
Inhalt

Vorwort 1

I Märkte und Moral

Irina Kummert
Absicherungsstrategien und Scheinsicherheit:
Die Kontextualität von Moral und Regulierung
unter besonderer Berücksichtigung des Kapitalmarktes 7

Philipp Aerni
Welche Ethik braucht es für die Durchsetzung
der UNO-Nachhaltigkeitsziele? Globale Unternehmensverantwortung
im Spannungsfeld von Regulierung und Innovation 25

Yvonne Thorhauer
Kollektive Verantwortung im Ethischen Naturalismus 45

II Philosophische Ethik und Märkte-Moral

Dieter Thomä
Kooperation in der Krise. Von der Habitualisierung
der Lüge zur Organisation der Synergie 65

Klaus-Jürgen Grün

Das Gute möge nützlich sein – Wirtschaftsethik als Warnung
vor der Moral 73

Johannes Schwarze

Metaethische Grundannahmen eines philosophischen Naturalismus . . . 107

III Zur Psychologie des Marktes

Paul Slovic

Die Ethik des Präferenz-Managements: Risiko, Werte
und Entscheidungen 127

Ralph Hertwig

Ethik und Heuristiken: Eine komplexe Beziehung 139

Moritz Leuenberger

Gute Lügen, böse Moral und beliebiges Gewissen 153

IV Voten aus den Unternehmen zur Frage der Nachhaltigkeit

Thomas Forwe

Nachhaltigkeit als Metapher des Guten? Das Gute der Nachhaltigkeit . . . 167

Stefan Fomm

Nachhaltigkeit – Anspruch und Wirklichkeit eines Trend-Begriffs 187

Katharina Serafimova

Jenseits der Nachhaltigkeit 205

Autorenverzeichnis 209

Schwierigkeiten mit der Moral

Ein Plädoyer für eine neue Wirtschaftsethik

Aerni, P.; Grün, K.-J.; Kummert, I. (Hrsg.)

2016, VI, 210 S. 3 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-10281-4