



Christliche Unternehmensethik

André Habisch

Ein Forschungsprogramm mit Hindernissen

Aufgrund der spezifischen Industrialisierungsgeschichte in Deutschland wurde die christliche Sozialethik jahrzehntlang durch eine 'unternehmensethische Sprachlosigkeit' geprägt: Der vorliegende Beitrag benennt historische und systematische Gründe dafür. Um die Potentiale und Grenzen von Unternehmen als sozialetische Akteure zu erheben, wird dann – im Anschluss an die Theoriebildungen von R. Kennedy – der Gemeinwohlbezug der Unternehmung als ‚spezialisierte Assoziation‘ begrifflich zu bestimmen versucht. Aus dieser Bestimmung ergibt sich eine gestufte Ordnung von Verantwortlichkeiten gegenüber den Anspruchsgruppen des Unternehmens („stakeholder“). Von daher wird das Praxis- und Forschungsfeld „gesellschaftliches Engagement von Unternehmen“ (Corporate Citizenship) umrissen und abgegrenzt.



Der Befund: unternehmensethische Sprachlosigkeit

Ethische Orientierung von und in Unternehmen ist ein kaum bearbeitetes Randgebiet der christlichen Sozialethik¹. Als die Katholisch-sozialwissenschaftliche Zentralstelle (KSZ) in Mönchengladbach im Sommer 2008 ihr alljährliches Sozialethikertreffen diesmal zum Thema „Ethik des Unternehmers“ organisierte, war dies nach Aussage ihres langjährigen Direktors Prof. Dr. Anton Rauscher die erste Veranstaltung der traditionsreichen Tagungsreihe zu diesem Thema in 25 Jahren. Das Jahrestreffen der Arbeitsgemeinschaft deutschsprachiger Sozialethikerinnen und Sozialethiker in der Katholischen Akademie in Berlin, das noch nicht auf eine so lange Tradition zurück blicken kann, hat sich der Thematik noch überhaupt nicht gewidmet. Nur wenige sozialetische Forscherinnen und Forscher arbeiten zu unternehmensethischen Themen².

Auch institutionelle Schnittstellen der Diskussion zwischen Kirche und Wirtschaft bzw. Unternehmen fehlen im deutschen Sprachraum weitgehend. Es existieren zwar an verschiedenen Orten in der Bundesrepublik (so etwa im Bistum Mainz bzw. in Frankfurt a. M. sowie in München) regelmäßige Gesprächskreise von Verantwortungsträgern; auch die Arbeit der Diözesanverbände des Bundes Katholischer Unternehmer (BKU) ist hier zu nennen. Unternehmensethische Arbeitsstellen oder Referate auf der Ebene der Deut-

schen Bischofskonferenz oder des Zentralkomitees der Deutschen Katholiken fehlen aber weitgehend. Auf Veranstaltungen des Deutschen Katholikentages sind Unternehmerinnen und Unternehmer im Vergleich zu Wissenschaftlerinnen, Verbandsvertretern und Politikerinnen nach wie vor spärlich vertreten, obwohl ihre Entscheidungen teilweise von großer Relevanz für Kernthemen des gesellschaftspolitischen Engagements der Kirchen (etwa im Bereich der Familien, der Nachhaltigkeit, der Bildungspolitik etc.) sind. Erst in allerjüngster Zeit verstärkt sich an einigen Orten der institutionalisierte Dialog

¹ Eine bewusste Grenze des vorliegenden Beitrags bildet die Beschränkung auf die katholisch-theologische Tradition. Dies erfolgt im Wissen darum, dass die protestantische Tradition nicht nur sehr bedeutsame wirtschafts- und unternehmensethische Theoriebildungen hervorgebracht hat, sondern aufgrund der deutschen Industrialisierungsgeschichte auch stärker mit der unternehmerischen Praxis verwachsen ist. An dieser Stelle soll es aber um eine historische und systematische Selbstvergewisserung christlicher Sozialethik in katholischer Tradition gehen.

² Wie immer bestätigen Ausnahmen die Regel, so etwa Schramm 2006, Wallacher u. a. (Hg.) 2006 sowie die Dissertationsarbeiten von Laeis (2005) und Lehmann (2006).