

Ethik und Menschenwürde im Zeitalter von Amazon, Facebook und Google.



FHWS Science Journal: Plädoyers für ein gerechteres internationales Wirtschaftssystem: Der Fokus der vier Beiträge richtet sich auf die "Kommunikation, Ethik, Wirtschaft - Werte bilden"

Die aktuelle Ausgabe des Magazins "FHWS Science Journal" der Hochschule Würzburg-Schweinfurt beschäftigt sich mit vier Beiträgen auf 65 Seiten mit dem Thema "Kommunikation, Ethik, Wirtschaft - Werte bilden". Die Herausgeber, Dr. Christian A. Bauer (Fakultät Gestaltung) und Professor Dr. Harald Bolsinger (Fakultät Wirtschaftswissenschaften), empfehlen darin ein Nachdenken zu einem Zeitpunkt, an dem sich "Gesellschaften stark verändern und Werteordnungen an Dynamik gewinnen": "Eine Brücke zwischen Kommunikation - Ethik - Wirtschaft schaffen die normativen Ordnungsvorstellungen und der damit einhergehende, in Deutschland verantwortungsbewusst freiheitlich geprägte Ordnungsrahmen." Die eigene Orientierung erfordere Kenntnisse der normativen Grundlagen der Gesellschafts- und Wirtschaftsordnungen sowie die Kommunikationsfähigkeit innerhalb dieses Wertesystems jenseits reduktionistischer Größen, z.B. pekuniärem Gewinn. Ziel der Beiträge des Science Journals sei es, die Werteverwirklichung in den Bereich des Möglichen zu rücken, bei der eine entsprechende Sprachfähigkeit und Sichtbarkeit nötig sei: "Diese Sprachfähigkeit und Sichtbarkeit erscheint uns neben weiteren Kompetenzen als essenzieller Mindestinhalt hochwertiger Bildung." Das Ziel: "Schritt zu halten bei der Verwirklichung von Verantwortung im Horizont der Informations- und Kommunikationstechnologien" und das Risiko: "Wenn es uns nicht gelingt, in der Breite für eine Bildung zu sorgen, in der die Reflexion auf Normen und Werte selbstverständlich ist, dann gehen uns sukzessive die kognitiven wie emotionalen Voraussetzungen für ein Leben in Freiheit und Gleichheit verloren."

Zum Inhalt:

Der erste Artikel "The Value of Constitutional Values: The Relation between Norms and values with special regard to Elements of the Bavarian and the Indian Constitution" ("Der Wert von Verfassungswerten: Die Beziehung zwischen Normen und Werten mit besonderer Hinsicht auf Elemente der bayerischen und der indischen Verfassung" von Dr. phil. Christian A. Bauer und Professor Dr.

Harald J. Bolsinger ruft dazu auf, im Zuge der Internationalisierung und Digitalisierung der Lehre die Idee freiheitlicher Demokratie zu propagieren, die Gemeinschaft, Gleichberechtigung und Freiheit in Verantwortung ermögliche. Werte blieben ungeübte Tugenden, solange die Arbeit nicht auch an sich selbst initiiert und damit auch die Überprüfung der eigenen Leitprinzipien nicht wirksam werde. Die Ethik der Wirtschaft und Kommunikation müsse die faktischen Grenzen der Verwirklichung der Menschenwürde auf der Basis positiver Rechtsordnungen ausloten.

Der zweite Beitrag "Datensouveränität und Vertrauen; Der 'Amazon-Fall'" von Dr. jur. Christian Szidzek sowie Professor Dr. Harald J. Bolsinger beleuchtet die "Marginalisierung der Menschenwürde" am Beispiel eines Online-Versandhandels, die für den Kunden in einer kafkaesk anmutenden "Tiefenstruktur des Cyberspace" mündet mit einer "Reduktion des Menschen auf sein Ertragspotenzial für die Wirtschaft". Licht am Ende des Tunnels biete die neue europäische Datenschutzgrundverordnung, die zur Wiedergewinnung von verloren gegangenen Vertrauen in den digitalisierten europäischen Binnenmarkt beitragen könne.

Im dritten Beitrag von Dr. Christian A. Bauer, "Die Designwirtschaft in wirtschaftsethischer Perspektive: Befähigung zu gerechten internationalen Beziehungen durch Kommunikations- und Informationsdesign", geht der Autor auf die Kultur- und Kreativwirtschaft ein, die "nicht nur eine ökonomische, sondern auch eine soziale und ethische Bedeutung" habe. Auf der einen Seite seien per Grundgesetz Kunst, Wissenschaft, Forschung und Lehre frei, auf der anderen Seite gäbe es den Begriff der "Kulturindustrie". Das der Kulturindustrie zu Grunde liegende Menschenbild sei das eines "formbaren Individuums, das nach den neuesten Erkenntnissen der Verhaltens- und Massenpsychologie" so zu bearbeiten sei, dass es sich je nach Marktlage individuell angesprochen fühle. Demokratische Zustimmungsfähigkeit werde durch Verkaufserfolg ersetzt, wenig begüterte Menschen aus dem Abstimmungsprozess ausgeschlossen: "Ausschließlich marktstrategisch eingesetzt, wie in weiten Teilen der Werbung, der PR und des Marketings üblich, ist Design ein Modus, Konflikte um Ressourcen und Lebenschancen anzuzünden, ohne einen erkennbaren Nutzen für die Gesamtgesellschaft zu erzeugen", so Bauer weiter. Schalteten sich Gestalter und Designer in die Entwicklung einer ökonomisch globalisierten Weltgesellschaft ein, hätten sie sich mit veränderten kulturellen Leitdiskursen auseinanderzusetzen, hinter denen die Erfahrungen des interkulturellen Austauschs sowie Konfliktmanagements stünden. Sein Fazit und Appell: "Eine Internationalisierung der Hochschulen ohne eine Ausrichtung auf Handlungsmaximen, die einem Zuwachs an Gerechtigkeit bzw. einer Minimierung von Ungerechtigkeit dienen, bliebe hinter ihren eigenen Möglichkeiten zurück."

In "Room for Ethics in Business following the German Roots of Social Market Economy" ("Raum für Ethik in der Wirtschaft, folgend den deutschen Wurzeln der Sozialen Marktwirtschaft") der Professoren Dr. Emin Akcaoglu, Dr. Harald J. Bolsinger und Dr. Rainer Wehner, stellen diese die grundsätzliche Frage, welche die Gründe seien, warum sich einige Unternehmen besser entwickeln als andere, welcher Ansatz der richtige sei für eine höhere Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit. Die Steigerung der "Wohlstandsmaximierung der Aktionäre" des Konzeptes eines angloamerikanischen Aktienmarkt-basierten Wirtschaftssystems habe als Konsequenz einer weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise zu einer Rezession geführt mit großen ökologischen und sozialen Problemen. Ökonomen plädierten für einen Paradigmenwechsel in Richtung Fairness, Ethik, soziale und ökologische Verantwortung und Nachhaltigkeit im Wirtschaftssystem, wie es das deutsche Modell der sozialen Marktwirtschaft mit einem erfolgreichen Mittelstand aufzeige. Eine entscheidende Rolle in diesem System, so die Autoren, komme dem Staat zu, der nach zwei verlorenen Weltkriegen keine Kopie anderer Wirtschaftssysteme übernahm, sondern ein offenes, wertorientiertes, legales Geschäftsumfeld schuf ohne Grenzen, Korruption und mit einer zuverlässigen Verwaltung für jeden Marktteilnehmer - unabhängig von seiner wirtschaftlichen Macht.

Download des FHWS Science_Journals