

Unternehmen sind Veranstaltungen von Menschen für Menschen

Ohne Unternehmen ginge in der modernen Wirtschaft gar nichts. Es gäbe weder Arbeitsplätze noch Produkte. Zu den Unternehmen, seien es nun Konzerne oder kleine Handwerksbetriebe, gibt es schlicht und ergreifend keine Alternative.

In merkwürdigem Kontrast zu dieser Unverzichtbarkeit der Wirtschaftsunternehmen steht die Tatsache, dass sich die christliche Sozialethik kaum mit den Unternehme(r)n befasst hat, und das schon seit Jahrzehnten. Kurz bevor Kardinal Frings im Jahr 1962 zum Zweiten Vatikanischen Konzil fuhr, musste er sich eigens beim

„Bund Katholischer Unternehmer“ (BKU) erkundigen, was denn „Unternehmer“ eigentlich auf lateinisch heiÙe. Dort wusste man es aber auch nicht. Die kleine Anekdote illustriert, was Oswald von Nell-Breuning zehn Jahre später kritisch zur katholischen Soziallehre notierte: „Die Schlüsselfigur heutiger Wirtschaft, der Unter-

nehmer, scheint ihr unbekannt zu sein“. Wie auch im Beitrag von André Habisch hervorgehoben wird, gähnt mehr als vierzig Jahre nach der Anfrage von Kardinal Frings in puncto Unternehmensethik im Bereich der christlichen Sozialethik bis auf wenige Ausnahmen nach wie vor ein dunkles Loch. Das vorliegende *Amos*international-Heft möchte dazu beitragen, diese Lücke zu schließen.

Dabei steht eine christliche Unternehmensethik meines Erachtens vor einer doppelten Herausforderung: Einerseits sollte sie aus ihrer christlichen Sicht heraus Kritik an bestimmten Missständen in unseren Unternehmen üben (Korruption; Managergehälter ohne erkennbaren Bezug zur Leistungsperfor-

mance, „Gier“ usw.). Aber andererseits darf sie dabei nicht das Kind mit dem Bade ausschütten, darf also nicht die gesellschaftliche Akzeptanz des Marktwettbewerbs unterspülen, der bei sachdienlicher Regulierung aufgrund seiner erwünschten Effekte eine zweckmäßige und daher auch ethisch zu begrüßende Veranstaltung darstellt. Ein „kapitalistisch“ strukturierter Marktwettbewerb der Unternehmen, also eine Kombination aus „Kapitalismus“ (mit dem Wirtschaftsmedium Geld bzw. Kapital) und Wettbewerb ist *institutionenethisch* zwar eine kulturelle Errungenschaft: Sie setzt produktive Anreize; schöpft das verstreute Wissen aus (Wettbewerb als „Entdeckungsverfahren“) und stellt ein friedliches Instrument des Erwerbs dar. Zugleich aber kann man *personenethisch* durchaus der Meinung zuneigen, dass der Kapitalismus eher eine „widerwärtige“ Unkultur verkörpert. So schrieb der Ökonom John Maynard Keynes schon im Jahr 1926: „Ich für meinen Teil denke, dass der Kapitalismus, weise gehandhabt, wahrscheinlich effizienter als jedwedes alternative System [...] gemacht werden kann, um wirtschaftliche Ziele zu erreichen, aber in sich selber ist er in vielerlei Hinsicht außerordentlich widerwärtig“ – weswegen auch die meisten Religionen eine distanzierte Einstellung zum Geld und seinen Anreizen ausgebildet haben.

Alles wird daher darauf ankommen, dass der anthropologisch ambivalente Anreiz über das Geld sowohl über die Wirtschaftsordnungen als

auch über die Unternehmensstrukturen in Kanäle eingebunden wird, die das Geldstreben in gemeinwohldienliche Bahnen lenken. Dies bedeutet unternehmensethisch, dass das moralökonomische Engagement nicht nur ornamentalen Charakter haben kann, sondern in die Geschäftsstrategie selber eingebaut werden muss. Zu Recht betonen daher die Beiträge von Christian Friesl und Armin Laschet, es komme darauf an, Erfolg und Verantwortung zu verbinden, oder noch besser: Erfolg *durch* Verantwortung zu erreichen. Ein illustrierendes Beispiel hierzu („betapharm“) wird in den Beiträgen von Peter Walter und Christine Pehl beschrieben.

Das vorliegende *Amos*international-Heft möchte jedenfalls dazu beitragen, dass sich eine christliche Unternehmensethik nicht nur in Kapitalismus- oder Managerkritik erschöpft, sondern konstruktiv dazu beiträgt, dass der Formel „Erfolg *durch* Verantwortung“ immer öfter Realitäten entsprechen.

Bleibt noch die Frage, was denn nun „Unternehmer“ auf lateinisch heißt. In der Sozialenzyklika *Quadragesimo anno* (1931) wird dafür der Begriff „susceptor“ verwandt. Das dazugehörige Verb *suscipere* meint unter anderem: „ein Kind als das seinige anerkennen“. Vielleicht ist das eine gute Metapher, um zu illustrieren, dass ein Unternehmen mehr ist als eine bloÙe Melkkuh im Sinn einer verabsolutierten Shareholder-Value-Ideologie. Es ist eine organisierte Veranstaltung von Menschen für Menschen.



Michael Schramm