

Was ist ‚wertvoll‘ für die Wirtschaft?

MARKUS BREUER*

Rezension zu Christoph Weber-Berg (2007): Mehrwert Ethik – Added Values in Wirtschaft und Management, Zürich: Versus Verlag, ISBN 978-3-03909-099-0.

Das Buch ‚Mehrwert Ethik, Added Values in Wirtschaft und Management‘ erhebt den Anspruch, eine leicht lesbare Einführung in Wirtschafts- und Unternehmensethik zu sein – und man kann bereits hier betonen, dass dieser Anspruch erreicht wird. Die klare Gliederung in vier Kapitel, die stichwortartigen Marginalien sowie sehr gute und sinnvoll verwendete Visualisierungen erleichtern den Einstieg in die Lektüre.

Die vier Hauptteile des Buches umfassen eine Einführung in ethische Grundbegriffe, eine Verhältnisbestimmung von Wirtschaft und Ethik, eine Darstellung von Konzepten der Konkretisierung von Ethik in Wirtschaft und Unternehmen sowie ein Kapitel über die Umsetzung und Implementierung von Ethik in Unternehmen.

Der erste Teil befasst sich Schritt für Schritt mit Begriffen wie Ethik, Moral, Tugend, Gewissen, Wert, Norm und Prinzip. Wenn auch nicht ganz deutlich wird, weshalb genau die vorliegende Auswahl an Begriffen getroffen wurde, so wird hier ein begriffliches Instrumentarium ausgebreitet, das durchaus einen Beitrag zur Verbesserung der ethischen Argumentationsfähigkeit von aktuellen und zukünftigen Führungskräften der Wirtschaft leisten kann. Dabei werden bewusst hochwissenschaftliche und (pseudo-)philosophische Diskussionen ausgespart.

Der zweite Teil des Buches gibt einen systematischen und einen historischen Überblick über mögliche und tatsächliche Verhältnisbestimmungen von Ethik und Marktwirtschaft. Der Autor argumentiert dabei für eine integrative Sicht:

„Die Forderung, ethische und ökonomische Vernunft zu integrieren und normative wirtschaftliche Entscheidungen ethisch zu begründen, ist also nicht die Forderung, etwas zu tun, was sich nicht von sich aus ergeben würde, sondern die Forderung, etwas bewusst zu tun, was sonst schlicht unbewusst und unreflektiert geschieht und damit zu moralischen Zufallsergebnissen führt“ (71).

Ebenfalls im zweiten Teil wird für eine „neue gesellschaftliche Arbeitsteilung“ (87) argumentiert, die angesichts von Globalisierung und abnehmenden nationalstaatlichen Einflussmöglichkeiten die Unternehmen verstärkt in die Verantwortung ruft.

* Dr. Markus Breuer, Freier Mitarbeiter am Institut für Wirtschaftsethik der Universität St. Gallen und tätig in der Studienadministration der St. Galler Business School, Guisanstrasse 93, CH-9010 St. Gallen, Tel.: +41-(0)76-5338470, E-Mail: markusbreuer@gmx.ch, Forschungsschwerpunkte: Globalisierung, CSR, Corporate Citizenship.

Der dritte Teil ist hauptsächlich den Ausführungen über Begriff und Konzept der Nachhaltigkeit gewidmet, ohne dabei einfach nur blind unterschiedlichen Mode-Trends nachzulauen. Dabei wird für ein normatives Verständnis von Nachhaltigkeit argumentiert, das – anlehnd an Hans Jonas – Nachhaltigkeit als ethisches Prinzip verstehen will, welches den kategorischen Imperativ um die zeitliche Dimension erweitert. Aber auch hier bleiben die Formulierungen und Zusammenhänge klar und pointiert, so dass auch Praktiker etwas mit diesen normativen Überlegungen anfangen können. Etwas weniger Platz nimmt die Darstellung von Corporate Social Responsibility (CSR) und Corporate Citizenship (CC) als mögliche Perspektiven konzeptioneller Wahrnehmung von Ethik im Unternehmenskontext ein. Dies ist umso bedauerlicher, als insbesondere der Begriff der Nachhaltigkeit durch seine mediale Präsenz derzeit im Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit steht. Allerdings sollte dabei die Dimension einer sozialen Nachhaltigkeit nicht aus den Augen verloren werden, wie sie in den umfassenden Konzepten von CSR und CC zum Ausdruck kommt.

Der Umsetzung ethischer Werte im Unternehmen ist dann der vierte Teil des Buches gewidmet. Hier wird vergleichsweise knapp auf mögliche Umsetzungsschritte auf verschiedenen Stufen des Unternehmens sowie in verschiedenen Management-Bereichen hingewiesen. Es kommen Management-Systeme wie das Werte-Management-System^{ZFW} nach Wieland oder das Integritäts-Management nach Waxenberger kurz zur Sprache. Literaturhinweise am Rand weisen auf Vertiefungsmöglichkeiten in Publikationen der entsprechenden Autoren hin. Diese Auswahl wirkt zunächst etwas willkürlich. Schnell wird aber klar, dass beide beispielhaft gewählten Ansätze sich gut in das Gesamtgefüge einpassen, in angemessener Weise auch Praktiker klar und deutlich ansprechen sowie lediglich als Beispiele zu verstehen sind, da auch der Autor weiß, dass es noch mehr Ansätze und Konzepte gibt.

Teil fünf, der Anhang des Buches, enthält Hinweise auf die Behandlung ethischer Dilemmata sowie die Regeln eines ethischen Diskurses.

Das Buch kommt nicht ganz ohne Abstriche aus, lässt da und dort eine Vertiefung vermissen. Es wird jedoch seinem im Vorwort erhobenen Anspruch durchaus gerecht und führt den Leser ohne grossen Aufwand in die Thematik ein. Die Sprache ist flüssig und mit wenigen Ausnahmen gut verständlich. Es ist als begleitende Lektüre zu Lehrveranstaltungen ebenso geeignet wie für Leser, die sich selbstständig mit dem Thema der Wirtschafts- und Unternehmensethik vertraut machen wollen. Gut gelungen erscheint auch die Aufmachung des Buches mit Grafiken der Lörracher Künstlerin Gabriele Menzer auf dem Umschlag und vor jedem Kapitel. „Mehrwert Ethik“ ist insgesamt ein empfehlenswertes Buch, das nicht nur grundlegendes Orientierungswissen vermittelt, sondern auch zur ethischen Argumentationsfähigkeit eines breiten Zielpublikums beitragen kann.