

Dissertationsprojekt „Die Verantwortung der Unternehmung“

JOACHIM FETZER

In his doctoral dissertation the author combines the analysis of corporate moral responsibility with a theological framework of social interaction. Starting with basic questions as: "What do we mean with the term »corporation«?", "How do we use the term »responsibility«?", "How does our responsibility-talk work in society?" he develops a cogent argumentation for the concept of Corporate Responsibility. He investigates Corporate Responsibility discussing relevant theories of business-ethics, the shareholder- and stakeholder-models of the firm, concepts of corporate citizenship, and ethic-measures in corporations. Striving for a theological foundation of the churches as responsible actors in social discourses he compares and combines elements of German Lutheran ethics with US-American covenantal ethics.

1 Der praktische und theoretische Kontext

„Ein Unternehmen als Institution muss und kann moralische Verantwortung übernehmen.“ Dieser erfreulich klare Satz stammt aus dem neu erschienenen „Kompendium Management in Banking and Finance“ der Bankakademie. Der Autor stellt fest, dass die klassische Ethik mit der Moral von Personen befasst sei und fährt fort. „Die Frage, ob diese Methodik auf eine Institution, ein Unternehmen übertragbar sei oder ob sie nur für die in einem Unternehmen Tätigen als Individuen gelten könne, wurde bis in die jüngste Vergangenheit kontrovers diskutiert. Heute wird sie eindeutig mit »Ja« beantwortet“ (Seidel 2002: 487). Während dieser Autor für die erstgenannte Alternative plädiert, ist die Diskussionslage keineswegs „eindeutig“. Im Kontext von Kirchen und Theologie ist sogar die gegenteilige Auffassung vorherrschend: Verantwortung sei immer individuell und personal zu verstehen. Mit meiner Dissertation will ich einen Beitrag zu der erstgenannten Eindeutigkeit leisten - die allerdings erst eine künftige ist.

Relativ eindeutig erkannt sind technologisch und gesellschaftlich veränderte Bedingungen für die Funktionsweise von Verantwortungszuschreibung und -übernahme. Diese lassen sich zusammenfassen als Verlängerung der Handlungsketten, Interdependenz allen Handelns und gesteigerte Komplexität individueller Entscheidungssituationen. Diese Faktoren sind ihrerseits Gründe für den verstärkt hörbaren „Ruf nach Verantwortung“ (vgl. Kaufmann 1992). Die moraltheoretischen Konsequenzen dieser gesellschaftstheoretischen Diagnosen sind höchst unterschiedlich: Sie reichen von der Verabschiedung des Verantwortungskonzepts als solchem (bei Luhmann)

über die Forderung eines (individuellen) Verantwortungsgefühls auch für Folgen, die das Individuum nicht einmal vorhersehen konnte (bei Zimmerli), bis zu allerlei Sündenbockphänomenen (z.B. „Ökonomismus als Grundübel“). Eine andere Konsequenz könnte sein, die Klasse der verantwortungsfähigen Subjekte um korporative Akteure unterschiedlicher Art (darunter Unternehmen) zu erweitern. Dem widersteht nach wie vor das Dogma von der „letztlich“ stets nur individuellen Verantwortung. Alle Versuche einer „Ethik der Governance“ (Wieland 2001), alles Reden von Corporate Responsibility steht unter diesem fast schon ideologisch verfestigten Vorbehalt, der seinen Schatten bis in das Strafrecht hinein wirft (vgl. Mittelsdorf 2001). Nicht nur die Aufklärung, sondern auch die jüdisch-christliche Tradition haben zu dieser Fixierung beigetragen. Dass es zu Fragen der Unternehmensethik kaum theologische Beiträge gibt, mag auch darin seine Ursachen haben.

In der Arbeit verfolge ich *erstens* das Ziel, die These zu belegen, dass die Funktionsweise des Verantwortungsbegriffs durch seine Anwendung auf Unternehmen in keiner Weise beeinträchtigt wird (2). *Zweitens* erläutere ich die verschiedenen Dimensionen der Unternehmensverantwortung und nehme dabei - en passant - Stellung zu klassischen unternehmensethischen Beiträgen (3). Schließlich frage ich *drittens*, welche theologischen Ansätze geeignet sind, einen konstruktiven Beitrag der Kirchen zur Entwicklung der Corporate Responsibility-Diskussion zu ermöglichen. Zu diesem Zweck versuche ich, Entwicklungen der us-amerikanischen Theologiebildung für die deutsche Theologie anschlussfähig und fruchtbar zu machen (4).

2 Unternehmensverantwortung ist „denkbar“

2.1 Begriffsarbeit

Für die erste Aufgabe ist zunächst Begriffsarbeit nötig, bei der sich in exemplarischer Weise das Problem der Interdisziplinarität stellt. Denn der Begriff der Unternehmung ist in der philosophisch-theologischen Tradition genau so ein Fremdwort wie der Begriff der Verantwortung in den zunehmend mathematisierten ökonomischen Debatten. Aber selbst innerhalb der scheinbar zuständigen Disziplinen finden sich höchst unterschiedliche Fassungen der jeweiligen Begrifflichkeiten.

Ich versuche eine Annäherung an die Begriffe „Unternehmung“ und „Verantwortung“, indem ich aus den jeweiligen Diskursen (Sichtung von Unternehmens- und Organisationstheorien und den verschiedenen Entwürfen und Modellen des Verantwortungsschemas) die jeweils gemeinsamen Elemente so entnehme, dass einerseits der Gegenstandsbereich (Unternehmen und Verantwortung) abgrenzbar wird, andererseits aber die zu diskutieren-

den Themen (Freiheit und/oder Determination? Zweckorientierung worauf? Funktionsspezifität von Unternehmen? Fremd- oder Selbstzuschreibung von Verantwortung? usw.) nicht schon durch Begriffsdefinitionen oder durch redundante Wiederholung von „Wesensbestimmungen“ (scheinbar) beantwortet werden. Denn es ist zum Beispiel sinnlos, über Unternehmensverantwortung zu diskutieren, dabei Unternehmen als auf Gewinnmaximierung programmierte Maschinen zu definieren und gleichzeitig bezüglich des Verantwortungsbegriffs die selbstbewusst-freie Wahl von Handlungszielen und -mitteln zu fordern.¹

Unter Unternehmen verstehe ich identifizierbare Organisationen, die mit Zielsetzungen verknüpft sind, welche aus Bedürfnissen außerhalb der Organisation erwachsen. Organisationen sind dabei verstanden als durch Mitgliedschaft bzw. mitgliedschaftsanaloge Mechanismen abgrenzbare Interaktionssysteme. Dies ist keine Wesensbestimmung, keine Ontologie und auch keine Metaphysik der Unternehmung, sondern eine Arbeitsdefinition, die den Anspruch hat, anschlussfähig zu sein an die unterschiedlichen Schwerpunktsetzungen der verschiedenen Unternehmens- und Organisationstheorien, die gleichzeitig die verschiedenen (Rechts-)Formen und Strukturen real existierender Unternehmen inkludiert, die aber auch Abgrenzungen ermöglicht - z.B. gegenüber Haushalten, gegenüber Funktionssystemen (wie „der Wirtschaft“; vgl. Luhmann 1975 und Luhmann 1997: 743ff, 812ff, 826ff) oder gegenüber dem Begriff des Kollektivs.

Analog frage ich nach dem semantischen Mindestgehalt des Verantwortungsbegriffs und bestimme diesen als „Eintreten(-Müssen) oder Einstehen(-Müssen) eines Subjekts für ein Objekt.“ Unterschiedliche Verantwortungstypen (z.B. straf- oder zivilrechtliche, religiöse, politische Verantwortung, Aufgaben-, Fürsorge- und Handlungsfolgenverantwortung) sind kontextabhängige Spezifikationen jener Relation.

Trotzdem ist diese formale begriffliche Bestimmung nicht trivial. Denn ihr zufolge enthält jede sinnvolle Rede von Verantwortung die Bestimmung eines oder mehrerer Verantwortungssubjekte, eines Verantwortungsobjektes und eine normativ relevante Relationsbehauptung, die ihrerseits auf mannigfaltige Weise begründet werden kann. Die verschiedenen - sich teilweise ausschließenden - Verantwortungstheorien sind entweder als Explikationen jener Relation oder als Begründungen spezifischer Verantwortungsrelationen in bestimmten Kontexten zu verstehen.

Wer Verantwortung zugeschrieben bekommt, sie übernehmen darf oder muss, ist Ergebnis verschiedener, stets unabgeschlossener Kommunikationsprozesse. In diesen können auch ethische Theoriebildungen oder ethische Traditionen eine Rolle spielen. Der Verantwortungsbegriff begründet keine ethischen Wertungen, sondern transportiert diese lediglich. Aber jede

Rede von Verantwortung bleibt unterbestimmt, wenn unklar ist, von welchem Subjekt und welchem Objekt die Rede ist. Es lässt sich zeigen, dass es ganz häufig eine unpräzise Benennung von Subjekt und/oder Objekt ist, welche in den Verantwortungsdiskursen Verwirrung anrichtet. Man meint dann, diese Verwirrung durch die Unterscheidung von Verantwortungstypen heilen zu können. Faktisch werden dabei normative Wertungen oder Prinzipien in den Verantwortungsbegriff hineingeschmuggelt, statt sie als eigenständige Argumentationselemente explizit zu machen.

Diese abstrahierende Begriffsarbeit ist deshalb nötig, weil - wie ich zeigen kann - viele philosophische oder theologische Gegner der These von der Unternehmensverantwortung mit Tautologien argumentieren, nach dem Muster: Beschreibe einen Begriff so, dass er prinzipiell nur auf menschliche Individuen anwendbar ist, und stelle dann fest, dass der Begriff nur auf menschliche Individuen anwendbar ist.²

2.2 Einwandwiderlegungen und Prüfung der Anwendungsfähigkeit des Verantwortungsbegriffs auf Unternehmen

Andere Einwendungen wählen einen Umweg über andere Begriffe der philosophisch- oder theologisch-anthropologischen Tradition, z.B.: Verantwortung übernehmen könnten nur *Personen*; Verantwortungsfähigkeit setze *Handlungsfähigkeit* oder *Willensfreiheit* voraus usw. Die Argumentation hängt dann natürlich daran, was genau am Personbegriff, am Handlungsbegriff, am Begriff der Willensfreiheit für die Kommunikation von und über Verantwortung relevant ist. Am Beispiel des Personbegriffs unter Einbeziehung seiner philosophisch-theologischen Begriffsgeschichte und in kritischer Auseinandersetzung mit Kleinfeld (1998) lässt sich zeigen, dass auch diese Argumentationen nicht stichhaltig sind.³

Allerdings sind diese anthropologischen Begriffe im Kontext der Verantwortungsdiskussion nicht funktionslos. Doch nicht auf die Begriffe, sondern auf deren jeweilige semantische Funktion bei Verantwortungszuschreibungen (Selbstzuschreibung - Fremdzuschreibung) kommt es an. Eine Analyse dieser Beziehungen zeigt, dass unser (an Individuen) eingeübter Umgang mit Verantwortung von vier konstitutiven Annahmen über das Subjekt der Verantwortung ausgeht:

- 1) Es darf keine externe Determination vorliegen, sondern eine innere Struktur, welche die Handlungen des Subjekts zumindest teilweise mitbestimmen (traditionelle Begriffe⁴: z.B. Wille, Intentionalität).
- 2) Die innere Struktur (wie auch immer beschrieben) muss unter Mitwirkung des Subjekts veränderbar sein (traditionelle Begriffe: z.B. Willensfreiheit, Einsichts- und Lernfähigkeit, reflexives Bewusstsein, Gewissen).

3) Das Subjekt muss die externe Zurechnung von Verantwortung wahrnehmen und in irgendeiner Weise verarbeiten können und insofern an der menschlichen Sozialität teilnehmen (traditionelle Begriffe: z.B. Sprachfähigkeit, Relationalität).

4) Das Subjekt muss identifizierbar sein, sowohl in Unterscheidung von anderen Subjekten, als auch über einen Zeitraum hinweg als diachrone Identität. (Dies leistet traditionellerweise bei Individuen der Begriff der Person.)

Wenn eine dieser Annahmen bei Unternehmen prinzipiell (!) nicht erfüllt ist, dann funktioniert die Rede von Verantwortung nicht mehr so, wie dies in der Tradition der Fall war. Dann könnte sie aber auch nicht mehr ihre Funktion erfüllen, moralische Wertungen anwendungsbezogen zu transportieren. Konsequenterweise sollte man dann auf die Rede von Unternehmensverantwortung verzichten, weil daraus nur unnötige Äquivokationen und Konfusionen folgen würden. Doch müssen diese Annahmen gerade auch bei Unternehmen getroffen werden. Ich zeige insbesondere, dass die Unternehmenshandlungen eben nicht - wie oft unterstellt - durch das Handeln von Individuen determiniert werden. Die Analyse des Problems strategischer Interdependenz (mit Hilfe des Modells des Prisoner's Dilemma) legt es nahe, den systematischen Ort der Unternehmensmoral in der (unternehmensinterne) Rahmenordnung zu sehen - auch dann, wenn ontologisch die Unternehmenshandlungen auf individuelle Handlungen zurückgeführt werden können. Wieland nennt dies im Rahmen der Governanceethik die Koordinations- und Kooperationsmechanismen (vgl. Wieland 2001), wobei m.E. zu beachten ist, dass diese eben nicht nur formellen, sondern auch und ganz wesentlich informellen Charakter⁵ haben. Diese sind veränderbar, und auch die Veränderung lässt sich zwar von Individuen (z.B. Vorständen) beeinflussen, aber nicht determinieren. Dass Unternehmen an den menschlichen Kommunikationsprozessen teilnehmen, lässt sich ebenfalls deutlich machen und unterscheidet diese z.B. von Tieren, die daher mit guten Gründen nicht als verantwortungsfähig gelten, obwohl ihnen so etwas wie Intentionalität nicht abzusprechen ist. Während die Identifizierbarkeit bei Individuen bis zu einem gewissen Grad qua körperlicher Geburt gegeben ist, muss diese bei Unternehmen erst im Gründungsprozess hergestellt werden, geht aber dann über in eine darstellbare Geschichtlichkeit. Die Ausbildung einer konsistenten Identität (Persönlichkeit) ist hier wie dort (bei Individuen wie Unternehmen) eine Möglichkeit und eine Aufgabe - keine Voraussetzung.

Argumentativ bleibt eine offene Flanke: Wer menschliche Körperlichkeit (Größe bis 220 cm, Lebensalter bis 120 Jahre, meistens zwei Hände, Füße, Augen, Ohren, aber nur ein Mund) als notwendig für Verantwortungsfä-

higkeit ansieht, den können alle weiteren Argumente nicht überzeugen. Doch damit sind wir wieder bei den oben genannten Tautologien.

So trivial es klingen mag: Unternehmen sind keine Menschen. Sie sind - unter dem Aspekt der Verantwortung - aber auch keine Zusammenfassung menschlicher Individuen. Die These von der Unternehmensverantwortung sollte strikt auseinandergehalten werden von der Idee einer Kollektivverantwortung. Nicht das Kollektiv der Unternehmensmitglieder kann als verantwortlich bezeichnet werden, sondern eben das Unternehmen (zur Begriffsbestimmung vgl. oben Abschnitt 2.1). Das ist schon weniger trivial.

Schließlich ist strikt zu unterscheiden: die Frage nach der Verantwortung einzelner Mitarbeiter von der Frage nach der jeweiligen Unternehmensverantwortung. Je nach Macht, Zentralität und Mitwirkung können (und müssen) Individuen in unterschiedlicher Weise Mitverantwortung *für* die Entwicklung des Unternehmens und seine Repräsentation nach außen übernehmen. Doch diese Mitverantwortung bleibt (als Einflussgröße) unterschieden von der Verantwortung *des* Unternehmens. Dies gilt nicht nur für MitarbeiterInnen unterer Ebenen, sondern auch für Vorstände und Aufsichtsräte. Sie unterscheiden sich im Grad der Mitverantwortung.

3 Dimensionen der Unternehmensverantwortung in der wirtschaftsethischen Diskussion

Mit der Verwendung des Verantwortungsbegriffs werden - auch in theologischen Diskursen - moralische Inhalte nicht erzeugt, sondern transportiert. So liegt es nahe, einer Erörterung der Unternehmensverantwortung die drei Grunddimensionen der Ethik (nach Schleiermacher) zugrunde zu legen: Güter-, Pflicht- und Tugendethik.

3.1 Wofür sind Unternehmen verantwortlich?

Die Beantwortung dieser Frage ist kontext- und damit gesellschaftsabhängig. Nach Erörterungen zum Verhältnis moralischer, vertraglicher und rechtlicher Unternehmensverantwortung rekonstruiere ich Kerndimensionen der Aufgabenverantwortung, die Unternehmen in westlichen Gesellschaften üblicherweise zugeschrieben werden, worauf ich in dieser Kurzdarstellung nicht näher eingehen kann. Diese sind im allgemeinen unstrittig, werden aber bei der Zuschreibung weiterer Aufgaben häufig vergessen. Mit Ulrich (1997: 397ff.) gehe ich davon aus, dass es kein „als solches“ ethisch legitimierbares Gewinnprinzip gibt. Anders als dieser meine ich aber, dass marktwirtschaftliche und wettbewerbliche Rahmenordnungen als Instrumente begriffen werden können, mit Hilfe derer gesellschaftliche Erwartungen und Verantwortungszuschreibungen an Unternehmen wirksam

kommuniziert werden. Die Ergebnisse dieses Kommunikations- oder Abstimmungsmechanismus lassen sich kritisieren - wie man auch die Ergebnisse demokratischer Wahlen oder die Handlungen der durch demokratische Wahl Legitimierten kritisieren kann. Dies hat aber nichts zu tun mit dem Verhältnis von Gewinnprinzip (oder Demokratieprinzip) auf der einen Seite und Moral auf der anderen Seite. Vielmehr geht es dabei um innerethische Debatten darüber, was eine gute Gesellschaft ausmacht, wie Aufgabenverantwortung verteilt werden soll u.v.m.

Bis auf weiteres spricht m.E. viel für die Richtigkeitsvermutung des Demokratieprinzips für politische Organisationen (d.h. Staaten) und für die Richtigkeitsvermutung des Gewinnprinzips für Wirtschaftsunternehmen. Ich benenne Indizien, bei deren Vorliegen diese Richtigkeitsvermutung gestört ist und formuliere einen Vorschlag, welche Prüfungsschritte dann in einem Unternehmen angemessen sind. Dabei wird der Vorschlag von Homann/Blome-Drees (1992: 156ff.) kritisch reformuliert, wenngleich ich in der Bewertung von Marktprozessen und in der Forderung nach einer Kultur der Begründbarkeit mit diesen durchaus konform gehe.

3.2 Wem gegenüber sind Unternehmen verantwortlich?

Diese Frage erscheint häufig im Gewand der Shareholder-Stakeholder-Debatte. Das Stakeholder-Modell ist zur Identifikation von *Adressaten* der Unternehmensverantwortung hilfreich, die dadurch aber noch nicht zu *Instanzen* der Unternehmensverantwortung werden. In der Fassung von Evan/Freeman (1988) neigt der Ansatz zu naturalistischen Fehlschlüssen und beruft sich zu Unrecht auf die kantianische Ethik-Tradition. Gegenüber diesem machtstrategischen Stakeholder-Konzept ist das normativ-kritische Stakeholder-Konzept (Ulrich 1997: 438ff.) faktisch funktionslos. Allgemeiner lässt sich feststellen: Die Bestimmung dessen, wofür Unternehmen verantwortlich sind oder sein sollen, kann nicht an eine Verantwortungsinstanz delegiert werden: weder an Shareholder, noch an Stakeholder (in keinem Konzept!) und auch an keine Rahmenordnung. Die (letztlich vergebliche) Suche nach einer Verantwortungsinstanz führt immer wieder auf die Frage der (nur dialogisch und in Kommunikationsprozessen ausbildbaren) Unternehmensidentität, d.h. ihrer Selbstverantwortung (vgl. Weischedel 1972), woraus sich nicht nur Schlussfolgerungen für Fragen der Unternehmenskommunikation entwickeln lassen, sondern auch Anforderungen an sinnvolle Instrumente externer Unternehmenskritik.

3.3 Wie werden Unternehmen verantwortungsfähig?

Verantwortungsfähigkeit von Individuen ist Ergebnis von *Bildungsprozessen*. Der (relative) Erfolg dieser Bildungsprozesse ist Voraussetzung für selbstbestimmte Verantwortungsübernahme, aber nicht Voraussetzung für die Zuschreibung von Verantwortung. Verantwortungsfähigkeit von Unternehmen ist Aufgabe von *Managementprozessen*, deren relatives Gelingen Voraussetzung für selbstbestimmte Verantwortungsübernahme ist, aber nicht Voraussetzung für die Zuschreibung von Verantwortung. Bei der Entfaltung dieser Thesen gehe ich auf das Stufenmodell der Moralentwicklung nach Kohlberg und auf die Problematik sogenannter „Ethik-Maßnahmen“ in Unternehmen ein, zeige den Zusammenhang von Menschen- bzw. Unternehmensbildern mit unterschiedlichen (externen) Methoden normativer Verhaltenssteuerung auf und thematisiere das Verhältnis von (Selbst-)Verantwortung und Freiheit anhand verschiedener Verständnisse der Corporate Citizenship.

4 Von der „Corporate Responsibility“ zur „Responsible Church“

Die entscheidende Herausforderung für Theologie bzw. theologische Ethik - will sie einen konstruktiven Zugang zu unternehmensethischen Fragen entwickeln - ist nicht die Explikation eines theologischen Verantwortungsbegriffs. Der Engpass (oder anders: das Forschungsdefizit) besteht in einer für theologische Kategorien anschlussfähigen Interpretation derjenigen gesellschaftlichen Strukturen, die wir Unternehmen nennen. Dafür gibt es in der deutschsprachigen Diskussion bisher keine, in der us-amerikanischen Theologie einige wenige Ansatzpunkte. Am vielversprechendsten für die Entwicklung einer (protestantischen) „Theologie der Unternehmung“ ist die Integration föderaltheologischer Interpretamente, welche Anschlussfähigkeit an vertragstheoretische und konstitutionalistische Theorien ermöglichen, sich aber in der gesellschaftstheoretischen Debatte sowohl gegen individualistisch-vertragstheoretische als auch gegen romantisierende kommunitaristische Gesellschaftsinterpretationen absetzen (vgl. McCoy/Baker 1991; McCoy 1988; Stackhouse 1996 und 1997).

Diese Traditionen aufnehmend zeige ich einerseits, dass an der Unterscheidung, die in der lutherischen Theologie unter dem Stichwort „Zwei-Reiche-Lehre“ entwickelt wurde, stärker festgehalten werden kann und muss, als dies bei manchen Föderaltheologen der Fall ist: der fundamentaltheologischen Unterscheidung nämlich zwischen (a) dem Gottesverhältnis von Menschen und Welt und (b) den zwischenmenschlichen Interaktionsbeziehungen (vgl. Lange 1992: 443ff.). Andererseits hat in der lutherischen Tradition ein defizitäres Vorverständnis der theologischen Kategorie des Gesetzes einen konstruktiven Zugang zu den Kategorien kooperativer Selbst-

verpflichtung bisher verhindert. Der Richtungssinn des Evangeliums - ausdrückbar in Begriffen wie Nächstenliebe, Vergebung, gnädige Zuwendung usw. - lässt sich dann mit den scheinbaren Notwendigkeiten ökonomischen (aber auch politischen) Handelns nicht vermitteln. Genau dieses Defizit wird mit den Kategorien der Bundestheologie überwindbar.

Fragen der Unternehmensethik werden in diesen Modellen integriert in die Analyse kleiner und großer, impliziter und expliziter Bundesschlüsse mit ihren inhärenten Verantwortungsbeziehungen, Zurechnungsmechanismen und Kontrollinstrumenten. Sie können auf ihre Transparenz für den Gottesbund hin befragt werden, ohne dass die spezifische Differenz zu diesem aufgegeben werden muss: Die relativen und spezifischen Bundesstrukturen werden nie identisch mit dem Bund Gottes. Ihre inkrementelle Verbesserung wird als Element von Gottes providentiellem, aber nicht determinierendem Handeln interpretiert - ausgerichtet auf einen Prozess der Vervollständigung und damit Erlösung in dem einen Bund, der nur gleichnis- und bruchstückhaft in menschlichen Bündnissen zum Ausdruck kommen kann.

Die materiale Durchführung dieser Aufgabe ist ein immer neu zu vollziehender Prozess, der umso besser gelingt, je näher er an den konkreten Fragen orientiert ist. In diesem Prozess lässt sich identifizieren, inwiefern und wie weit die normativen Begriffe, Bilder und Erzählungen der christlichen Tradition zunächst deutende und dann orientierende Kraft gewinnen können. Wie unterschiedlich dies geschehen kann, zeige ich anhand zweier Interpretationsangebote: David A. Krueger ist nach meiner Kenntnis (auch in der amerikanischen Theologie) der einzige Theologe, der versucht hat, die Reichweite vernünftiger Verantwortungszuschreibungen an Unternehmen aus theologischer Sicht auszuloten. Stewart W. Herman hat in narrativer Weise die Logik der Errichtung und Erhaltung des Bundes in den biblischen Schriften mit einer wirtschaftshistorischen Darstellung der Mitarbeiterbeziehungen von Unternehmen in Amerika verglichen (vgl. Krueger 1997; Herman 1992 und 1997).

Nur teilweise lässt sich im Rahmen dieser Arbeit eine Theorielücke schließen, die Eilert Herms so beschrieben hat: „Heute gibt es keine Beiträge evangelischer Sozialethik, die sich an einer expliziten und detaillierten *theologischen* Gesellschaftstheorie orientieren und aufgrund dessen imstande wären, ihre Urteilsbildung im Horizont eines klaren Konzepts der Wohlordnung des gesellschaftlichen Gesamtsystems zu vollziehen“ (Herms 1993: 163). Immerhin kann aber das, was bereits erarbeitet, aber im deutschen Sprachraum bisher vollkommen unbeachtet geblieben ist, für die Weiterentwicklung evangelischer Sozialethik fruchtbar gemacht werden.

Schließlich wende ich die erarbeiteten Kategorien auf die Interpretation der Kirchen (Plural!) an. Denn im Rahmen der bisherigen evangelischen Ekkle-

siologien ist es - aufgrund eines allzu spiritualisierten Kirchenbegriffs - nicht gelungen, die Organisationsgestalt von Kirchen theologisch(!) zu interpretieren. Dies ist aber nötig, wenn diese unter den Bedingungen moderner Gesellschaft ihrem Auftrag respektive ihrer gesellschaftlichen Funktion nachkommen wollen, wirksame Träger von Orientierungsmustern zu sein (vgl. Nethöfel 2001: 181-258 und Wieland 1997). Diese Kompetenz zurückzugewinnen liegt in ihrer eigenen korporativen (Selbst-)Verantwortung.

-
- 1 Mit strukturell ähnlichen, aber semantisch anders gefassten Diskursabbrüchen operieren viele grundsätzliche Einwände gegen die These von der Unternehmensverantwortung.
 - 2 Ich entwickle diese Argumentation anhand eines systematischen Vergleichs der beiden Extrempositionen von French (1979) und Velasquez (1983).
 - 3 Auch wenn Personalität mit guten Gründen Unternehmen zugeschrieben werden kann, empfehle ich - gegen French -, Unternehmen nicht als Personen zu bezeichnen. Die Gründe dafür haben nichts mit Verantwortungsfähigkeit von Unternehmen zu tun, sondern damit, dass allzu häufig - v.a. unter dem Einfluss katholischer Positionen - Personwürde und Menschenwürde gleichgesetzt werden. Dann würde die Argumentation dazu führen, dass die Menschenrechte (oder Art. 1 GG) auf Unternehmen angewandt werden müssten, was m.E. abzulehnen ist.
 - 4 Es wird nicht behauptet, dass mit der genannten Umschreibung alle Aspekte der Begriffe Wille oder Intentionalität erfasst wären, sondern genau diejenigen, welche den Willensbegriff relevant machen für den Verantwortungsdiskurs. Dies gilt auch für die im Text folgenden Punkte.
 - 5 Auf den informellen Aspekt der Koordinations- und Kooperationsmechanismen haben die Werthaltungen der individuellen Unternehmensmitglieder durchaus Einfluss. Kleinfelds Forderung einer persongerechte Unternehmenskultur (vgl. Kleinfeld 1998, 345ff) kann dann *ein* Element zur Förderung der Verantwortungsfähigkeit von Organisationen sein - im Rahmen eines anderen Theoriedesigns.

Literaturverzeichnis

Evan, William M. / Freeman, R. Edward (1988): A Stakeholder Theory of the Modern Corporation: Kantian Capitalism, in: Beauchamp, Tom L. / Bowie, Norman E. (Hrsg.): Ethical Theory and Business, 3. Aufl., Prentice-Hall: 97-106. ►
French, Peter A. (1979): The Corporation as a Moral Person, in: American Philosophical Quarterly, Vol 16: 207-215. ► **Hermes, Eilert (1993):** Das neue Paradigma. Wirtschaftsethik als Herausforderung für die Theologie und die Wirtschaftswissenschaft, in: Wieland, Josef (Hrsg.): Wirtschaftsethik und Theorie der Gesellschaft, Frankfurt a.M.: 148-171. ► **Homann, Karl / Blome-Drees, Franz (1992):** Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen. ► **Kleinfeld, Annette (1998):** Persona Oeconomica: Personalität als Ansatz der Unternehmensethik, Heidelberg. ► **Krueger, David A. (1997):** The Business Corporation and Productive Justice in the Global Economy, in: Krueger, David A. / Shriver, Donald W. / Nash, Laura L. / Stackhouse, Max L.: The Business Corporation and Productive Justice, Nashville: 17-96. ► **Lange, Dietz (1992):** Ethik in evangelischer Perspek-

tive. Grundfragen christlicher Lebenspraxis, Göttingen. ► **Luhmann, Niklas (1975)**: Interaktion, Organisation, Gesellschaft. Anwendungen der Systemtheorie, in: Gerhardt, Marlis (Hrsg.): Die Zukunft der Philosophie, München: 85-107. ► **Luhmann, Niklas (1997)**: Die Gesellschaft der Gesellschaft, Frankfurt a.M. ► **McCoy, Charles Sherwood (1988)**: The Federal Tradition of Theology and Political Ethics: Background for Understanding the US Constitution and Society, in: Annual of the Society of Christian Ethics, Vol. 8: 113-132. ► **McCoy, Charles Sherwood / Baker, J. Wayne (1991)**: The Fountainhead of Federalism: Heinrich Bullinger and the Covenantal Tradition, Louisville, Ky. ► **Mittelsdorf, Kathleen (2001)**: Neue Entwicklungen zum Unternehmensstrafrecht, in: Forum Wirtschaftsethik, 9. Jg. / Nr. 2: 8-11. ► **Nethöfel, Wolfgang, (2001)**: Christliche Orientierung in einer vernetzten Welt. Neukirchen-Vluyn. ► **Seidel, Christian (2002)**: Unternehmensethik, in: Bankakademie Verlag GmbH (Hrsg.): Kompendium Management in Banking & Finance, Frankfurt a.M.: 481-508. ► **Stackhouse, Max L. (1996)**: The Moral Meanings of Covenant, in: Annual of the Society of Christian Ethics, Vol. 16: 249-264. **Stackhouse, Max L. (1997)**: Covenant and Commitments: faith, family, and economic life, Louisville, Ky. ► **Ulrich, Peter (1997)**: Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, Bern-Stuttgart-Wien. ► **Velasquez, Manuel G. (1983)**: Why Corporations Are Not Morally Responsible for Anything They Do, in: Business and Professional Ethics Journal, Vol. 2: 1-18. ► **Wieland, Josef (1997)**: Die Kirche als ökonomischer Akteur. Einige Überlegungen am Beispiel des "Interfaith Center of Corporate Responsibility (ICCR)", in: Zeitschrift für Evangelische Ethik, 41. Jg.: 137-142. ► **Wieland, Josef (2001)**: Eine Theorie der Governanceethik, in: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, Jg. 2, Mering: 8-33.

Zum Autor

Joachim Fetzer

Birkenweg 3
63477 Maintal

Tel: ++49-(0)6181-492447
Fax: ++49-(0)6181-492448
Email: fetzer@iws-netz.de

Joachim Fetzer, Jg. 1966, Dipl. Volkswirt und Theologe; Studienorte für beide Fächer: München, Heidelberg, Kassel, Göttingen; von 1997 bis 2001 Geschäftsführer des Instituts für Wirtschafts- und Sozialethik (IWS), seit 1999 auch der IWS GmbH (www.iws-netz.de). Projektleiter bei ARBEIT PLUS (www.arbeit-plus.de). „Promotionsabbatical“ bis Herbst 2002.