

ZEIT RECEPTION DAVOS 2018

Values Under Pressure: The Role of Ethics in Business



Cornelius Brandi, Executive Chairman der internationalen Anwaltskanzlei CMS, warnte davor, den Vertrauensverlust in Unternehmen auf die leichte Schulter zu nehmen. Berichte über Betrug oder Bestechung würden das Ansehen der Wirtschaft insgesamt beschädigen.



Wie umgehen mit alternativen Fakten? Darüber diskutierten (v.l.n.r.) die Chefredakteure Martin Baron (Washington Post) und Zanny Minton Beddoes (Economist) mit dem Juristen Dan Tench (CMS), der Oxford-Forscherin Lisa-Maria Neudert und ZEIT-ONLINE-Chefredakteur Jochen Wegner.



Ein Manager, der gewaltige Umbrüche für die Wirtschaft prophezeit: Siemens-Chef Joe Kaeser (rechts) erläuterte Uwe Jean Heuser (DIE ZEIT), warum die Qualifikation von Mitarbeitern für die Anforderungen von Industrie 4.0 für ihn so wichtig ist.

»Geld verdienen, um den Schwachen zu helfen«

Wenn die Werte unter Druck geraten: Welche Rolle spielt Ethik heute in der Wirtschaft?

Cornelius Brandi kam direkt zum Punkt: Sei es Betrug oder Bestechung – kaum ein Tag vergehe, an dem keine Berichte über Korruption in Unternehmen an die Öffentlichkeit kämen. Brandi, Executive Chairman der internationalen Anwaltskanzlei CMS, warnte: Das Vertrauen in die Wirtschaft werde so untergraben. Und als sei das noch nicht genug: Dazu kämen »alternative Fakten« und falsche Berichterstattung. Nicht nur Unternehmen, auch seriöse Medien sowie Facebook und Co. litten unter einem Vertrauensverlust. »Damit müssen wir uns alle befassen«, forderte Brandi. So spannte der Jurist den inhaltlichen Bogen für einen Davos-Empfang der besonderen Art: Ge-

meinsam mit CMS empfing DIE ZEIT am Rande des Weltwirtschaftsforums ausgewählte Gäste aus Wirtschaft und Politik zu einer Diskussion über die Rolle der Ethik in einer Wirtschaftswelt, deren Werte unter Druck geraten.

Wie massiv »Fake News« heute die Inhalte prägen, auf deren Grundlage Bürger Meinungen bilden und Wahlen entscheiden, demonstrierte die Oxford-Forscherin

Propaganda nimmt zu – aber auch Interesse an seriösen Medien

Lisa-Maria Neudert, die zu politischer Kommunikation im medialen Ökosystem forscht. Allein auf Facebook hätten im Umfeld der US-Präsidentenwahl 126 Millionen Amerikaner russische Propaganda zu Gesicht bekommen. In

den USA komme auf jede seriöse Meldung, die in Sozialen Medien geteilt wird, eine Meldung, die falsch, absichtsvoll irreführend oder schlicht Propaganda sei. »Die Situation ist sehr ernst.«

Doch während die falschen Nachrichten stetig zunehmen, gelingt – scheinbar paradox – auch den seriösen Medien ein erstaunliches Comeback. Die Washington Post zum Beispiel »wachsen sehr schön«, freute sich Chefredakteur Martin Baron in einer von ZEIT-ONLINE-Chefredakteur Jochen Wegner moderierten Diskussionsrunde. Der Grund laut Baron: Zwar seien in den USA viele Republikaner nicht mehr als Leser zu gewinnen, unter den Demokraten steige dagegen das Vertrauen, sodass sich insgesamt mehr Amerikaner auf Medien wie die Washington Post oder die New York Times verlassen würden.

»Ein bestimmter Teil der Bevölkerung will, dass wir unsere Arbeit machen.« Und vielen Amerikanern sei heute bewusst: »Ohne finanzielle Unterstützung durch die Leser wird es keine Qualitätsmedien geben.«

Die Chefredakteure der Washington Post und des britischen Economist machten deutlich, wie auf-

»Unser Ruf fußt auf dem Vertrauen unserer Leser«

wendig Artikel in ihren Häusern gegengelesen, Fakten geprüft und – falls nötig – auch an prominenter Stelle korrigiert würden. »Unser Ruf, und damit auch unser Geschäftsmodell, fußt auf dem Vertrauen unserer Leser«, sagte die Economist-Chefredakteurin Zanny Minton Beddoes. Die Journalistin warnte davor, gleich das Ende der

Demokratien auszurufen, nur weil es etwas Zeit brauche, das Problem mit Fake News in den Griff zu bekommen: »Das ist mir zu pessimistisch.«

Alternative Fakten und der Aufstieg von Populisten gehören zu den Herausforderungen, die Siemens-Chef Joe Kaeser auch beschäftigen – aber nur als zwei von vielen. Der Spitzenmanager steht in der Kritik, weil Siemens trotz insgesamt starker Ergebnisse in der Kraftwerkssparte wegen Nachfrageschwäche und Preisverfall rund 6.900 Arbeitsplätze abbauen will, davon etwa die Hälfte in Deutschland. Vor allem der Standort Görlitz ist betroffen. Kaeser verteidigte die Pläne als notwendigen Umbau, um Siemens'

wirtschaftliche Kraft zu erhalten. »Man muss stark sein und Geld verdienen, um den Schwachen zu helfen.« Auch für die Mitarbeiter in Ostdeutschland werde sich ein Weg finden: »Wir werden Görlitz nicht fallenlassen.«

Für Kaeser ist der Umbau bei Siemens eine Art Testlauf für die Umbrüche, die durch die sogenannte vierte industrielle Revolution in vielen Branchen anstehen. Der Wandel werde nicht schmerzlos geschehen. Millionen würden ihre Jobs verlieren, in der Summe würden aber mehr entstehen – auch bei Siemens. Im vergangenen Jahr hat der Traditionskonzern nach den Worten Kaesers weltweit 35.000 Menschen eingestellt.

Eine Veranstaltung von:

CONVENT  .de
EIN UNTERNEHMEN DER ZEIT VERLAGSGRUPPE

In Zusammenarbeit mit:

C/M/S'
Law . Tax