

## Die Bedeutung christlicher Werte in einer globalisierten Wirtschaft

**Festvortrag Prof. Dr. Nikolaus Schweickart  
Philosophisch theologische Hochschule Sankt Georgen, Frankfurt  
Cartellversammlung Rupert Mayer 23. Mai 2009**

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

„Wettbewerb ist ein Gebot der Nächstenliebe“ - so die Überschrift eines Aufsatzes im Rahmen der FAZ Artikelserie „Die Zukunft des Kapitalismus“ vom 06.05.2009. Der Autor: Nicht ein glühender Marktwirtschaftler oder Sozialethiker, kein Nachfahre jenes schottischen Ökonomen und Moralphilosophen Adam Smith, der gemeinhin als der Vater der Marktwirtschaft gilt, auch kein Nachfahre von Friedrich von Hayek, der den Weg in die Knechtschaft voraussah, wenn Marktprinzipien wie Wettbewerb außer Kraft gesetzt würden – der bekannte Schriftsteller Martin Walser hat sich mit diesem Ausruf erstaunlich klar positioniert. Er verbindet in diesem apodiktischen Befund das zentrale Element einer Marktordnung mit dem eminent christlichen Begriff der Nächstenliebe, einer zentralen Tugend. Durchaus bemerkenswert für einen säkularen Poeten, der – einen Unternehmer und dessen Überzeugungen vor Augen – feststellt: „Es kommt nicht auf die Motive der wirtschaftlich politisch Handelnden an, sondern auf die Wirkung des Wettbewerbssystems für die Menschen. Auf die wohltätigen Wirkungen des Wettbewerbs als einer institutionalisierten Form des Gebots der Nächstenliebe. Diese Wirkungen aber werden erst hervorgebracht durch eine geeignete Wirtschaftsordnung, eine, die den Namen sittlich verdient.“ Und er fügt hinzu – den Ökonomen Herbert Giersch zitierend: „Durch Globalisierung rückt im Bereich der Moral die Fernstenliebe in die Nähe der Nächstenliebe.“

Die Frage drängt sich auf: Ist unsere Werteordnung – auf christlichem Fundament aufgebaut – gefestigt oder etwa brüchig? Haben wir eine solch geeignete Wirtschaftsordnung im walserischen Sinne, die wohltätige Wirkungen hervorbringt?

Unsere derzeitigen Wahrnehmung ist eine andere: Ein anschwellender Bocksgesang gegen die Soziale Marktwirtschaft als Wirtschafts- und Gesellschaftsmodell ist zu vernehmen auch schon vor der Finanz- und Wirtschaftskrise mit einer recht martialischen Sprache: Raubtierkapitalismus, Casino-Turbokapitalismus, Vaterlandslose Gesellen, Zocker, Absahner, Neoliberalismus als Schimpf- und Unwort, nicht nur im linken Spektrum. Verallgemeinernde Breitseiten gegen die angebliche Unmoral der Managerelite werden nahezu täglich abgefeuert, vom Boulevard über die Politik, Medien und Kirchen, bis hin zum trommelnden Literatur-Nobelpreisträger, der kurzerhand die Managerkaste von A-Z (von Ackermann bis Zumwinkel) für „Asoziale“ erklärt.

Um Missverständnissen vorzubeugen: Es hat in den letzten Jahren, besonders in der jüngeren Vergangenheit, schlimme Fälle von Managerfehlverhalten, von Gier, Verantwortungslosigkeit, kalter persönlicher Gewinnmaximierung, von Gehalts- und Abfindungsexzessen, von Korruption, von Kartellabsprachen und Lustreisen gegeben. Fälle, die in der Tat eine Akzeptanz- und Vertrauenskrise bewirkt haben, eine Krise, die sich zu einer Systemkrise auszuwachsen droht. Schon werden Stimmen laut, die eine Abschaffung des marktwirtschaftlichen Systems als

reformunfähig in Richtung eines etwas diffusen Staatskapitalismus fordern. Um dies zu verhindern, bedarf es neben Regeln, vor allem im Bereich der Finanzmärkte, eines Läuterungsprozesses, einer Katharsis, zu der unser System – davon bin ich überzeugt – auch in der Lage ist.

Vor diesem Hintergrund ist es für einen, wenn auch mittlerweile pensionierten Angehörigen dieser Managerkaste, kein leichtes Unterfangen, die ethischen Dimensionen des Marktes, die in vielen Punkten deckungsgleich sind mit christlichen Werten, aufzuzeigen und damit das moralische Fundament der Sozialen Marktwirtschaft wieder frei zu legen.

Dabei unterscheide ich unter Wertegesichtspunkten drei Kategorien:

- Ethik der Marktwirtschaft als System
- Ethik der Unternehmen in der Marktwirtschaft
- Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen (Corporate Social Responsibility).

Im Blick auf unser marktwirtschaftliches System leiden wir unter einem eigentümlichen Widerspruch: die Menschen leben in der Marktwirtschaft und von der Marktwirtschaft, aber die Mehrheit in Deutschland lehnt sie ab. Dies war in den neunziger Jahren nach dem Zusammenbruch und dem Staatsbankrott des planwirtschaftlichen sozialistischen Systems ganz anders: der Sieg von Demokratie und Marktwirtschaft hat sogar amerikanische Wissenschaftler wie Frances Fukujama zu der These verleitet, vom Ende der Geschichte sprechen zu sollen.

Das Akzeptanzproblem ist evident: ökonomische Erfolge und die positiven sozialen Wirkungen der Marktwirtschaft werden durch einige und einzelne Fehlentwicklungen überlagert. Die Tatsache, dass vor Ausbruch der Finanz- und Wirtschaftskrise in den letzten Jahren 1,3 Mio. versicherungspflichtige neue Arbeitsplätze in Deutschland geschaffen worden sind, bei gleichzeitig 1 Mio. unbesetzter offener Stellen, diese Tatsache wird nicht dem System zugute geschrieben; dafür werden um so heftiger Personalfreistellungen bei einigen Dax-Unternehmen als unmoralisch denunziert.

Ich denke, man kann hier von einer selektiven negativen Wahrnehmung sprechen. Exemplarisch stehen hierfür die Begriffe „Soziale Ungerechtigkeit“ und „Ungleiche Vermögensverteilung“. Unter moralischen Gesichtspunkten wird insbesondere der Wettbewerb, wie eingangs angesprochen, das zentrale Schlüsselkriterium einer marktwirtschaftlichen Ordnung, als Kampf „Alle gegen Alle“ für die Erosion traditioneller Wertvorstellung verantwortlich gemacht. Begriffe wie Ellbogengesellschaft, Darwinismus, Soziale Kälte bis hin zur Ökonomisierung aller Lebensbereiche (Kultur, Bildung, Erziehung, Forschung) werden als Konsequenz des marktwirtschaftlichen Prozesses dem System als solchem angelastet. Man beachte die denunziatorische, emotionalisierte Sprache. Was wäre denn die Alternative zum Wettbewerb? Die Abhängigkeit der Menschen von staatlichen Verteilungsämtern! Der Bürger als Empfänger staatlicher Leistungen – wahrlich weit weg vom christlichen Menschenbild, das von personaler Würde, Freiheit und Chancengerechtigkeit, nicht aber von einer uniformierten Gleichheit aller ausgeht.

Die Globalisierung hat in den Augen der marktwirtschaftlichen Kritiker diese Bewertung nur noch verstärkt: Ausbeutung von Menschen (u. a. Kinder- und Zwangsarbeit in den Entwicklungs- und Schwellenländern), Zerstörung von Natur und Umwelt, breit angelegte Korruption. Der Markt als ökonomisches Gestaltungsprinzip steht unter Generalverdacht, wenn auch die Kritiker zugeben müssen, dass es kein uns bekanntes Wirtschaftssystem gibt, das dem marktwirtschaftlichen ökonomisch und ethisch überlegen wäre, auch und gerade in den sozialen Auswirkungen.

Konstitutives Element einer auf den Markt aufgebauten Ordnung und zugleich Antriebsfeder ist das eigene Interesse, das Streben nach Vorteilen über den Wettbewerb. Dieses Eigeninteresse ist sittlich nicht zu beanstanden und nicht gleichzusetzen mit Gier. Reinhard Marx, Erzbischof von München und führender Sozialethiker, hat in seinem letzten sehr lesenswerten Buch „Das Kapital“ diese Bewertung klar betont auch unter Hinweis auf den christlichen Leitsatz: „Liebe deinen Nächsten wie dich selbst.“ Gier dagegen wird in der katholischen Moraltheologie mit dem Begriff der Habsucht als eine der Hauptsünden beschrieben. Weder das christliche Liebesgebot noch der kategorische Imperativ Kants verurteilen das individuelle Vorteilsstreben als solches. Die Demarkationslinie zwischen sittlichem und unsittlichem Handeln ist vielmehr zu ziehen zwischen einem Vorteilsstreben ausschließlich auf Kosten Anderer und einem solchen, dass auch den Anderen Vorteil bringt. Dabei fallen diese Vorteile für die Menschen in der Marktwirtschaft nicht als „milde Gaben“ an, als soziale Wohltaten, sondern in Form von guten, preiswerten und innovativen Produkten und Dienstleistungen.

Ich will diese Grundwahrheit einmal in ein gängiges Bild gießen: Sie alle kennen die Geschichte vom barmherzigen Ritter St. Martin, der hoch zu Ross aus Mitleid seinen Mantel mit einem Bettler teilt und dann für heilig gesprochen wurde. Allerdings beim zweiten Bettler versagt seine Güte, da kein Mantel mehr zu verteilen ist. Wäre der gute St. Martin Unternehmer gewesen, hätte er Mäntel hergestellt, dadurch gutes Geld verdient, dem Bettler und weiteren Bettlern einen Arbeitsplatz angeboten, damit sie sich von dem Lohn einen Mantel kaufen können. Welche Ethik, so frage ich, stiftet nun den größeren Nutzen: die der Barmherzigkeit, der Brüderlichkeit oder die Vorteilsethik des Marktes, der Güter herstellt und dadurch soziale Bedürfnisse befriedigt. Im Falle St. Martins haben wir lediglich einen Heiligen mehr, aber keinen Armen weniger.

Die tragenden Säulen einer marktwirtschaftlichen Ordnung wie Wettbewerb, Vertragsfreiheit, Privateigentum und Gewinnstreben finden daher ihre ethische Rechtfertigung nicht in der Gleichheit der Ergebnisse, häufig auch mit sozialer Gerechtigkeit verwechselt, sondern in den Güter- und Wertschaffenden Auswirkungen, die von diesem System auf die Menschen ausgehen. Die Eigeninteressen des Einzelnen für die Bedürfnisse der Menschen fruchtbar zu machen, führt zu größeren gesamtgesellschaftlichem Wohlstand (Gemeinwohl). Im übrigen das Gleichheitsgebot in unserer Verfassung postuliert die Gleichheit vor dem Gesetz, nicht jedoch die Gleichheit durch das Gesetz. Diese Marktelemente sind die effizientesten Mittel zur Realisierung von Freiheit, allerdings unter der Voraussetzung einer gesellschaftlichen und einer staatlichen Rahmenordnung. Zu dieser gesellschaftlichen Rahmenordnung gehören

Unternehmer, Eigentümerunternehmer, Mittelständler, Handwerker, Manager, Banker und Bankiers. Denn ohne Unternehmer gibt es keine Marktwirtschaft. In diesen Zusammenhang passt eine wichtige Bewertung, die aus einem gemeinsamen Wort des Rates der EKD und der deutschen Bischofskonferenz aus dem Jahre 1997 stammt: „Unternehmer, die sich mit ihrem Kapitaleinsatz und ihrer Entscheidungsfreudigkeit den Risiken des Wettbewerbs aussetzen und dabei Arbeitsplätze und Güter schaffen, verdienen auch unter ethischen Gesichtspunkten hohe Anerkennung.“

Daher meine zentrale Feststellung: Die soziale Marktwirtschaft im Sinne Ludwig Erhards als ordo-liberales Modell ist anderen bekannten Wirtschaftsordnungen überlegen: ökonomisch und ethisch. Zwischen den Zielen unternehmerischer Tätigkeit und ethischen Grundsätzen besteht kein Widerspruch. Markt und Moral sind keine Gegensätze. Allerdings Markt ohne Moral kann zu einem Monster werden (Horst Köhler). Im übrigen: Der Kapitalismus ist das einzige, weil offene System, das sich immer wieder selbst korrigieren kann. Es ist das einzige System, das einen Mangel an Moral oder an Regeln – wie derzeit – nach gewisser Zeit anzeigt und uns dazu bringt, Moral oder Regeln neuerlich einzufordern (Karen Horn).

Die katholische Gesellschaftslehre hat seit der Enzyklika „Rerum novarum“ (1891) keinen Zweifel daran aufkommen lassen, dass humane gesellschaftliche Verhältnisse nur solche sein können, in denen Privateigentum, unternehmerische Initiative, Freiheit der Arbeitsplatzwahl, Markt und Wettbewerb, Assoziationsfreiheit, Absicherungen gegen soziale Risiken und Mitbestimmung der Arbeitnehmer gewährleistet sind. Sie hat ebenfalls keinen Zweifel daran aufkommen lassen, dass dem Staat die Aufgabe zukommt, diese Bedingungen humaner gesellschaftlicher Verhältnisse sicher zustellen. Allerdings muss man bis zur Enzyklika Centesimus Annus 1991 den Vorrang der Marktwirtschaft eher indirekt aus den Ordnungsprinzipien und dem Menschenbild der katholischen Soziallehre rekonstruieren und immer wieder feststellen, dass die knappen Würdigungen von Markt und Wettbewerb in den kirchlichen Dokumenten begleitet sind von Warnungen vor seiner Alleingeltung als Ordnungsprinzip und vor seiner Zügellosigkeit. Oswald von Nell-Breuning, ein Sozialwissenschaftler an der hiesigen Hochschule, hat maßgeblichen Anteil an der Enzyklika Quadragesimo Anno 1931, in der diese Marktprinzipien stark relativiert werden.

Die Wende, die den expliziten Vorrang der Marktwirtschaft markiert, kommt mit der Enzyklika Centesimus Annus von Papst Johannes Paul II.: Zur Frage, ob der Kapitalismus nun das siegreiche Gesellschaftssystem und das Ziel jener Länder sei, die Wirtschaft und Gesellschaft zu transformieren versuchen, gibt er eher eine differenzierte Antwort: „Wird mit Kapitalismus ein Wirtschaftssystem bezeichnet, das die grundlegende und positive Rolle des Unternehmens, des Marktes, des Privateigentums und der daraus folgenden Verantwortung für die Produktionsmittel, der freien Kreativität des Menschen im Bereich der Wirtschaft anerkannt, ist die Antwort sicher positiv. Wird aber unter Kapitalismus ein System verstanden, in dem die wirtschaftliche Freiheit nicht in eine feste Rechtsordnung eingebunden ist, die sie in den Dienst der vollen menschlichen Freiheit stellt, dann ist die Antwort entschieden negativ.“ Er plädiert also für ein Wirtschaftssystem, das durch eine Ordnungspolitik gestaltet und gelenkt wird, eine Ordnungspolitik, die sich nicht nur auf das ökonomische, sondern auch das politische und soziale System erstreckt. Er weist zwar dem Staat die Aufgabe zu, durch seine Rahmengesetzgebung soziale

Gerechtigkeit zu gewährleisten, aber doch im zweiten Glied zu bleiben. Er sieht im freien Markt das wirksamste Instrument für die Anlage der Ressourcen und beste Befriedigung der Bedürfnisse. Das von Centesimus Annus favorisierte Wirtschaftssystem gleicht zweifellos dem Konzept der Sozialen Marktwirtschaft, nicht jedoch dem eines zügel- und regellosen Kapitalismus, mit dessen hässlichem Angesicht wir heute, ausgelöst durch die Finanzkrise, Subprime-Krise, Gier, Intransparenz, Exzesse und einer Kumulation von Markt- und Staatsversagen, konfrontiert sind.

Das hohe Gut der wirtschaftlichen Freiheit zerstört sich selbst, wenn es verantwortungs- und haftungslos ausgenutzt und ohne Leitplanken missbraucht wird. Wer für freie Märkte wirbt, meint nicht regellose Märkte!

Einen ähnlichen Hang zur Selbstausschaltung liegt dem Wettbewerbsprinzip zugrunde: Konkurrenten werden bekämpft, häufig geschluckt, die Marktmacht steigt, das Ziel sind Oligopole oder sogar Monopole. Der Markt und eine staatliche Rahmenordnung (Kartellgesetze) verhindern dies. Denn in der Marktwirtschaft dient der Wettbewerb nicht nur als Entdeckungsinstrument (neue Produkte, Innovationen), sondern gleichzeitig als Disziplinierungs- und Entmachtungsinstrument. Er entmachtet, weil er Alternativen für die Käufer schafft.

Konsequenterweise enthält die Enzyklika nicht nur ein Loblied auf die Freiheit des Marktes, sie sieht auch die Grenzen dieser Freiheit und definiert die Aufgaben des Staates als einer Norm setzenden Instanz, innerhalb derer sich das Wirtschaftsleben entfalten kann. Der Staat hat die Pflicht zur Ordnungspolitik. Hier entspricht das Anliegen der Enzyklika den Vorstellungen der Väter unserer Marktwirtschaft wie Walter Eucken, Wilhelm Röpke und Müller-Armack. Lassen Sie mich diesen Befund in vier Punkten herausstellen:

1. Jeder Markt braucht ein verlässliches Regelwerk. Dies gilt insbesondere im Hinblick auf die notwendige Systemstabilität, für Finanzmärkte, aber auch für Güter- und Dienstleistungsmärkte. Unter den Bedingungen der Globalisierung kann diese Regel- und Normsetzung nur noch bedingt einzelstaatlich erfolgen. Globale Regelwerke können und müssen von internationalen Organisationen (UNO, WTO, IWF, Weltbank, G20) gesetzt werden, mit der Kompetenz, sie nicht nur zu erlassen, sondern auch für deren Anwendung zu sorgen, Sanktionen eingeschlossen.
2. Der Ordnungsrahmen, in dem sich unternehmerische Tätigkeit entfalten kann, setzt einen handlungsfähigen Staat voraus, nicht aber einen Staatsmoloch mit Allzuständigkeit und dirigistischen Eingriffen.
3. Kartellrecht, Patentschutz, Betriebsverfassungsrecht, Aktiengesetz, Kapitalmarkt- und Bilanzrecht sind alles Bereiche, die in die Kompetenz staatlicher Regelsetzung im Sinne einer Rahmenordnung (Schiedsrichter) gehören.
4. Eingriffe des Staates in den Markt sind nur in Ausnahmefällen zur Abwehr drohender Gefahren für die Wirtschaftsordnung oder bei Fehlen und Missbrauch regulierender Instrumente gerechtfertigt.

Brandaktuell im Blick auf die staatlichen Eingriffe derzeit sind die Aussagen der Enzyklika (1991), dass der Staat auch „Vertretungsfunktion“ wahrnehmen kann, wenn gesellschaftliche Bereiche oder Unternehmenssysteme (Finanzinstitute!) zu schwach oder erst im Entstehen begriffen sind. Solche stellvertretenden

Interventionen, die durch dringende, vom Gemeinwohl geforderte Gründe gerechtfertigt sind, müssen aber zeitlich möglichst begrenzt sein, um nicht den genannten Bereichen und Unternehmenssystemen die ihnen eigenen Kompetenzen auf Dauer zu entziehen. Dies wäre sowohl für die wirtschaftliche wie für die bürgerliche Freiheit schädlich.

Fundamental basiert demnach unsere Wirtschaftsverfassung auf einer Trias: Markt – Staat – Moral. Als Institution kreativer Selbstbestimmung ist der Markt die ordnungspolitische Konsequenz des Grundwertes Freiheit. Damit der Markt aber funktioniert, sind neben den staatlichen Rahmenbedingungen Moral und Tugend unverzichtbar. Markt und Wettbewerb sind nicht nur eine sozioökonomische Technik, sondern eine kulturelle Veranstaltung. Das wussten auch die Väter der Sozialen Marktwirtschaft, die bei den am Wettbewerb Beteiligten auch Tugenden wie „Selbstdisziplin, Gerechtigkeitssinn, Ehrlichkeit, Fairness, Maßhalten, Gemeinsinn, feste sittliche Normen“ forderten. Sie müssten, so Wilhelm Röpke, diese Tugenden bereits mitbringen, wenn sie den Markt treten. Sie seien nicht erst auf dem Markt, im Spiel von Angebot und Nachfrage zu erwerben. Die moralische Grundlage des Marktes, so Röpke, seien die 10 Gebote. Ordnungspolitik kann also Moral weder entbehren noch sie ersetzen. Hier wird das Leitbild des ehrbaren Kaufmannes unmissverständlich postuliert.

Nun stellt sich die spannende Frage, wie wird moralisches Fehlverhalten sanktioniert. Märkte sanktionieren unternehmerische Fehlentwicklungen oder nicht mehr konkurrenzfähige Produkte mit dem Ausscheiden (Insolvenz); Staaten ahnden Verstöße gegen Gesetze mit Strafen. Verstöße gegen ethische Werte – bleiben sie ungeahndet? Dies leitet zur Frage der Ethik der Unternehmen in der Marktwirtschaft über.

Die menschlichen Tugenden, schreibt der Katechismus der katholischen Kirche, sind feste Neigungen des Verstandes und des Willens, die unsere Handlungen regeln, unsere Leidenschaft ordnen und unser Verhalten der Vernunft und den Glauben entsprechend leiten lassen. Sie lassen sich nach vier Kardinaltugenden ordnen: Klugheit, Gerechtigkeit, Tapferkeit, Mäßigung. Diese christlichen Kardinaltugenden, denen ja noch eine größere Anzahl von Kardinalsünden gegenüber stehen, in die Sprache der Wirtschaft übersetzt, heißen dort: ethische Führungsleitlinien. Eine möchte ich aus gegebenem Anlass besonders ansprechen: bei einer gelebten Kultur der Mäßigung, wie vom Bundespräsidenten angemahnt, hätte es die Vergütungsauswüchse bei einigen Unternehmensführern deutscher Spitzenunternehmen oder bei einigen Investmentbankern nicht gegeben oder geben dürfen. Sie diskreditieren das System als Ganzes und sind zutiefst unethisch und unanständig. Nicht alles, was legal ist, ist auch legitim. Im Übrigen kennt auch das geltende Aktienrecht die Herabsetzung von Vorstandsvergütungen bei einer substanziellen Verschlechterung der Lage.

Mit seinem berühmten gewordenen Diktum aus dem Jahre 1970: „The social responsibility of business is business (increase of profits).“ Milton Friedman – rund 10 Jahre vor der Veröffentlichung des Schlüsselwerkes von Hans Jonas „Das Prinzip – Verantwortung“ – Leitplanken des Shareholder-Value definiert, von dem der angloamerikanische Kapitalmarkt stark geprägt ist. Ebenso wenig ist die

Friedman'sche apodiktische Feststellung akzeptanzfähig, Manager seien als Agenten der Eigner nur diesen verpflichtet, für eine Wahrnehmung soziopolitischer Aufgaben fehle ihnen die Legitimation. Er betonte, dass man dem Management keine Entscheidungsspielräume für Lieblingsprojekte, auch nicht für solche karitativer Natur, zugestehen dürfe, weil dies Anreize zu Diebstahl an den Eigner bieten könne. Er, wie auch eine Vielzahl seiner Schüler, argumentierten, dass es keiner spezifischen Unternehmensethik bedürfe. Und Ethik ist bei ihnen eine Frage der Rahmenbedingungen, der Rechtsordnung und der Kultur, die das Unternehmen als Institution nicht erfasse.

Diese Position wurde während der letzten beiden Jahrzehnte zunehmend in Frage gestellt, theoretisch, wie im praktischen Handeln. Mit Begriffen wie Corporate Social Responsibility, Sustainability und Corporate Citizenship – alles Anglizismen – wurden und werden Aktivitäten und Verpflichtungen in den Diskurs eingebracht, die Unternehmen über ihre ökonomische Zielsetzung hinaus wahrnehmen und wahrnehmen sollten. Dabei müssen zwei Stoßrichtungen unterschieden werden: Zum einen die interne Unternehmensethik, die sich an Führungskräfte und Mitarbeiter richtet und die externe Unternehmensethik, die das gesellschaftliche und ökonomische Umfeld einbezieht. Man kann auch im ersten Fall von einer Verhaltens- oder Handlungsethik, im zweiten Fall von einer Verantwortungsethik sprechen. Die überwiegende Mehrzahl der großen, börsennotierten Gesellschaften, die ja zumeist breit international aufgestellt sind, haben sich in den letzten 10 Jahren, stark beeinflusst durch den engagierten öffentlichen Diskurs, ethische Verhaltensregeln gegeben, in Form von Codes of Conduct, Ethical Codes, CSR-Principles, UN Global Compact und anderen Instrumenten, die im Wege der Selbstregulierung und der Selbstverpflichtung Verhaltensnormen für Mitarbeiter, Führungskräfte, aber auch für Kunden und Handelspartner beschreiben. Über die reine Compliance hinaus, also der Einhaltung von Gesetzen und Rechtsnormen, werden damit Einstellungen und Werthaltungen kodifiziert, die das Unternehmen insbesondere, wenn es global agiert, von dem Makel unethischen Verhaltens fernhalten sollen und dabei gleichzeitig Reputationsrisiken vermeiden helfen (Verbot von Diskriminierung, Verbot von Kartellabsprachen, Korruption, Vorteilsgewährung, Insider-Information/Insider-Handel, Interessenkonflikte, Verhalten gegenüber Behörden, u. a. Schmiergelder und Bestechung).

Solche Unternehmensrichtlinien, die man auch als das niedergeschriebene Gewissen bezeichnen kann, sind als ethische Orientierungs- und Handlungsleitlinien wichtig und zwar aus folgenden Gründen:

- Sie helfen einem Unternehmen und seinen Managern, seine nicht ökonomischen Verantwortlichkeiten zu erkennen und zu definieren.
- Sie geben Orientierung in ethisch mehrdeutigen Situationen und vermeiden so willkürliche Ad hoc-Entscheidungen.
- Sie wirken einer fortschreitenden Reglementierung durch den Staat und seiner Behörden entgegen und erhalten so unternehmerische Freiheit. Sie vermindern gesellschaftliche Transaktionskosten.

Dabei muss der Geltungsgrad solcher Kodizes nicht bei den eigenen Mitarbeitern aufhören, sondern er wird zunehmend auch andere Geschäftspartner gleichermaßen

verpflichten. So haben viele Unternehmen nicht nur zu so sensiblen Sachverhalten wie Kinderarbeit, Arbeit von Strafgefangenen und Umgang mit kulturellen Minderheiten eine dezidierte, klare Stellung bezogen, sondern einen Verhaltenskodex aufgestellt, nach dessen Kriterien auch die Geschäftspartner ausgewählt werden.

Nun lehrt der Fall Siemens, dass trotz etablierter Kodizes, trotz verbaler Anerkennung internationaler Regeln, trotz Mitgliedschaft bei Transparency International Korruption in breitem Ausmaß stattgefunden hat. Nun, bei allem was man als Außenstehender weiß, fehlte den Akteuren nicht nur das Unrechtsbewusstsein, es haben die Kontroll- und Überprüfungsmechanismen versagt, oder waren nicht etabliert, Risikosysteme wurden nur lückenhaft umgesetzt. Der Fall zeigt aber auch, dass Korruption sich nicht lohnt, sich nicht rechnet. Vorüber sind gottlob die Zeiten, wo nützliche Abgaben im Inland von der Steuer abgesetzt werden konnten oder sich Kartellabsprachen trotz mäßiger Bußgelder allemal rechneten. Der Ausschluss von Ausschreibungen und von Aufträgen sowie Sanktionen und Bußgelder in Milliarden-Höhe bedrohen die Unternehmen. Der Schwerpunkt von Compliance inkl. der Einhaltung von ethischen Kodizes liegt in der Prävention und ist damit eine genuine Managementaufgabe. Geschäftsmoral ist Chefsache und nicht allein in der PR-Abteilung abgelegt.

Eine ähnlich präventive Wirkung geht von dem so genannten UN Global Compact aus, der Anfang dieses Jahrhunderts vom früheren UN-Generalsekretär Kofi Annan auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos formuliert wurde und dem mittlerweile eine große Zahl international tätiger Unternehmen – im Sinne einer globalen Ethik auf freiwilliger Basis – beigetreten sind. Die 10 principles in den Bereichen human rights, labour standards, environment und anti-corruption formulierten ethische Normen, deren Nichteinhaltung durch die Mitglieder einer ganz besonderen Sanktion unterliegen, die schärfer ist als jedes Bußgeld: Die Anklage in der Öffentlichkeit und in den Medien, in den Märkten, in der Gesellschaft (Prangerwirkung)

So wie im politischen Bereich der Untergang der östlichen Systeme vor rund 20 Jahren auch durch das Prinzip „Wandel durch Handel“ mit herbeigeführt wurde, tragen solche globale Normen, die von den Unternehmen gelebt und eingehalten werden, mit dazu bei, diese Werte in zivilisatorisch unterentwickelte Regimes und Märkten zu etablieren auf dem Wege zu einer globalen Sozialen Marktwirtschaft als Werteordnung. Ein Weg, der noch weit ist gerade auch in Märkten, die nach dem Zusammenbruch des Sozialismus entstanden sind.

Ein letzter Aspekt unter dem Gesichtspunkt Werteorientierung: Die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen. Unternehmen sind nicht nur ökonomische, sondern auch gesellschaftliche Veranstaltungen. Sie leben von Voraussetzungen und Bedingungen, die sie selbst nicht geschaffen haben oder garantieren können. Daher sind sie als Subsystem Teil der policy mit Verankerung in der Gesellschaft und Verantwortung für die Gesellschaft. Kurt Biedenkopf bezeichnete in den 70er Jahren dieses Rollenverständnis vom Unternehmen als Sozialverband, als Social Entity mit all den Implikationen, die dies für das zivilisatorische Niveau einer Gesellschaft mit sich bringt.



Für mich gilt Verantwortung als ethisches Prinzip umfassend in der vollen Wertschöpfungskette, also sowohl im Prozess der Gewinnerzielung wie auch bei der Gewinnverwendung. Wird Gewinnstreben mit unlauteren oder gar ungesetzlichen Mitteln betrieben, treten nicht nur die staatlichen Rahmenbedingungen auf den Plan, sondern der Markt selbst bestraft solches Fehlverhalten in zunehmenden Maße (s. Siemens). Dann hilft auch die Finanzierung eines Kindergartens oder das Sponsern eines Opernkonzertes relativ wenig.

Wenn also die gesellschaftliche Verantwortung gegenüber Stakeholdern genuiner Bestandteil des unternehmerischen Selbstverständnisses ist, dann bedarf es auch eines aktiven Engagements personeller wie finanzieller Art für die Zivilgesellschaft.

In Deutschland ist diese Kultur, diese Ethik des Förderns und Gebens, bei den Unternehmen deutlicher unterentwickelt als in den USA. Dabei ist die Attraktivität eines Unternehmens für qualifizierte Mitarbeiter und Arbeitskräfte nicht alleine von Lohn, Gehalt, Steuersätzen und Wohnungspreisen bestimmt, sondern auch vom kulturellen Profil einer Region. Frankfurt Rhein-Main z. B. steht im Wettbewerb mit London, Amsterdam, Mailand, Paris, nicht nur als Finanzstandort, nicht nur im ökonomischen Wettbewerb, sondern auch im Wettbewerb um das urbane und kulturelle Profil. Unternehmen und Banken profitieren also von ihrem zivilgesellschaftlichen Engagement, ein immaterieller Vorteil, der zwar keinen Eingang in die Bilanz findet, dafür aber die Attraktivität als Arbeitgeber erhöht. Ich vermag daher den häufig gehörten Hinweis, ein philanthropisches Engagement des Unternehmens liege nicht im Interesse der Shareholder oder sei sogar Veruntreuung des Aktionärsvermögens (s. Milton Friedman), nicht nachzuvollziehen. Denn wenn gesellschaftliche Verantwortung eine strategische Managementaufgabe ist, dann auch deren Umsetzung und Realisation im Interesse der Aktionäre.

Wilhelm Röpke hatte die wirtschaftliche Elite im Blick, als er nicht nur von Leistungsträgern, sondern von „Aristokraten des Gemeinsinns“ sprach, die eine Gesellschaft hervorbringen muss. Ich wäre sehr froh, wenn sich die Manager und Unternehmer heute als Mitglieder dieser Nobilitas naturalis verstehen würden.

Begonnen hatte ich mit einem Schriftsteller, enden will ich mit einem, wenn auch ungleich Berühmteren: Thomas Mann. Er formulierte 1938 in einer Rede vor dem American Committee for Christian Refugees den Generalnenner der *Conditio humana* des europäischen Menschen. „Das Christentum, aus dem Judentum erblüht, ist das Erhabenste und Beste, was die westliche Hemispähre hervorgebracht hat. Jeder Angriff auf das Christentum bedeutet einen Rückfall in Immoralität und Barberei.“ Und Thomas Mann erlaubt sich die strenge Gleichsetzung von Christentum und Demokratie: „Demokratie ist nichts anderes als der politische Name für Ideale, welche das Christentum als Religion hervorgebracht hat.“

Und ich füge hinzu: Da Marktwirtschaft und Demokratie – ohne demokratische Gesellschaft keine freien Märkte – Koppelprodukte sind, was Thomas Mann 1938 noch nicht wissen konnte, sind christliche Werte konstitutive Elemente einer ordoliberalen Wirtschaftsverfassung. Ihre Bedeutung nimmt, wenn auch unter anderer Begrifflichkeit, im Blick auf die Globalisierung der Sozialen Marktwirtschaft nicht ab, sondern zu.