

- 1 2 3 4 Ich kann die Ebenen der Wirtschaftsethik beschreiben und deren Inhalte auf mein Lebensumfeld übertragen. **A.4 A.5 C.2 C.4**
- 1 2 3 4 Ich kann die Definitionen der Wirtschaftsethik klar zuordnen, die Problemfelder der Unternehmens- und Konsumethik erörtern und interpretieren. **A.5 C.2 C.3 C.5**
- 1 2 3 4 Ich kenne die Richtlinien des fairen Handels, kann sie mit sozialen und ökologischen Werten versehen und mein persönliches Konsumverhalten bewerten. **A.7 B.1 C.3 C.5 C.7**

1 = zur Gänze erreicht

2 = weitgehend erreicht

3 = ansatzweise erreicht

4 = nicht erreicht

Die Wirtschaftsethik beschäftigt sich mit der moralischen Bewertung von Wirtschaftssystemen. Sie geht der Frage nach, welche moralischen Normen und Ideale in der Wirtschaft und in der Gesellschaft gelten. Die Wirtschaftsethik bezieht ihre Rechtfertigung daraus, dass manche Folgen ökonomischen Handelns unübersehbar sind.

Im System der Marktwirtschaft stehen dem Wettbewerbsgedanken mit seiner Gewinnorientierung ethische Überlegungen oft entgegen. Um den scheinbaren Widerspruch aufzulösen, müssen Moral und Wettbewerb entkoppelt und unabhängig voneinander aus verschiedenen Perspektiven betrachtet werden. Die Spielregeln des Wettbewerbs sind nicht unveränderbar, sondern können auch umgestaltet werden, wenn sich ein politischer Konsens finden lässt.

Die Wirtschaftsethik kann in drei Ebenen gegliedert werden: Ordnungs-, Unternehmens- und Individualethik. Am besten lassen sich diese drei Ebenen als ineinandergefügte Kreise darstellen (Abb. 1.39). Alle drei Bereiche sind durch Unternehmenskodizes sowie staatliche Rahmenbedingungen definiert.



Abb. 1.38 Spannungsfeld Ethik und Wirtschaft

1.5.1 EBENEN DER WIRTSCHAFTS- BZW. PROZESSETHIK

Die erste Ebene, die **Ordnungsethik**, befasst sich mit einer gerechten Wirtschaftsordnung. Auf dieser Ebene können Fragen nach der moralischen Rechtfertigung marktwirtschaftlicher Wirtschaftssysteme, Fragen der Wirtschaftsordnungspolitik oder des Umweltschutzes aufgeworfen und untersucht werden.

Auf der zweiten Ebene geht es um **Unternehmensethik** im engeren Sinn. Das interne und externe Handeln von Unternehmen als Teil der Wirtschaftsordnung und die damit verbundene moralische Verantwortung stehen im Mittelpunkt (siehe Kapitel 1.5.2 Definitionen Wirtschaftsethik).

Auf der dritten Ebene, der **Individuethik**, werden das Verhalten und die damit entstehenden Pflichten einzelner Individuen analysiert (in erster Linie Führungskräfte).

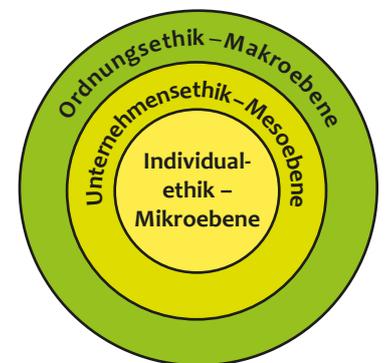


Abb. 1.39 Drei Ebenen der Wirtschaftsethik

Ordnungsethik (Makroebene) Ebene des Wirtschaftssystems	Unternehmensethik (Mesoebene) Ebene der Organisation	Individuethik (Mikroebene) Ebene des einzelnen Menschen
• Staat, Wirtschaft, Zivilgesellschaft	• Compliance und Corporate Governance (CG)	• Konsumethik, Bedürfnisse und Lebensstil
• Geld- und Kapitalverteilung	• Corporate Social Responsibility (CSR) und Corporate Citizenship (CC)	• ethisches Investment, Socially Responsible Investment (SRI)
• Globalisierung und Global Governance (GG)	• ethische Unternehmensbewertung	• Integrität und Unbestechlichkeit
• (sozialökologische) Marktwirtschaft	• Nachhaltigkeitsmanagement	• Ethos und Tugend des Unternehmens
• nachhaltige Entwicklung	• Nachhaltigkeitsberichterstattung	• Ethik in Führungsverantwortung
• Modelle des Wohlstands	• Verantwortung gegenüber Stakeholdern	• individuelle Verantwortung im Betrieb
		• Wirtschaftssubjekt und Menschenbild

Eine sozialetische Führungsverantwortung zeigt sich z. B. in einer Persönlichkeit, die Sicherheit, Verlässlichkeit und Wahrhaftigkeit ausstrahlt. Der zwischenmenschliche Informationsaustausch beruht auf Transparenz und Ehrlichkeit. Toleranz und Respekt sind genauso gefragt wie Integrität, Mut und Fairness.

Auf der Mikro- und Mesoebene ist es wichtig, einige, wenige zentrale Werte zu definieren und diese als Strategie im Unternehmen zu integrieren.

### RECHERCHEAUFTRAG 7



- Suchen Sie Zeitungsberichte zu drei der folgenden oder ähnlichen Themen, in denen die Wirtschaftsethik ihre Berechtigung hat:  
Bestechung/Korruption, Abzocker-Mentalität, Ellbogengesellschaft, soziale Ungerechtigkeit, Globalisierung des Marktes, Kulturvermischung, Strukturverlust, Mobbing, Medienkontrolle, neue Arbeitsorganisation, unlauterer Wettbewerb oder unlauteres Geschäftsgebahren, Lobbyismus, Moralverlust, Wertschöpfung, Zweidrittelgesellschaft, ...
- Fassen Sie die wesentlichen Aussagen zusammen. Wählen Sie einen Artikel aus, den Sie in einer Kleingruppe besprechen.
- Ordnen Sie in einem gemeinsamen Diskussionsprozess die Themen den drei Ebenen der Wirtschaftsethik zu. (Doppelnennungen sind möglich.)

## 1.5.2 DEFINITIONEN WIRTSCHAFTSETHIK

**CR: Corporate Responsibility** umfasst die Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt im Rahmen der Unternehmenstätigkeit. CR beinhaltet die Konzepte der CSR (Corporate Social Responsibility), der CG (Corporate Governance) und der CC (Corporate Citizenship).

**CSR: Corporate Social Responsibility** spricht speziell die soziale und ökologische Dimension an, die Wirtschaftlichkeit ist eine Randbedingung. Damit steht reine Gewinnerzielung nicht mehr im Vordergrund, sondern die gesellschaftliche Verantwortung. CSR wird dabei in Wissenschaft und Praxis unterschiedlich interpretiert und ist eher mit einer Leitidee vergleichbar.

**CS: Corporate Sustainability** fasst alle drei Dimensionen (ökonomische, ökologische und soziale) zu einer Einheit zusammen (siehe Kapitel 1.4 **Ökologisches Management**). Alle Produkte und Dienstleistungen sollen einer nachhaltigen Wirtschafts- und Lebensweise unterliegen. Die Begriffe CSR und nachhaltiges Wirtschaften (CS) werden in der Wirtschaft und Finanzwelt meistens als Synonyme verwendet.

**CC: Unter Corporate Citizenship** versteht man das gesellschaftliche Engagement. Viele Firmen sammeln „Bonuspunkte“ durch karitative Aktivitäten, wie das Sponsoring von Kultur- und Sportveranstaltungen, Spendenaktionen oder die Gründung von Stiftungen. Auch die Freistellung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für gemeinnützige Zwecke sowie die strategische Zusammenarbeit mit Regierungs- oder Nicht-Regierungs-Organisationen sind charakteristisch.

**CG: Corporate Governance** ist eine auf ethischer Wirtschaft basierende, transparente und verantwortungsvolle Unternehmensführung. CG bietet einen rechtlichen und faktischen Ordnungsrahmen für die Leitung und Überwachung eines Unternehmens (vgl. „Österreichischer Corporate Governance Kodex“).

**Compliance** steht für die Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien, auch hinsichtlich eines wirtschaftsethischen Hintergrunds. In größeren Unternehmen ist oft eine eigene Compliance-Abteilung dafür eingerichtet.



Abb. 1.40 CSR (Corporate Social Responsibility)



Abb. 1.41 CG (Corporate Governance)

### ARBEITSAUFTRAG 17

Interpretieren Sie die drei Abbildungen zu CSR, CG und Compliance (Abb. 1.40, Abb. 1.41, Abb. 1.42). Übersetzen Sie die dazugehörigen Keywords und verschaffen Sie sich so zusätzliches Hintergrundwissen.

### RECHERCHEAUFTRAG 8

Suchen Sie im Internet Unternehmen, die auf ihrer Website mit den Begriffen bzw. Definitionen der Wirtschaftsethik werben. Erstellen Sie eine Powerpoint-Präsentation und präsentieren Sie auch den Web-Auftritt des Betriebs, um zu illustrieren, warum und wie sich das Unternehmen als ethisches präsentiert.



Abb. 1.42 Compliance

## 1.5.3 UNTERNEHMENSETHIK

Die Unternehmensethik ist ein Teil der Wirtschaftsethik. In der Praxis findet sie in einer entsprechenden Unternehmenskultur ihren Niederschlag. Werte und Normen werden im Unternehmensleitbild sichtbar. Compliance Management und somit die Einhaltung von Gesetzen, Richtlinien und Kodizes bilden die Basis. Die soziale Verantwortung des Unternehmens kann sich in CC, Sponsoring oder Wohltätigkeitsprogrammen äußern. Eine ethische Unternehmensführung ist selbstverständlich die Voraussetzung.

### Grundarten der Unternehmensethik nach dem Gewinnprinzip:

- instrumentalistische Unternehmensethik: ethische Gewinnerzielung als Geschäftsstrategie
- karitative Unternehmensethik: außerökonomische Gewinnverwendung
- korrektive Unternehmensethik: Gewinn wird als Korrekturmöglichkeit eingesetzt
- integrative Unternehmensethik: Unternehmensethik als Geschäftsgrundlage jeglichen ökonomischen Handelns

### ARBEITSAUFTRAG 18

1. Ordnen Sie folgende Beispiele den Grundarten der Unternehmensethik zu:
  - a) Produktion nach ethischen Grundprinzipien, z. B. Fairtrade
  - b) Abgasskandal – Autos werden eingezogen und umgerüstet, um Imageschäden zu vermeiden
  - c) Schmerzensgeld an Verletzte
  - d) Spende an Greenpeace
2. Überlegen Sie sich zu zweit je ein weiteres Beispiel für die vier Grundarten und begründen Sie Ihre Wahl.

## 1.5.4 KONSUMENTENETHIK

Auch die Konsumentenethik ist ein Teil der Wirtschaftsethik. Er betrifft uns als Konsumentinnen und Konsumenten alle. Wir müssen bei Kaufentscheidungen Verantwortung uns selbst und der Umwelt gegenüber tragen (vgl. „ökologischer Fußabdruck“, Kapitel 1.1 **Nachhaltigkeit**). Verantwortungsbewusstes Handeln als Konsument/in bedeutet, Entscheidungen für oder gegen Produkte oder Dienstleistungen zu treffen. Voraussetzung dafür ist das Wissen um Produktions- und Arbeitsbedingungen und deren Konsequenzen für die Umwelt (vgl. Kapitel 1.2.1 **Ökologischer Rucksack**).



Abb. 1.43 Die Erde in Menschenhand

Immer mehr Menschen möchten durch das eigene Konsumverhalten einen Beitrag zu einer „besseren Welt“ leisten. Der Boom des fairen Handels und der Trend zu biologischen Produkten und nachhaltigen Konzepten sind Beweise für ein zunehmendes ethisches Denken und Handeln.

Es stellt sich jedoch die entscheidende Frage, inwiefern die Verbraucherinnen und Verbraucher nach moralischen Gesichtspunkten zur Verantwortung gezogen werden können. Wir alle sind vor Manipulierbarkeit durch Werbung nicht gefeit, hinzukommen kann auch ein Mangel an Geld, Zeit oder Bildung. Einrichtungen wie der Konsumentenschutz und Verbraucherzentralen (z. B. Europäisches Verbraucherzentrum Österreichs, ECC-Net – [www.europakonsument.at](http://www.europakonsument.at)) versuchen auf breiter Ebene zur Mündigkeit von Konsumentinnen und Konsumenten beizutragen.



Abb. 1.44 ECC-Net

### 1.5.5 WELT DES FAIREN HANDELS

Fair gehandelte Produkte sind heutzutage nicht mehr nur in Weltläden erhältlich, sondern finden sich auch in allen größeren Supermärkten. Seit 1976 existiert die „EZA Fairer Handel GmbH“ in Österreich. Die **EZA** (Entwicklungszusammenarbeit) initiierte die Gründung von **Fairtrade**. Das gleichnamige Fairtrade-Siegel wird für fair gehandelte Produkte vergeben. 80 % der Lebensmittelprodukte kommen aus kontrolliert biologischem Anbau, Tendenz steigend.

Wie die EZA in Österreich, agiert die **GEPA** (Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt mbH) in Deutschland mit denselben Zielen.

Ziele von EZA und GEPA:

- Handelspartnerschaften, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruhen, sowie mehr Gerechtigkeit am internationalen Markt besonders für wirtschaftlich und sozial benachteiligte Produzierende und Arbeiter/innen
- entwicklungspolitische Informations- und Bildungsarbeit in Österreich und Deutschland
- Förderung sozialer und technischer Projekte



Abb. 1.45 WFTO (World Fair Trade Organization)



Abb. 1.46 Fairtrade-Siegel

Etwa 160 Vereinigungen von Handwerker/innen, Bäuerinnen und Bauern sowie sozial engagierte Betriebe und Werkstätten in über 40 Ländern in Afrika, Asien, Lateinamerika und dem Nahen Osten sind EZA-Partner.

Die Dachorganisation von Fairtrade, die **WFTO** (World Fair Trade Organization), hat zehn verbindliche Kriterien festgelegt: z. B. gute Arbeitsbedingungen, Transparenz, Förderung benachteiligter Hersteller, Verbot von Kinderarbeit, Verbot jeglicher Diskriminierung, Gleichstellung der Geschlechter und Versammlungsfreiheit.

Fair gehandelte Produkte sind mehr als nur Waren, sie stehen für Entwicklung und kooperatives, wertschätzendes Miteinander.



Abb. 1.47 Kaffee und grüner Tee



Abb. 1.48 Fairtrade-Produkte



## RECHERCHEAUFTRAG 9

1. Informieren Sie sich mit Hilfe entsprechender Websites über Fairtrade-Produkte, Produktionsländer und Produzierende. Wählen Sie einige Produkte bzw. Produktgruppen aus und gestalten Sie zu zweit einen Infofolder.
2. Suchen Sie auf einer Videoplattform, wie z. B. YouTube, einen Werbefilm zu Fairtrade. Vervollständigen Sie die Satzteile mit Hilfe der Videos zu schlüssigen Erklärungen und verfassen Sie einen zusammenhängenden Text.
  - Kaufentscheidungen; Geschmack – Qualität – Preis
  - Mechanismen des freien Markts; Preisgestaltung; Spekulationen
  - Arbeits- und Lebensbedingungen in Entwicklungsländern
  - Kooperativen; demokratische Organisation
  - Zugang zu Krediten; Vorfinanzierung
  - kostendeckender Mindestpreis; Sicherheitsnetz; stabile Einkommen
  - Fairtrade-Prämie; Sozialeinrichtungen
  - Kinderarbeit; Zwangsarbeit

### Fairtrade-Netzwerk

Das Fairtrade-Netzwerk beinhaltet die Ebenen: Ökologisches, Ökonomisches und Soziales. Der Entwicklungsplan fasst diese Ebenen durch ein Gesamtkonzept zusammen.

#### Fairtrade-Entwicklungsplan

- Fairtrade-Prämie für Soziales, Infrastruktur, Bildung
- faire Preise, ggf. Bioaufschlag
- Vorfinanzierung der Ernten
- Stärkung der Eigenverantwortung der Bauernfamilien
- langfristige Partnerschaften
- demokratische und partizipative Entwicklung

#### Ökologisches (Maßnahmen zum Umwelt- und Klimaschutz)

- Schutz der Menschen vor negative Auswirkungen konventioneller Anbaumethoden
- Umwelt- und Pestizidmanagement
- gentechnikfreies Saatgut
- Schulungsmaßnahmen gegen Bodenerosion und Wasserverbrauch

#### Soziales (Verbesserung der Arbeitsbedingungen)

- Schutz vor Diskriminierung
- Verbot von Zwangs- und Kinderarbeit
- Versammlungsfreiheit
- Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften (z. B. Tragen von Schutzkleidung)

#### Ökonomisches (Regelung des Waren- und Geldflusses)

- direkte und indirekte Rückverfolgbarkeit
- Vertragsgestaltung
- allgemeine Anforderungen an die rechtliche Unternehmensform
- korrekte Produktbezeichnung
- Regelung zur Produktzusammensetzung

ERGÄNZENDER ARBEITSAUFTRAG 19

Besprechen Sie in Kleingruppen das Thema nachhaltige Unternehmen und fairer Handel in der Schokolade-Branche:

1. Lesen Sie als Startimpuls die Stellungnahmen von Josef Zotter und des Schweizer Schokoladenunternehmens Halba laut vor.



Abb. 1.49 Fairtrade Schokolade

*Josef Zotter:* „Als kakaoverarbeitender Betrieb tragen wir Verantwortung für die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Bauern in der Dritten Welt. Der faire Handel ist die Chance für die Kleinbauern und PlantagenarbeiterInnen in den Anbauländern. Sie können sich von den schwankenden Weltmarktpreisen emanzipieren und eine gesicherte und selbstbestimmte Existenz aufbauen, in der Kinderarbeit und Ausbeutung der Umwelt Fremdwörter sind.“

*Firma Chocolats Halba:* „Die größten Herausforderungen bei der Umsetzung sind, dass nicht alle Rohstoffhändler die Beschaffungsrichtlinien unterzeichnen wollen. Teilweise ist die politische Lage in Kakaobeschaffungsländern nicht sehr stabil.“

2. Diskutieren Sie folgende Überlegungen: Welche Kriterien neben den ökologischen spielen bei der Bewertung der Nachhaltigkeit von Produkten generell und speziell von Schokolade eine Rolle? Woran kann man erkennen, ob ein Produkt umweltfreundlich, wirtschaftlich und sozial gerecht produziert wurde? Wie könnte der persönliche Schokoladekonsum gestaltet werden, wenn man auf Nachhaltigkeit bedacht ist? Kommt ein Verzicht für Sie in Frage?

ERGÄNZENDER ARBEITSAUFTRAG 20

**Rollenspiel mit Diskussion zum Thema „Fairtrade und Globalisierung“ (Teil 1)**

1. Bilden Sie eine Gruppe mit mindestens fünf Personen. Wählen Sie eine/n Spielleiter/in und verteilen Sie folgende Rollenspielkarten:  
 Chef/in einer Schokoladenfirma • Kakaokleinbauer/-bäuerin • Kakaoplantagenbesitzer/in • Großhandelskaufmann/-kauffrau • Verpackungsindustriearbeiter/in
2. Verteilen Sie die 72 Stückchen der drei Tafeln einer herkömmlichen Schokolade laut Tabelle A und diskutieren Sie danach folgende Fragen:
  - Sind alle in der Gruppe mit ihren eigenen Anteilen zufrieden? Wenn nicht, sollen die einzelnen Akteurinnen und Akteure in einer Art Rollenspiel eine gerechtere Verteilung aushandeln und die Stückchen entsprechend verteilen.
  - Diskutieren Sie, welche Kriterien bei einer gerechten Verteilung zu berücksichtigen sind.
  - Notieren Sie in der Tabelle A eine mögliche gerechtere Verteilung, auf die Sie sich geeinigt haben. Gehen Sie erst danach zu Teil 2 dieses Arbeitsauftrages über (= **Ergänzender Arbeitsauftrag 21**).

Tabelle A „herkömmliche Schokolade“ drei Tafeln zu 100 g kosten 0,95 € x 3 = 2,85 €	eine Tafel mit 6 x 4 Stück = 24 x 3 = 72 gesamt 72 Stückchen (4 Cent/Stückchen)	
Handel (Börse, Großhandel, Verkauf)	22 Stückchen	
Schokoladenfirma (weitere Zutaten, Verarbeitung)	29,2 Stückchen	
Verpackung (billiges Papier)	2,3 Stückchen	
Plantagenbesitzer/in	14,2 Stückchen	
Kakao-Kleinbauer/-Kleinbäuerin	4,3 Stückchen = 6 %	



**Rollenspiel mit Diskussion zum Thema „Fairtrade und Globalisierung“ (Teil 2)**

1. Verteilen Sie nun die 72 Stückchen der drei Tafeln der Fairtrade-Schokolade laut Tabelle B.
2. Inwiefern entspricht die Tabelle B Ihren zuvor ausgehandelten Angaben?
3. Überprüfen und diskutieren Sie die Unterschiede zur Tabelle A, Ihren persönlichen Verteilungsschlüssel und vergleichen Sie mit Tabelle B.

Tabelle B „Fairtrade-Schokolade“ drei Tafeln zu 100 g kosten 2,79 € x 3 = 8,37 €	eine Tafel mit 6 x 4 Stück = 24 x 3 = 72 gesamt 72 Stückchen (12 Cent/Stückchen)
Handel (EZA, Fracht, Zoll, Importabwicklung, Fairtrade-Lizenzgebühr, Versicherung, Vertrieb)	20 Stückchen
Weltläden	7 Stückchen
Schokoladenfirma	25,5 Stückchen
Verpackung (recyclbares Papier innen)	3,5 Stückchen
Kakao-Kleinbauer/-Kleinbäuerin	16 Stückchen = 22,2 %



Überprüfen Sie die Lernziele am Kapitelanfang und kreuzen Sie die Ihrem Lernerfolg entsprechenden Kästchen an.

**1.6 GLOBALISIERUNG**

4.2-bio

4.1-twl

4.2-twl

**LERNZIELE**

- 1
2
3
4
 Ich kann die positiven und negativen Folgen der Globalisierung beschreiben, die Bedeutung für die Menschheit erkennen und konkrete Beispiele präsentieren. A.3 B.5 C.1 C.3
- 1
2
3
4
 Ich kann Ursachen und Erscheinungsformen der Globalisierung mit Beispielen belegen und interpretieren. A.2 C.2 C.3
- 1
2
3
4
 Ich kann im Rollenspiel die Ausmaße der Globalisierung erkennen und Verknüpfungen abschätzen sowie Diskussionen zum Thema führen. B.1 B.5 C.2 C.3

1 = zur Gänze erreicht

2 = weitgehend erreicht

3 = ansatzweise erreicht

4 = nicht erreicht

Globalisierung ist der weltweite Vernetzungsprozess vor allem auf wirtschaftlicher, aber auch kultureller, politischer und ökologischer Ebene. Politisch wird sie aktiv herbeigeführt, aus ökonomischer Sicht ist damit eine Ausbreitung des marktwirtschaftlichen Kapitalismus und des Neoliberalismus verbunden. Es entstehen globale Märkte für Rohstoffe, Produktion, Kapital, Arbeit und Handel. Transnationale Unternehmen organisieren Einkauf, Produktion, Vertrieb und Marketing.



Abb. 1.50 Vernetzung der Menschheit

### 1.6.1 URSACHEN DER GLOBALISIERUNG

Änderung der politischen Rahmenbedingungen	Änderungen der technisch-wirtschaftlichen Rahmenbedingungen	Änderungen der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen
politische Liberalisierung und Deregulierung	Zunahme der weltweiten Transportkapazitäten	Lockerung sozialer Bindungen von Familie und Abstammungsregion
internationale Vereinbarungen	Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologie, erleichterte Möglichkeiten der Produktionsverlagerung	zunehmender Bedeutungsverlust religiöser und traditioneller Bräuche und Normen
Ausweitung der Märkte	zunehmender Wettbewerb, Internationalisierung der Produktion (Global Brands), Abbau von Handelsbarrieren	zunehmende Bedeutung von Bildung und Ausbildung

### 1.6.2 ERSCHEINUNGSFORMEN DER GLOBALISIERUNG

Dimensionen der Globalisierung	Erscheinungsformen: Beispiele
Umwelt	globale Gefährdung der natürlichen Lebensgrundlage, ökologische Unverträglichkeiten, globale Abkommen auf politischer Ebene als Gegenmaßnahme
Wirtschaft	Produktion und Handel ohne Grenzen
Konsum	Produkte aus aller Welt in unserem Alltag (globales Warenangebot)
Kultur	multikulturelle Welt (z. B. Zugang zu Musik aus aller Welt), Migrationsströme
Kommunikation	weltweite Kommunikations- und Informationsmöglichkeiten
soziales Umfeld	Unterschiede in der Einkommensverteilung nehmen zu, Verschärfung sozialer Ungerechtigkeiten



Erstellen Sie in Kleingruppen Listen Ihrer persönlichen Einschätzung der Vor- und Nachteile von Globalisierung mit Hilfe der obigen Tabellen. (Manche Aspekte können durchaus sowohl vorteilhaft als auch nachteilig sein.) Begründen Sie Ihre Zuordnung mit konkreten Beispielen, z. B. Textil- und Spielzeugproduktion für den europäischen Handelsmarkt in Billiglohnländern.

Abb. 1.51 Beispiel: Spielzeugproduktion

#### ARBEITSAUFTRAG 23



Entwerfen Sie mit Unterstützung einer vorausgegangenen Internetrecherche (Suchbegriff: „Rollenspiel Globalisierung“) ein Rollenspiel zur Globalisierung.

Rollenvorschläge: Moderator/in • Vertreter/in eines Pharmakonzerns • Mitarbeiter/in einer Entwicklungsorganisation • Wissenschaftler/in • Vertreter/in der UN-Umweltbehörde

#### ARBEITSAUFTRAG 24



### 1.6.3 NACHHALTIGE GLOBALISIERUNG

Von nachhaltiger Globalisierung spricht man, wenn zunehmende Handelsbeziehungen, Kapital- und Personalverkehr zu zukunftsfähigen Strukturen in allen Bereichen des politischen, ökonomischen und sozialen Lebens führen.

- Bereich der Produktion: ökoeffiziente, auf erneuerbaren Ressourcen basierende Wirtschaft
- Bereich der Infrastrukturen (Energie, Wasser, Verkehr): ressourcenschonende Technologien sowie Partizipation (z. B. Auswahl der Energieträger durch Verbraucher/innen)
- Bereich Konsum: nachhaltiger Lebensstil
- Bereich Politik: Verantwortung für die Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen auf allen Ebenen des politischen Handelns

Nachhaltige Globalisierung bedeutet also umfassende Demokratisierung, soziale Sicherheit und Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit, Achtung und Weiterentwicklung der Menschenrechte, kulturelle und regionale Vielfalt sowie globale Solidarität.

## 1.6.4 GLOBAL GOVERNANCE

Global Governance bedeutet weder Weltregierung noch Weltstaat, sondern das nötige Minimum an globaler Kooperation und Koordination von Nationalstaaten, um globale Probleme zu lösen. Die politische Dimension der Globalisierung ist beeinflussbar und auch der wirtschaftliche Wettbewerb kann gestaltet werden. Staaten (und Betriebe), die im Sinne einer globalen Verantwortung nachhaltig handeln, sollten bevorzugt werden. Sozialer Friede, Umweltschutz, effektiver Rechtsstaat, Langfristorientierung (z. B. durch Bildung und Forschung), eine international funktionierende faire Wettbewerbsordnung sowie internationale Solidarität sind weitere Stichworte in Zusammenhang mit Global Governance. Zusätzlich müssen internationale Institutionen wie die UNO völkerrechtlich verbindliche Konventionen und Regeln schaffen, durch die nationale, technologische oder politische Interessengruppen international auf einer gemeinsamen Ebene zusammenarbeiten können.



### GEDANKENEXPERIMENT 3



„Träumen“ Sie sich die „perfekte Welt“ und verfassen Sie dazu einen zehn- bis zwanzigzeiligen Leserbrief mit dem Titel „Homo Socialis statt Homo Öconomicus“.

Abb. 1.52 Wie sieht Ihre Vision von globalem Zusammenhalt aus?



### ARBEITSAUFTRAG 25

Überprüfen Sie die Lernziele am Kapitelanfang und kreuzen Sie die Ihrem Lernerfolg entsprechenden Kästchen an.