

# Moral ALS MARKETING



Ethik und Moral bzw. die daraus entstehenden Gesetze und Konventionen sind die Voraussetzung für das Funktionieren einer Gesellschaft. Sie sind in unserem Gewissen verankert und halten uns davon ab, Dinge zu tun, die wir wollen oder die uns Vorteile bringen, wenn sie gegen die aus der Moral resultierenden Regeln verstoßen. Moral schränkt also unsere Handlungsspielräume ein.

Marketing und Werbung dienten bisher eher der Produktverbreitung und der Gewinnmaximierung eines Unternehmens. Doch das scheint sich gerade zu ändern: Fluggesellschaften beispielsweise werben damit, CO<sub>2</sub>-neutral zu fliegen, eine Fluggesellschaft fragt in ihrer Werbung sogar, ob ein Flug unbedingt sein muss oder die Besprechung vielleicht auch als Videokonferenz erledigt werden kann. Moral wird zunehmend zum Verkaufsargument. Gerade die Diskussion um Umweltschutz und Erderwärmung scheint in der Präsentation von Unternehmen einen Paradigmenwechsel herbeizuführen.

*tv diskurs* widmet sich in dieser Ausgabe der Frage, wie sich moralisches Verhalten in Zukunft auf die Präsentation von Unternehmen und deren Marketing auswirken wird.

