz bezeichnet eine Geschäftspraxis des Managements, die sich in erster Linie am Interesse der Aktionäre (Shareholder) orientiert. Folglich ist das oberste Ziel die Maximierung des Unternehmenswerts bzw. die Auszahlung einer möglichst hohen Dividende. Andere Interessen, wie die der Angestellten, werden hingegen vernachlässigt.

→ bpb-Pocket Wirtschaft, siehe Literaturhinweise hinten

→ Stakeholder-Value

Als Stakeholder beziehungsweise Anspruchsberechtigter wird eine Person oder Gruppierung bezeichnet, die ihre berechtigten Interessen wahrnimmt. Das Prinzip der Stakeholder lässt sich als die Erweiterung des in der Betriebswirtschaft verbreiteten Shareholder Value-Ansatzes interpretieren. Im Gegensatz zum Shareholder-Value-Prinzip, das die Bedürfnisse und Erwartungen der Anteilseigner eines Unternehmens in den Mittelpunkt des Interesses stellt, versucht das Prinzip der Stakeholder das Unternehmen in seinem gesamten sozialökonomischen Kontext zu erfassen und die Bedürfnisse der unterschiedlichen Anspruchsgruppen in Einklang zu bringen. Als Stakeholder gelten dabei neben den Shareholdern (die Eigentümer), die Mitarbeiter (Anspruch auf Beschäftigung und Sicherheit), die Kunden (Anspruch auf Qualität und Zuverlässigkeit), die Lieferanten, die Kapitalmärkte (Kreditgeber) sowie der Staat (Anspruch auf Steuergelder, Umweltschutz), die Umwelt (Rohstofflieferant, Aufnahmemedium für Abfall) und die Öffentlichkeit (Parteien, Verbände, Medien, et cetera). Theorie und Praxis haben keine einheitliche Vorstellung, wer überhaupt als Stakeholder in Betracht zu ziehen ist. Ein mögliches Abgrenzungskriterium ist die ausschließliche Berücksichtigung von Anspruchsgruppen auf die Existenzfähigkeit des Unternehmens. Somit müssen mit Sicherheit Kapitalgeber, aber auch Kunden, Mitarbeiter und Lieferanten genannt werden. Allenfalls könnte auch der Staat genannt werden, welcher beispielsweise durch die Bereitstellung öffentlicher Güter wie zum Beispiel Gesundheit, Sicherheit und Rechtsstaatlichkeit und der Infrastruktur die wirtschaftliche Tätigkeit überhaupt ermöglicht. Je nach Ansicht ist auch die Wichtigkeit der verschiedenen Gruppen und somit die Ausrichtung des Unternehmens darauf umstritten. Gerade hierin liegt die Herausforderung für das Top-Management.

→ www.igmetall.de

Zu Aufgabe ■ 4a ■

Kurzgefasst:

- Als **Stakeholder** bezeichnet man alle Interessenvertreter, z.B. Naturschützer oder Anwohner (siehe auch Seite 5).
- Als **Shareholder** bezeichnet man die Aktionäre eines Unternehmens (siehe auch Seite 5).
- **Abgeordnete** (hier Stadträte) sind die gewählten Vertreter des Volkes. Bedenken Sie, dass die Mitarbeiter der Phantasie AG ebenso zu den Wählern gehören wie die Anwohner und Naturschützer.
- Der **Vorstand** ist das geschäftsführende Organ eines Unternehmens.
- Der **Aufsichtsrat** überwacht den Vorstand eines Unternehmens. Er kann Vorstände ernennen und abberufen.
- Die **Gewerkschaften** vertreten die (organisierten) Mitarbeiter eines Unternehmens. Sie setzen sich z.B. für Arbeitsplatzergänzung, höhere Löhne, bessere Arbeitsbedingungen, Mitbestimmung im Unternehmen usw. ein.
- **Journalisten**: Die Medien werden neben Exekutive, Legislative und Judikative oft als vierte Gewalt im Staat bezeichnet. Die Pressefreiheit ist in Art. 5 GG geregelt. Die Presse hat die Aufgabe der unabhängigen Berichterstattung, kann in Kommentaren aber auch Meinungen kritisieren oder unterstützen.

Zu Aufgabe ■ 4b ■

Nun teilt sich die Klasse in Kleingruppen auf, die je eine Interessengruppe des Fallbeispiels vertreten. Während der Argumentationssammlung der einzelnen Arbeitsgruppen steht der Lehrer den Schülern beratend zur Seite. Weitere Anregungen zu Argumenten siehe auch die folgenden Ereigniskarten und Aufgabe 5. Zum Austausch der Argumente ist es sinnvoll, wirklich eine Art Konferenztisch aufzubauen, an den sich je ein Vertreter der Interessengruppe setzt. Die übrigen Mitglieder setzen sich zur Unterstützung dahinter. Wahlweise kann der Lehrer nach einiger Zeit den Gruppenvertreter austauschen. Den Schülern wird beim Austausch der Argumente die Tragweite eines einzelnen Bauvorhabens bewusst. Es wird deutlich, dass sich einige Aspekte konträr gegenüberstehen und eine Einigung nicht einfach ist.

→ **Tipp:** Wieviel Einfluss hat der Konsument auf Unternehmensethik?
Fortgeführt werden kann die Diskussion um die Macht der Konsumenten mit der Ausgabe „Themenblätter im Unterricht Nr. 57: Nachhaltige Entwicklung“, worin u.a. die Entstehungsgeschichte einer Jeans thematisiert wird.

→ **Tipp:** Zur Ergänzung zum Thema Bürgerbeteiligung liegt vor:
„Themenblätter im Unterricht Nr. 66: Mitmischen.
Neue Partizipationsformen“.

Zu Aufgabe ■ 4c ■

Mit dem Einsatz der Ereigniskarten hat der Lehrer die Möglichkeit, gezielt neue Aspekte in die Diskussionsrunde einzubringen und eine Stagnation des Gesprächs zu verhindern. Natürlich steht es dem Lehrer frei, zusätzliche Ereignisse, je nach Diskussionsverlauf, einzubringen.

→ Die Ereigniskarten**Pressemitteilungen**

- Umweltschützer demonstrieren gegen Großprojekt der Phantasie AG
- Bestechungsvorwürfe im Rahmen der Auftragsvergabe „Neue Messe“ an die Phantasie AG
- Phantasie AG schafft zusätzliche Arbeitsplätze
- Anwohner fordern Lärmschutz bei Messegelände – Kostenexplosion befürchtet
- Aussterbende Fischreiherart auf Großbaustelle entdeckt

Börsenmeldungen

- Aktien der Phantasie AG steigen dank Großauftrag
- Aktien der Phantasie AG sinken wegen der Proteste gegen den Messebau

Diskussion im Vorstand der Phantasie AG

- Soll der Messebau an Sicherheitsstandards sparen, um Kosten zu senken?

Zu Aufgabe ■ 4d ■

Die Ergebnisfindung liegt in den Händen der Schüler. Sie entscheiden, um welche Form der Abstimmung es sich dabei handeln soll. Es ist sinnvoll, die Abstimmung mehrfach mit unterschiedlichen Schülergruppen durchführen zu lassen und die Ergebnisse zu vergleichen.

Zu Aufgabe ■ 5 ■

Zum Abschluss kann anhand der Zitate resümiert werden: Wie ethisch kann/muss ein Unternehmen handeln, wenn es wirtschaftlich wachsen und gedeihen will?

Die vollständigen Zitate finden Sie unter: www.faz.net, www.sneep.info, www.berlin.ihk24.de, www.bild.t-online.de.

4 Shareholder- und Stakeholder-Value: ein Fallbeispiel

Die **Phantasie AG**, eine große Baufirma, hat schon lange keine vollen Auftragsbücher mehr. Um so erfreuter ist das Unternehmen, als es den Auftrag erhält, für die Stadt Eigenhausen ein Millionenprojekt zu bauen. Mitten auf der „grünen Wiese“ am Stadtrand soll ein neues Messegebäude entstehen.

Die **bisherigen Eigentümer** der Felder, die Bauern, die hier Mais und Raps anbauten, hatten ihre Grundstücke zu sehr hohen Preisen an ein Konsortium aus Stadt, Baufirma und Sponsoren verkaufen können.

Dem gegenüber stehen die Interessen sogenannter **Stakeholder**: Umweltschützer wehren sich massiv gegen die Baumaßnahmen: durch die Zersiedelung und den Straßenbau würden die Natur zerstört, Tiere und Pflanzen vertrieben, Artenvielfalt gefährdet.

Die **Stadträte** sind uneinig, schließlich existiert in Eigenhausen noch ein altes (zu kleines) Messegelände. Was soll mit diesem geschehen? Andererseits wären höhere Gewerbesteuererinnahmen dringend notwendig.

Ebenso sorgen sich die **Anwohner** um ihre Ruhe bei jahrelangen Bauarbeiten und befürchten Straßelärm von hunderttausenden Messebesuchern.

Für die Phantasie AG, die ja auch im Konsortium vertreten ist, würde eine Verhinderung des Projekts den Abbau von Arbeitsplätzen, vielleicht sogar Insolvenz bedeuten. Die **Sponsoren** würden sich aus dem Projekt zurückziehen. Die Aktien der Phantasie AG würden vermutlich fallen, der

Vorstand müsste zurücktreten. Viele **Aktionäre**, die Shareholder, würden ihr Geld verlieren.

Natürlich ist auch die **Presse** sehr interessiert an dem Fall und bestimmt in gewisser Weise die öffentliche Meinung durch ihre Berichterstattung.

- Klären Sie alle unbekanntenen Begriffe.
- Besprechen Sie die Struktur des Unternehmens und
- beschreiben Sie die Rollen und Interessenlagen der handelnden Personen und Institutionen.
- Erstellen Sie zunächst eine Wandzeitung mit den Pro- und Kontra-Positionen und
- stimmen Sie dann ab, ob das Millionenprojekt gebaut werden soll oder nicht.



Karikatur: Thomas Pfaffmann / Baaske-Cartoons

5 Zum Abschluss: Ihre Einschätzung

Entscheiden Sie sich: Wählen Sie aus der Sammlung

- ein Zitat, das Ihre Meinung trifft und
- ein Zitat, dem sie ganz und gar nicht zustimmen können.

Begründen Sie anschließend gegenüber Ihren Mitschülern Ihre Auswahl.

A „Markt und Moral gehören zusammen.“

Bischof Wolfgang Huber, Ratsvorsitzender der EKD, Vortrag IHK Berlin

B „Wir können Zehntausende von Stellen in Deutschland nur dann langfristig sichern, wenn wir Arbeitszeiten und Löhne konsequent am Markt ausrichten. Damit könnten wir ein Vorbild für Deutschland schaffen. Gehen wir nicht die hohen Löhne und Arbeitskosten an, sind die Jobs in Deutschland weg – nicht nur bei der Telekom.“
Kai-Uwe Ricke, Telekom-Chef

C „Das höchste Ziel des Kapitals ist nicht, Geld zu verdienen, sondern der Einsatz von Geld zur Verbesserung des Lebens.“

Henry Ford (1863–1947), amerikanischer Autohersteller

D „Wirtschaftliches Handeln ist kein Selbstzweck, d.h. es darf nicht willkürlich sein, sondern soll der Gesellschaft dienen.“

Andreas Scherer, Universität Zürich

E „Wenn man wirtschaftlicher arbeiten kann, steigt der Gewinn. [...] Aber das Ganze ist kein Selbstzweck, sondern es ist Voraussetzung dafür, dass eine große Zahl von Arbeitsplätzen gesichert wird.“
Josef Ackermann, Vorsitzender der Deutschen Bank AG

F „Wer Firmen Ethik verordnen will, käme wahrscheinlich auch auf die Idee, Heuschreckenschwärmen das Fressen zu verbieten. Ethik ist in der Wirtschaft so nützlich wie ein Skilift in Ostfriesland.“

Per Hinrichs/UniSpiegel (3/2005)



Weiterführende Hinweise

Schriften und Materialien der Bundeszentrale für politische Bildung

siehe auch: → www.bpb.de

Schriftenreihe

- Band 414: Das Lexikon der Wirtschaft, Lizenzausgabe des Bibliografischen Instituts & F.A. Brockhaus für die bpb, Bonn 2004

Informationen zur politischen Bildung

- Nr. 293: Unternehmen und Produktion, Bonn 2007, Bestell-Nr. 4.293
- Nr. 294: Staat und Wirtschaft, Bestell-Nr. 4.294

Das Parlament

- Nr. 01-02/2007: Themenheft Ethik in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft

Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ)

- B 33-34/2000: „Globalisierung“ – eine wirtschaftsethische Reflexion
- B 05/2003: Wirtschaftsethik der Globalität

Video-Interviews

- Loyalität: Auf beiden Seiten, Bonn 2004

Weitere Literatur

- Steinmann, Horst/Löhr, Albert: Grundlagen der Unternehmensethik, Poeschel Verlag, Stuttgart, 1992 (vergriffen)
- Ullrich, Peter: Zivilisierte Marktwirtschaft – eine wirtschaftsethische Orientierung, Herder Verlag, Freiburg 2005
- v. Pierer, Heinrich/Homann, Karl u.a.: Zwischen Profit und Moral – Für eine menschliche Wirtschaft, Hanser Verlag, München 2003
- Wieland, Josef: Die Ethik der Governance, Metropolis 2005
- Göbel, Elisabeth: Unternehmensethik. Philosophische Grundlagen und praktische Umsetzung, Lucius & Lucius, Stuttgart 2006

- Kreikebaum, Hartmut: Grundlagen der Unternehmensethik. UTB/Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 1996

- Küpper, Hans-Ulrich: Unternehmensethik. Hintergründe, Konzepte und Anwendungsbereich, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2006

- Kuhlen, Beatrix: Corporate Social Responsibility (CSR). Die ethische Verantwortung von Unternehmen für Ökologie, Ökonomie und Soziales. Entwicklung, Initiativen, Berichterstattung, Bewertung, Deutscher Wissenschafts-Verlag, Baden-Baden 2005

- Waibl, Elmar: Angewandte Wirtschaftsethik, Facultas Universitätsverlag, Wien 2005

Internetadressen

- Informations- und Kommunikationsplattform für den Bereich der Wirtschaftsethik

→ www.wirtschaftsethik.ch

- Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik

→ www.dnwe.de

- Deutscher Server Wirtschaftsethik

→ <http://dsw.uni-marburg.de>

- Industrie und Handelskammer Frankfurt

→ www.frankfurt-main.ihk.de

- Info-Portal vom Netz Corporate Social Responsibility

→ <http://csr-news.net>

- Info-Portal der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände und des Bundesverbandes der Deutschen Industrie

→ www.csrgermany.de

- Studentisches Netzwerk für Wirtschafts- und Unternehmensethik

→ www.sneep.info (mit einer ständig aktualisierten Linkliste)

- Fairness-Stiftung

→ www.fairness-stiftung.de (viele Fallbeispiele und umfangreiche Materialien)

Bestellcoupon

Themenblätter im Unterricht, Herbst 2007

Bestell-Nr. 5.958 _____ Nr. 65: Europa der 27

Bestell-Nr. 5.958 _____ Nr. 66: Mitmischen:
Neue Partizipationsformen

Bestell-Nr. 5.960 _____ Nr. 67: Inländisch, ausländisch,
deutschländisch

Bestell-Nr. 5.961 _____ Nr. 68: Unternehmensethik.
Eigentum verpflichtet

Alle Themenblätter im Unterricht sind auch im Internet abrufbar

(Kopiervorlagen, auch in Schwarz-Weiß) unter:

→ www.bpb.de > Publikationen > Themenblätter

Informationen zur politischen Bildung

Bestell-Nr. 4.293 _____ Nr. 293: Unternehmen und Produktion

Bestell-Nr. 4.294 _____ Nr. 294: Staat und Wirtschaft

Thema im Unterricht extra

Bestell-Nr. 5.399 _____ „Was heißt hier Demokratie?“
32 farbige Arbeitsblätter

Bestell-Nr. 5.317 _____ Grundgesetz für Einsteiger
und Fortgeschrittene (neu 2007)

pocket

Bestell-Nr. 2.552 _____ pocket wirtschaft (neu 2006)
(1,00 Euro pro Exemplar)

BESTELLUNG: → www.bpb.de

Fax: (02 28) 99 515 113 (z.Hd. Herrn Dreike)

Schlagwortregister der Themenblätter im Unterricht

Alle bisher erschienen Themenblätter im Unterricht unter:
www.bpb.de > *Publikationen* > *Themenblätter im Unterricht*

Afrika Nr. 41
Aktien Nr. 27, 68
Aktiengesellschaft Nr. 27, 68
Antidiskriminierungsgesetz Nr. 59
Antisemitismus Nr. 14, 56
Arbeit Nr. 18, 30, 42, 59, 62
Arbeitslosigkeit Nr. 30, 42, 62
Arbeitsmarkt Nr. 18, 30
Architektur Nr. 55
Armut Nr. 28, 41, 44, 57, 62
Ausbildung Nr. 30, 59
Ausländer Nr. 6, 25, 31, 43, 59

Bevölkerungsentwicklung Nr. 26
Behinderte Nr. 59
Berufswahl Nr. 18
Bildung Nr. 22, 43, 44, 62
Bioethik Nr. 1
Börse Nr. 27
Bürgerbeteiligung Nr. 66
Bürokratieabbau Nr. 60
Bundestag Nr. 3, 20, 23
Bundesländer Nr. 11

Christentum Nr. 17, 58

Demographie Nr. 26, 31
Demokratie Nr. 4, 20, 23, 24, 36, 38, 39, 48, 50, 54
Demonstration Nr. 24
Denkmalschutz Nr. 55
Deutsche Demokratische Republik Nr. 24
Diskriminierung Nr. 16, 59

Eigentum Nr. 68
Einkommen Nr. 40
Emanzipation Nr. 19, 21, 59
Embryonalforschung Nr. 1
Energie Nr. 2, 57, 60
Entwicklungspolitik Nr. 41
Ernährung Nr. 5, 41
Erziehung Nr. 32
Ethik Nr. 68
EU-Institutionen Nr. 10
EU-Erweiterung Nr. 34, 47, 60, 65
Europäische Union Nr. 10, 34, 46, 47, 60, 65
EU-Verfassung Nr. 10, 46, 60

Familie Nr. 19, 21, 32
Fernsehen Nr. 9
Finanzen Nr. 11, 35, 51
Finanzpolitik Nr. 42
Föderalismus Nr. 3, 11
Folter Nr. 45
Frauen-Rollen Nr. 19
Freiheit Nr. 13, 40, 50
Fundamentalismus Nr. 13, 17
Fußball Nr. 49

Generationenvertrag Nr. 26
Gesetzgebung Nr. 3, 4, 20
Gesundheit Nr. 1, 5, 44, 51, 52
Gesundheitspolitik Nr. 51
Gewalt Nr. 7, 12, 13, 16, 17, 49, 56
Gewaltenteilung Nr. 4, 63
Gleichberechtigung Nr. 19, 59
Globalisierung Nr. 6, 25, 28, 31
Grundgesetz Nr. 3, 4, 45, 46
Grundrechte Nr. 4, 50

Haushaltsdefizit Nr. 35
Heimat Nr. 25
Hitler-Attentat Nr. 37
Holocaust Nr. 14, 56

Identität Nr. 6, 29, 67
Industrieländer Nr. 28
Integration Nr. 6, 31, 34, 43, 47
Internationale Beziehungen Nr. 15, 28, 36, 41, 46, 47, 60, 61
Internet Nr. 7, 33
Islam Nr. 13, 17, 43, 47, 58, 61
Israel Nr. 56, 61

Juden Nr. 56, 61
Jugend Nr. 21, 38

Karriere Nr. 18, 19
Koalition Nr. 23
Kommunalpolitik Nr. 66
Kommunikation Nr. 48
Kommunismus Nr. 24
Konfliktregelung Nr. 12
Konjunktur Nr. 29, 42
Kopftuch Nr. 6, 43, 59
Krankenversicherung Nr. 51
Kultur Nr. 9, 55, 58

Länderfinanzausgleich Nr. 11
Landwirtschaft Nr. 5, 34
Leitkultur Nr. 6, 67
Libanon Nr. 61
Lobbyismus Nr. 62, 64

Medien Nr. 9, 20, 48, 63
Medizin Nr. 51
Meinungsfreiheit Nr. 50
Menschenwürde Nr.1
Menschenrechte Nr. 45, 50, 52
Migration Nr. 6, 25, 31, 43, 67
Militärische Interventionen Nr. 12
Mobbing Nr. 15
Multikulturalismus Nr. 31, 67
Musik Nr. 9
Muslime Nr. 13, 17, 43, 47, 58, 61

Nachhaltige Entwicklung Nr. 57
Nahostkonflikt Nr. 17, 61
Nationale Symbole Nr. 29
Nationalsozialismus Nr. 14, 37, 56
New Economy Nr. 7
Nothilfe Nr. 8

Ökologie Nr. 2, 5, 28, 52, 57
Ökosteuer Nr. 2
Olympische Spiele Nr. 49
Osterweiterung Nr. 34, 47, 60, 65

Parallelgesellschaft Nr. 43
Parlament Nr. 3, 20, 23
Parteien Nr. 4, 23, 48
Partizipation Nr. 38, 39, 66
Plebiszite Nr. 39, 47, 54, 66
Politikverdrossenheit Nr. 39
Präsidentschaft Nr. 36, 60
Prekariat Nr. 62
Privilegierte Partnerschaft Nr. 47
Psychoterror Nr. 16

Rechtsstaat Nr. 13, 45
Regierung Nr. 23
Regierungslehre Nr. 36
Religion Nr. 17, 56, 58
Rente Nr. 2

Schule Nr. 22, 40
Schuluniform Nr. 40
Sexuelle Belästigung Nr. 16
Sicherheit Nr. 12, 33
Soziale Gerechtigkeit Nr. 40, 44
Sozialistische Einheitspartei Deutschlands Nr. 24
Sozialstaat Nr. 26, 44
Sport Nr. 49
Staatsverschuldung Nr. 35
Steuern Nr. 2, 11, 35
Streitkultur Nr. 48

Terrorismus Nr. 12, 13, 45
Terrorismusbekämpfung Nr. 13, 45
Tierhaltung Nr. 5
Türkei Nr. 47

Unternehmensfinanzierung Nr. 27, 68
Umwelt Nr. 2, 5, 28, 52, 57
Unterschicht Nr. 62
Urheberrecht Nr. 7
USA Nr. 36

Verbraucherschutz Nr. 5
Vereinigte Staaten von Amerika Nr. 36
Verfassung Nr. 3, 4, 46
Verschuldung Nr. 35
Vorurteile Nr. 56, 67

Wahlen Nr. 9, 20, 23, 36
Wasser Nr. 52
Wehrdienst Nr. 53
Wehrgerechtigkeit Nr. 53
Wehrpflicht Nr. 53
Widerstand Nr. 37
Wiederaufbau Nr. 55
Wirtschaft Nr. 7, 27, 28, 30, 33, 34, 59, 68
Wirtschaftswachstum Nr. 42, 57

Zivilcourage Nr. 8
Zivildienst Nr. 53
Zivile Konfliktbearbeitung Nr. 12
Zuwanderung Nr. 26, 31, 34, 67

Versandbedingungen: Im Inland bis 1 kg kostenlos und portofrei.
 1–20 kg Versandbeitrag von 4,60 EUR per Überweisung nach Erhalt
 (Stand: 1.10.2007)

bpb-Vertrieb DVG
 Postfach 1148
 53333 Meckenheim

Lieferanschrift

Schule Privat

Vorname:

Name:

Klasse / Kurs:

Schule:

Straße:

PLZ / Ort: