

Drei Fragen an: Stephan Grüninger

Fragen von Dr. Adrian Ciupuliga
Foto: KICG



Wo sind die ethisch-moralischen Grenzen der digitalen Vernetzung?

Wenn wir von Moral sprechen, dann sind damit die in einer Gesellschaft tatsächlich gültigen und gelebten Werte und Verhaltensnormen gemeint. Wesentliche Verhaltensnormen sind in modernen Gesellschaften zur leichteren Durchsetzung natürlich rechtlich kodifiziert, sie haben aber auch über das Gesetz hinaus Geltung. Wir sollen zum Beispiel fair sein. Dieser Grundsatz gilt ganz generell und natürlich auch im Geschäftsleben; dort wird dieser Grundsatz derzeit wieder unter dem Schlagwort des »Ehrbaren Kaufmanns« diskutiert. Fairness ist aber beispielsweise auch der Grundwert des Wettbewerbsrechts. Unter Nachfragern und insbesondere unter Anbietern soll das Konkurrenzprinzip gelten. Darum sind etwa Preisabsprachen unter Wettbewerbern verboten. Die Ethik, die man auch als Praktische Philosophie oder Moralphilosophie bezeichnet, ist sozusagen die Lehre bzw. die Theorie der Moral und befasst sich vor allem mit der Begründung moralischer Normen. Ist die Norm richtig / gut, dass wir im Wirtschaftsleben fair miteinander umgehen sollen? Nun, diese Frage ist noch einfach mit Ja zu beantworten. Aber was bedeutet Fairness in spezifischen Wirtschaftstransaktionen genau? Ist es zwingend geboten, einen Kunden auch von negativen

Eigenschaften eines Produktes oder einer Serviceleistung zu informieren? Oder ist es eher legitim und gar Teil des »sportlichen Wettbewerbs«, asymmetrische Informationsverteilung zum eigenen Vorteil zu nutzen? Ich denke, durch diesen Problemaufriss wird deutlich, dass der Teufel oftmals im Detail steckt. Wo die »ethischen Grenzen der digitalen Vernetzung« liegen, kann deshalb ebenso wenig allgemein beantwortet werden, wie etwa die Frage, wo die Grenzen der Globalisierung zu setzen wären. Was die Wirtschaftsethik, die Medienethik, die Technikethik oder andere Bereichsethiken anbieten können, ist die Identifikation konkreter ethischer Probleme innerhalb einzelner Entwicklungsphänomene in Wirtschaft, Technik, Medien etc. Für Ihre Frage sind etwa die allgemeine Grundwerte des Schutzes der Allgemeinen Persönlichkeitsrechte und das Recht auf die informationelle Selbstbestimmung wesentlich. Dies wird derzeit unter den Stichworten »Datenschutz«, »Safe Harbour« und »Privacy Shield« international sehr intensiv diskutiert. Die ethischen (!) Auffassungen gehen dabei schon innerhalb der EU deutlich auseinander, zwischen der EU und den USA gibt es eklatante Differenzen. Man hat manchmal den Eindruck, dass die Parteien sich gar nicht recht verstehen. Die Europäer fühlen sich von den Amerikaner ausspioniert, diese wiederum fürchten, der

europäische Datenschutz wird zum »Show-Stopper« sowohl im »Kampf gegen den Terrorismus« als auch für die Nutzung internetbasierter Geschäftsmodelle. Um es klar zu sagen, ich persönlich bin ein klarer Verfechter des Rechtes auf informationelle Selbstbestimmung. Hierzulande müssen europäische und deutsche Gesetze auf den Stand der Internettechnik gebracht und dann auch durchgesetzt werden. Beides ist allerdings nicht einfach!

Ist der Handel mit Nutzerdaten nur ein Geschäft wie jedes andere, oder eine moderne Art des Raubrittertums?

Der Handel mit schützenswerten Daten von Bürgern ohne deren Wissen ist verboten und für Unternehmen ein klares »No Go!« Trotzdem passiert es täglich. Ein Problem ist sicherlich, dass wir uns gar nicht so sehr dafür interessieren. Viele Menschen gehen eher lax mit privaten Daten um, auch zu ihren Ess- und Trinkgewohnheiten, zu sportlicher Betätigung oder gar zu ihrem Gesundheitszustand. Alles das und noch viel mehr wird von Facebook & Co heute nicht nur gespeichert, sondern mittels uns nicht bekannter Algorithmen zu User-Profilen aggregiert, die unsere Präferenzen, Meinungen, unsere Sorgen, Hoffnungen, Süchte und wer weiß was noch beinhalten können. Hier sehe ich schon eine Gefahr für die freiheitlich demokratische Grundordnung und damit auch einen klaren politischen Handlungsbedarf hin zu einer wirksamen Regulierung, die das Individuum schützt.

Sind wirtschaftsethische Regeln für die Internetunternehmen sinnvoll und was sollten sie vorschreiben?

Zumindest die großen Internetunternehmen – Apple, Alphabet/Google, Alibaba, Facebook, Amazon etc. – haben natürlich alle so genannte »Codes of Conduct«. Darin enthalten sind auch die relevanten Themen von allgemeinen Aussagen, das jeweils geltende Recht einzuhalten, über Anti-Korruptions- und Anti-Kartell-Regelungen bis hin zu Aussagen zum Datenschutz. Der Verhaltenskodex von Google etwa, der mit den Worten »Don't be evil« überschrieben ist, beinhaltet unter anderem auch ein klares Bekenntnis zum weltweiten Datenschutz: »Google is committed to advancing privacy and freedom of expression for our users around the world. Where user privacy and freedom of expression face government challenges, we seek to implement internationally recognized standards that respect those rights as we develop products, do business in diverse markets, and respond to government requests to access user information or remove user content.« Es liegt also

nicht daran, dass der Datenschutz nicht grundsätzlich von den Internetunternehmen anerkannt wäre, sondern an einer unterschiedlichen Auslegung dessen, was tatsächlich schützenswerte Daten sind, wie der User aufgeklärt werden muss, wie Prozesse des grenzüberschreitenden Datentransfers zu regeln sind usw. Die permanente Weiterentwicklung der Technik wirft dabei immer neue Fragen auf. Insofern müssen wir wohl noch eine Weile darauf warten, ob bzw. bis der Nebel des gegenseitigen Nichtverstehens sich lichtet, internationale Vereinbarungen geschlossen sind und die Compliance-Systeme der Unternehmen Datenschutz-Verstöße wirksam verhindern. ————— ↓



Prof. Dr. rer. pol. Stephan Grüninger

ist Wissenschaftlicher Direktor des Konstanz Institut für Corporate Governance (KICG). Er ist Inhaber der W3-Professur für Allgemeine BWL mit Schwerpunkt Managerial Economics. Außerdem leitet er das Center for Business Compliance & Integrity (CBCI) und ist Direktor des Forum Compliance & Integrity (FCI).