

**Schweizerisches
Institut für
Auslandforschung**

Moral und Moralismus in Politik und Wirtschaft

Herausgeber: Dieter Ruloff

**Beiträge von: Hansjörg Elshorst
Peter Glotz
Karl Homann
Otto Graf Lambsdorff
Ruth Metzler-Arnold
Henning Schulte-Noelle
Lothar Späth**

Verlag Rüegger



INHALT

Prof. Dr. Dieter Ruloff

Universität Zürich und Delegierter des Schweizerischen Instituts
für Auslandforschung

Einleitung: Politik und Wirtschaft zwischen moralischen
Geboten und moralistischen Versuchungen 9

Dr. Hansjörg Elshorst

Managing Director, Transparency International, Berlin

Erst das Interesse, dann die Moral? 21

Prof. Dr. Peter Glotz

Direktor des Instituts für Medien und Kommunikationsmanagement,
Universität St. Gallen

Wie verkauft sich Moral? 39

Dr. Dr. h.c. Otto Graf Lambsdorff

Bundeswirtschaftsminister a.D., Bonn

Moralische Verantwortung der Sozialen Marktwirtschaft 51

Dr. Lothar Späth

Ministerpräsident a.D., Vorsitzender des Vorstands der Jenaoptik AG, Jena

Wie moralisch muss Politik und wie moralisch
kann Wirtschaft sein? 67

Prof. Dr. Dr. Karl Homann

Lehrstuhl für Wirtschaftsethik, Ludwig-Maximilian-Universität,
München

Wirtschaftsethik: Dient die Moral dem eigenen Vorteil? 81

Bundesrätin Ruth Metzler-Arnold

Vorsteherin des Eidg. Justiz- und Polizeidepartements (EJPD), Bern

Die Bekämpfung der internationalen Kriminalität –

international, flexibel, vernetzt 101

Dr. jur. Henning Schulte-Noelle

Vorsitzender des Vorstands der Allianz Aktiengesellschaft, München

Ethik in der Unternehmensführung 117

Sozialwissenschaftliche Studien des SIAF 137