

Wirtschaftsethik

Warum?

Lohnt sich Wertemanagement für mein Unternehmen? Was bringt der Dialog zwischen Kirche und Wirtschaft? Sollten Unternehmen mehr soziale Verantwortung übernehmen? Rechnen sich Investitionen in unternehmensethische Forschung? Brauchen wir ein Pflichtfach „Business Ethics“ an Hochschulen? Mit Fragen wie diesen befasst sich das Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW Köln) seit über 20 Jahren in einem eigenen Arbeitsbereich.

Bis Ende 2006 informierte das IW Köln über seine Aktivitäten im Kirche-Wirtschaft-Informationsservice, welcher gemeinsam mit der Bundesvereinigung der deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) herausgegeben wurde. Mit dieser Ausgabe startet das IW Köln nun seinen eigenen Informationsservice „Wirtschaft und Ethik“, in dem Forschungsergebnisse und Diskussionsbeiträge vorgestellt werden. Veranstaltungs- und Literaturhinweise sowie Buchvorstellungen runden das Angebot ab. Der Infodienst erscheint viermal im Jahr. Er kann kostenfrei per Email angefordert werden und ist auch im Internet abrufbar. Ziele des W&E-Infodienstes sind:

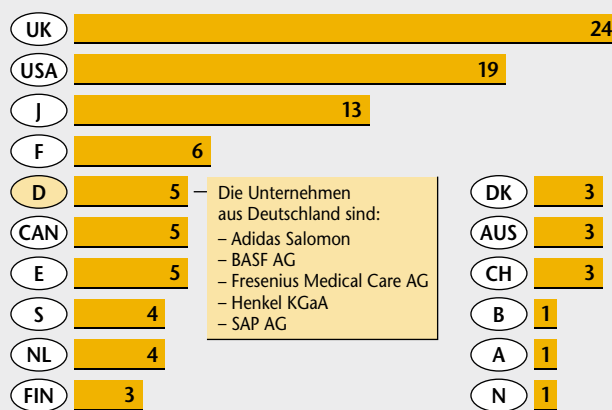
1. Intensivierung des gesellschaftlichen Dialogs: Gerade wenn reale Vergleichsmaßstäbe wie sozialistische Wirtschaftssysteme fehlen und so deren Defizite nicht real beobachtbar sind, ist die Kommunikation der Vorteile einer freiheitlich-marktwirtschaftlichen Ordnung besonders wichtig. Zielgruppen sind dann weniger Unternehmen, sondern vielmehr eher wirtschaftskritische gesellschaftliche Gruppen, denen ökonomische Grundkenntnisse häufig fehlen und die mit Unverständnis auf manche unternehmerische Entscheidungen reagieren, die der Intuition widersprechen (vgl. Seite 2). Deshalb sollen Kommunikationsbrücken zwischen Ökonomik und Ethik geschlagen und der Dialog zwischen Kirchen- und Wirtschaftsvertretern gefördert werden.

2. Erläuterung wirtschaftlicher Zusammenhänge: Mit Initiativen in Grundschulen, weiterführenden Schulen und Universitäten bis hin zu Weiterbildungsinstitutionen gilt es die gefühlsmäßigen Widerstände gegen Freiheit und Marktwirtschaft zu überwinden. Der Erhalt oder Ausbau von Lehrstühlen für Ordnungspolitik und Wirtschaftsethik sind ebenso wie die Einführung von entsprechenden Schulfächern zu wirtschaftlichen Fragen wichtige Schritte auf diesem Weg. Dem derzeitigen Trend, solche Lehrstühle, die sich mit ordnungspolitischen und ethischen Fragen befassen, umgewidmet und mit Wirtschaftsmathematikern zu besetzen, soll entgegen gewirkt werden.

3. Mehr Ethik: Während in angelsächsischen Ländern die Themen Wirtschaftsethik („Business Ethics“) und soziale Verantwortung der Unternehmen („Corporate Social Responsibility“) längst zum Pflichtprogramm in der Managerausbildung gehören, fristen diese Themen in Deutschland in der angewandten Lehre und Forschung vielerorts noch ein Nischendasein. Dabei sind deutsche Wirtschaftsethiker seit Jahren international führend auf dem Gebiet der philosophisch-abstrakten Theoriebildung und Fundierung der wirtschaftsethischen Forschung. Internationale Business Schools bieten vermehrt Kurse zu Nachhaltigkeit, CSR, Business and Society oder Ethik an (2001: 34 Prozent; 2005: 54 Prozent aller Business Schools), an den deutschen Hochschulen fehlen entsprechende Initiativen oftmals. Schleswig-Holstein will deshalb ein Pflichtfach Unternehmensethik einführen.

4. Nachhaltige Unternehmensstrategien: Deutsche Unternehmen haben – zumindest was die Kommunikation über Nachhaltigkeit betrifft – verglichen mit anderen Industrienationen deutlichen Nachholbedarf.

Die Top 100 nachhaltigsten Unternehmen kommen aus folgenden Ländern



Quelle: World Economic Forum 2007

Institut der deutschen Wirtschaft Köln

Rund ein Viertel der Top 100 nachhaltigsten Unternehmen der Welt kommen aus dem Vereinigten Königreich, jedes fünfte aus den USA und etwa jedes siebte aus Japan, während aus der führenden Warenexportnation nur fünf Unternehmen kommen. Dabei sorgen langfristige Strategien auch für höhere Börsenkurse, so dass Ethik sich sogar betriebswirtschaftlich rechnet (vgl. Artikel „Geldanlage“).

- kirche-und-wirtschaft@iwkoeln.de
- www.kirche-und-wirtschaft.de
- www.wirtschaft-und-ethik.de

Management

Manager und Moral

Millionengehälter für Topmanager, Luxus- und Lustreisen auf Firmenkosten, Bilanzmanipulationen, von Heuschrecken zerschlagene Firmen, Korruption und Bestechung, Wirtschaftskriminalität und schließlich Massentlassungen trotz Milliarden Gewinnen – diese Schlagzeilen prägen derzeit das Bild von Unternehmen und Wirtschaft in Medien und Öffentlichkeit. Nicht zuletzt deshalb landen Manager fast ganz unten auf der Berufsprestigeskala des Allensbacher Archivs. Nur Journalisten, Politiker und Gewerkschaftsführer sind noch unbeliebt.

Auch die veröffentlichte Meinung hat längst alle Manager in die Gesamthaftung genommen und schuldig gesprochen. Ackermann und Co. sind nur die exemplarischen Beispiele für weit verbreitetes Fehlverhalten. Allerdings mahnt Marc Brost in der Wochenzeitung „Die Zeit“ (Nr. 44, 26.10.2006): „Inzwischen hat die Kritik an der Maßlosigkeit jedes Maß verloren. Manager-Bashing ist schick geworden, es herrscht der blanke Hass auf ‚die da oben‘, diese vaterlandslosen Gesellen – Abzocker, gierige Schurken allesamt. Weil Volkswagen, Telekom und die Allianz Tausende Stellen abbauen, gelten alle Manager als Versager. Eine ganze Kaste wird an den Pranger gestellt: von Politikern, von Gewerkschaftern.“

Die derzeitige öffentliche Wahrnehmung von Managern und Wirtschaft verdeutlicht, dass Führungskräfte die moralische Dimension stärker in ihr Denken, Handeln und Kommunizieren einbeziehen müssen. Denn Unternehmen sind nicht nur wirtschaftlichen Risiken, sondern als wichtiger gesellschaftlicher Akteur zunehmend auch moralischen Risiken ausgesetzt. Diese beruhen auf der Unvereinbarkeit von gefühlsmäßigen Sehnsüchten auf der einen und rationalen Notwendigkeiten auf der anderen Seite. Erforderlich ist deshalb unter anderem eine andere Art der Kommunikation und verstärkte Aufklärung über ökonomische Zusammenhänge:

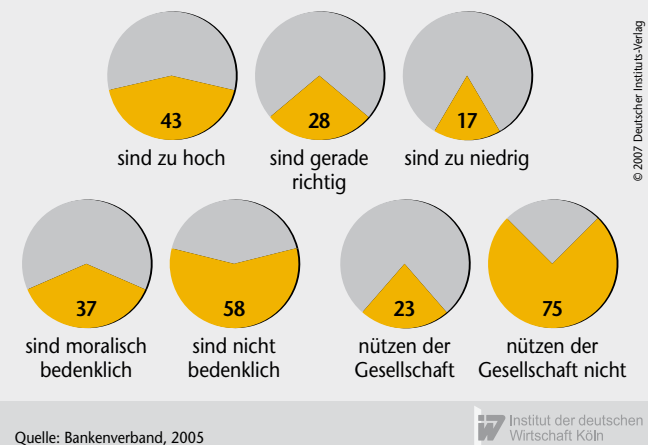
1. Gewinne fördern Gemeinwohl: Drei Viertel der Deutschen meinen, Unternehmensgewinne nützen der Gesellschaft nichts, und finden es unheimlich, dass Arbeitsplätze bei erfolgreichen Unternehmen unsicher sind. Jeder dritte hält Gewinne gar für unmoralisch (Grafik). Dabei sind Gewinne nicht etwas Schlechtes, sondern die Voraussetzung für Wachstum, Investitionen und Beschäftigung. Unternehmen können nur dann Steuern zahlen, wenn sie Gewinne erwirtschaften. Auch das zusätzliche gesellschaftliche Engagement der Unternehmen in Höhe von 10 Milliarden Euro pro Jahr – dies entspricht fast der Hälfte der Ausgaben für Sozialhilfe – ist nur möglich, wenn profitabel produziert wird. Die ökonomischen Zusammenhänge werden bei Neiddebatten jedoch verdrängt. Der sich darin widerspiegelnde ökonomische Analphabetismus muss zu denken geben. Immerhin scheinen sich die Bundesbürger dessen

bewusst zu sein: Ebenfalls gut drei Viertel aller Deutschen fordern ein Pflichtfach „Wirtschaft“ in der Schule.

2. Wertemanagement steigert Gewinn: Weit verbreitet ist die Ansicht, dass Gewinn und Gewissen stets im Widerspruch zueinander stehen. Dabei sind Unternehmen, die auf nachhaltige, langfristige Strategien setzen, letztlich am Markt

Unternehmensgewinne in Deutschland

So viel Prozent der Bundesbürger meinen:
Unternehmensgewinne in Deutschland ...



erfolgreicher als Unternehmen, die sich der quartalsweisen Gewinnmaximierung unterwerfen (vgl. Seite 3). Unternehmen können durch klare ethische Verhaltensregeln (Codes of Conduct) ihren Mitarbeiter moralisches Handeln erleichtern. Nicht nur die von Wirtschaftsprüfern auf über 20 Milliarden Euro geschätzten Schäden durch Diebstähle, Unterschlagungen und Betrug – meist durch die eigenen Mitarbeiter – können Unternehmen so eindämmen. Risiko-Controlling und Risiko-Governance in Form von Wertemanagement verbessert auch die Wettbewerbssituation des Unternehmens. Durch die Stärkung der Tugenden des ehrbaren Kaufmanns lässt sich ein reiner Preiswettbewerb vermeiden. Die Arbeitszufriedenheit der Mitarbeiter steigt und die Zahl der Krankheitstage geht zurück, wenn es klare Verhaltensvorgaben gibt und Mitarbeiter in Dilemma-Situationen beim Abwägen zwischen moralischem und erfolgsorientiertem Verhalten nicht alleine gelassen werden.

3. Vorbildfunktion der Eliten: Glaubwürdiges Wertemanagement fängt bei Führungskräften, Unternehmern und Managern an, die eine wichtige Vorbildfunktion haben. Sie setzen letztlich die moralischen Standards. Wenn sich die Eliten wenig moralisch verhalten, haben die Mitarbeiter wenig Skrupel, sich ebenfalls moralisch fragwürdig zu entscheiden. Macht geht immer einher mit Verantwortung – nicht nur für den Gewinn, sondern auch für die Gesellschaft. Dies lohnt sich auch fürs Unternehmen.

Vgl. Dominik H. Enste, Marktwirtschaft und Moral, IW-Positionen Nr. 24, Köln, 2006

Geldanlage

Gewinn und Gewissen

Wem das gute Gefühl, mit seiner Geldanlage Gewinne zu machen, nicht ausreicht, hat im deutschsprachigen Raum die Wahl zwischen mehr als 130 Fonds, die aufgrund einer auf Nachhaltigkeit basierenden Anlagestrategie zusätzlich für ein ruhiges Gewissen sorgen. So genanntes „Social Reliable Investment (SRI)“ ist in den USA schon seit einigen Jahren „In“. Soziale Kriterien und Nachhaltigkeit spielen bei Anlageentscheidungen neben Sicherheit, Rentabilität und Liquidität eine immer wichtigere Rolle.

Positive Wirkungen für Wirtschaft, Staat und Gesellschaft entfalten Gewinne automatisch innerhalb einer funktionierenden Wettbewerbsordnung. Dennoch plagt manchen Anleger angesichts seiner endlich wieder sprudelnden Aktiengewinne ein schlechtes Gewissen: Haben die Unternehmen verbindliche konzernweite Verhaltensnormen („Code of Conduct“), halten sie sich an den Deutschen Corporate Governance Kodex und achten sie auf die Nachhaltigkeit der Investments? Bin ich Nutznießer von kriegerischen Auseinandersetzungen oder von hohem Tabak- und Alkoholkonsum Jugendlicher? Eine wachsende Zahl insbesondere institutioneller Anleger, wie Kirchen und Stiftungen, berücksichtigen

deshalb neben den klassischen Kriterien für die Geldanlage auch die ökologische, ethische und soziale Nachhaltigkeit des Investments. Die sozial verantwortliche Geldanlage gewinnt so an den Kapitalmärkten stetig an Bedeutung.

Das von in Deutschland zugelassenen Nachhaltigkeitsfonds verwaltete Vermögen ist von 300 Millionen (1998) über 2,4 Milliarden Euro (2001) auf über 7,6 Milliarden (2005) angestiegen. Im gesamten deutschsprachigen Raum umfasst das SRI Ende 2006 sogar fast 19 Milliarden Euro. Die Anlagevolumina der nachhaltigen Fonds schwanken zwischen 3 Millionen und 3 Milliarden Euro. Bisher machen die Nachhaltigkeitsfonds in Deutschland dennoch nicht einmal 2 Prozent der gemanagten Anlagesumme aus, während in den USA über 10 Prozent unter Berücksichtigung ethischer Kriterien investiert werden. Ähnliches gilt für einige europäische Länder. Dabei schneiden Aktien von Unternehmen, die auf Nachhaltigkeit besonderen Wert legen, häufig nicht schlechter ab als Aktien generell, wie exemplarisch ein Vergleich zweier Nachhaltigkeitsindizes mit einem internationalen Aktienindex verdeutlicht.

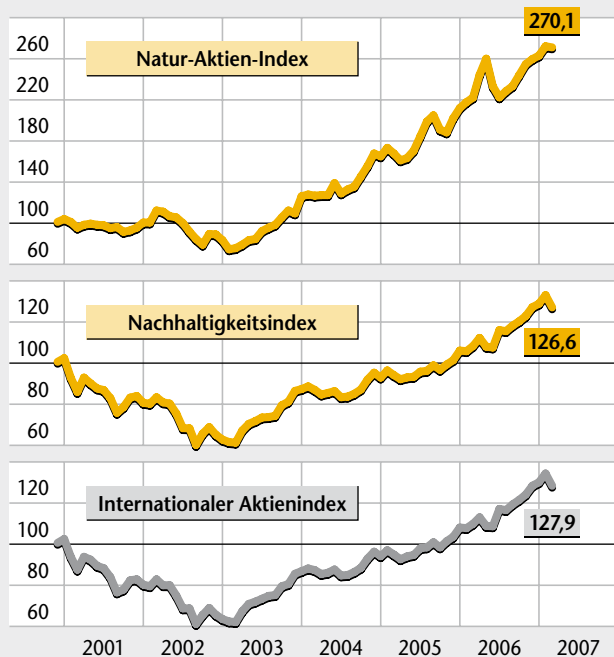
Anleger, die zu Beginn des Jahres 2001 auf Natur-Indexwerte (NAI) setzten, haben in den letzten sechs Jahren ihr Kapital um 170 Prozent gesteigert. Der konventionelle internationale Aktienindex (MSCI World) verbuchte hingegen nur einen Gewinn von rund 28 Prozent. Wer sich beim Anlegen am Dow Jones Nachhaltigkeits-Index (DJSI World) orientierte, hatte zwar eine etwas geringere Rendite von knapp 27 Prozent, dafür aber ein ruhiges Gewissen. Betrachtet man nur die letzten 3 Jahre, so stiegen der internationale Aktienindex und der DJSI-Nachhaltigkeitsindex mit rund 50 Prozent nahezu gleich stark. Geldanlagen in den Naturaktienindex NAI verdoppelten ihren Wert.

Auch im Durchschnitt entwickelten sich die bekanntesten 29 Nachhaltigkeitsindizes in der Vergangenheit nicht schlechter als vergleichbare konventionelle Aktienindizes. Allerdings wird die doppelte Dividende (Gewinn plus gutes Gewissen) bei einigen Indizes mit schlaflosen Nächten erkaufte, da die gleichen Gewinne mit einem leicht höheren Risiko erzielt wurden, wie Studien des ZEW Mannheim zeigen.

Ein Vergleich der Performance von 106 Unternehmen (Gex-Index), die ganz oder teilweise in Familienhand sind, mit den Dax-30-Unternehmen belegt darüber hinaus, dass langfristige Gewinnmaximierungsstrategien erfolgreicher sind als kurzfristiges Quartalsdenken: Von 2005 bis 2007 erhöhte sich der Wert der Dax-30-Unternehmen um 62 Prozent, während die Familienunternehmen ihren Wert mehr als verdoppelten (plus 104 Prozent). Das Handelsblatt (19. 2. 2007) sprach deshalb vom „Vorbild Familienfirma“ für institutionelle Anleger und Fondsmanager.

Aktienindizes: Öko-Firmen gewinnen

Dezember 2000 = 100



© 2007 Deutscher Institute-Verlag

Stand: jeweils Monatsende; Natur-Aktien-Index: der NAI berücksichtigt nur 25 als besonders umweltfreundlich angesehene Unternehmen führender Industrieländer z.B. aus den Bereichen Kosmetik, Wasserversorgung, Gesundheitswesen, Finanzdienstleistungen; Nachhaltigkeitsindex: Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World mit über 300 Aktien, die Auswahl umfasst jeweils diejenigen 10 Prozent der Unternehmen aller Branchen, die die vorgegebenen Nachhaltigkeitskriterien am besten erfüllen; Internationaler Aktienindex: Morgan Stanley Capital International (MSCI), der führende internationale Aktienindex, der auf 1.470 Aktienkursen aus 20 Ländern basiert und rund 60 Prozent der Börsenkapitalisierung dieser Länder repräsentiert; Ursprungsdaten: Morgan Stanley, vwd Vereinigte Wirtschaftsdienste, SAM Indexes Zürich

Institut der deutschen
Wirtschaft Köln

Eine Übersicht über Nachhaltigkeitsfonds und deren Anlagekriterien bietet:

• www.nachhaltiges-investment.org

Familienpolitik

Ora et Labora

Beim Streit um den Ausbau der Kinderbetreuung und um das neue Familienbildes stehen die staatlichen Anreize für die Familiengründung und die frühkindliche Bildung im Zentrum. Der Einfluss von tradierten Werten sowie Religiosität wird jedoch kaum thematisiert. Dabei könnten zum Beispiel die Kirchen diesbezüglich viel zum Kindersegen beitragen.

Insbesondere Religionssoziologen beschäftigt das Phänomen, dass die Geburtenraten in religiösen Ländern unterschiedlichster Wohlstandsniveaus höher sind als in säkularen, individualistisch geprägten Ländern. Eine Auswertung des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln von über 260.000 Interviews aus 82 Ländern des World Values Survey zeigt:

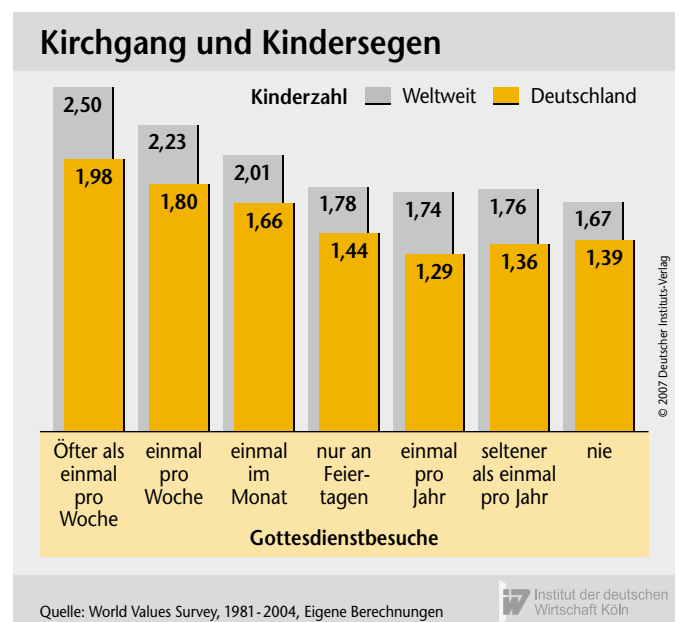
Je religiöser Menschen sind, desto mehr Kinder haben sie. Im weltweiten Durchschnitt haben religiöse Menschen 2,1 und nicht religiöse 1,6 Kinder. Überzeugte Atheisten begnügen sich mit nur 1,5 Kindern. Eine religiöse Erziehung stärkt den Kinderwunsch und führt zu einer höheren Kinderzahl (2,04) im Vergleich zu Menschen, die nicht religiös erzogen wurden (1,59).

Neben den unterschiedlichen Werteorientierungen spielen auch die vielfältigeren Wahlmöglichkeiten in modernen Gesellschaften eine wichtige Rolle. Denn anders als in traditionellen Gesellschaften muss vor allem Frau sich bei einer Entscheidung für Kinder gegen eine größere Zahl anderer Optionen wie zum Beispiel Berufstätigkeit entscheiden, sofern sich diese Wünsche nicht miteinander verbinden lassen. Die bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf (Labora) steht nicht zuletzt deshalb zu Recht im Zentrum der bevölkerungsorientierten Familienpolitik in Deutschland. Soziologen führen als weiteren Grund für die höhere Kinderzahl die stärkere Eingebundenheit der religiösen Menschen in Gemeinschaften an. Die Last der Verantwortung kann leichter verteilt werden und Unsicherheiten werden durch die Unterstützung der Gemeinschaft besser aufgefangen. Auch die klaren Normen vieler Religionen, die Kinder als Geschenk Gottes ansehen und somit die Entscheidung für Kinder erleichtern spielen eine Rolle, wie nicht zuletzt der Zusammenhang zwischen Kirchenbesuchen und Kinderzahl nahelegt (Grafik).

Menschen, die regelmäßig Gottesdienste besuchen, haben im weltweiten Durchschnitt mehr als zwei Kinder. Wer selten oder nie zur Kirche geht, bekommt durchschnittlich nur 1,7-mal Besuch vom Klapperstorch. In Deutschland zeigt sich die gleiche Tendenz, allerdings liegt die Kinderzahl im Schnitt um 0,5 Kinder unter der in den anderen Ländern.

Generell haben Angehörige von Glaubensgemeinschaften weltweit mehr Kinder: Muslime bekommen durchschnittlich 2,3 Kinder; Katholiken, Protestanten und Buddhisten rund 2 Kinder. Wer keiner Religionsgemeinschaft angehört, hat nur 1,5 Kinder.

Allerdings stecken die Kirchen in modernen Gesellschaften wie Deutschland in einem Dilemma: beharren sie auf ihrem tradierten Familienbild, verlieren sie gemäßigte Mitglieder. Nähern sie sich jedoch liberalisierend dem „Zeitgeist“ mit seinen zahlreichen neuen Lebensoptionen an, spalten sich kinderreiche, besonders religiöse Anhänger ab. So verlieren die Kirchen inmitten der Flügelkämpfe fast unausweichlich Gläubige durch Austritte und fehlenden Nachwuchs. So ist auch die Zahl der Gottesdienstbesucher in Deutschland seit Jahren rückläufig und hat bei der katholischen Kirche im Jahr 2005 mit rund 3,69 Millionen sonntäglichen Gottesdienstbesuchern einen historischen Tiefstand erreicht. Verglichen mit 1990 ging die Zahl um 40 Prozent (2,5 Millionen) zurück. Auch die Zahl der Taufen ist überproportional zurückgegangen.



Eine mögliche Gegenmaßnahme könnte zum Beispiel der Ausbau der Kindertagesstätten in kirchlicher Trägerschaft sein – gerade dann wenn die Zahl der getauften Kinder zurückgeht. Damit würden die Kirchen für ihre eigene Zukunft vorsorgen und die Mitgliederzahl trotz demographischem Wandel stabilisieren können. Zumindest wenn die Werteerziehung und das regelmäßige Beten (Ora) mit den Kindern im Kindergarten wiederbelebt wird. Denn wer häufig betet, hat in Deutschland durchschnittlich zwei Kinder. Wer nie betet hingegen nur 1,3 Kinder. Ähnlich sind auch die Zusammenhänge in anderen Ländern. So könnten die Kirchen einen praktischen Beitrag dazu leisten, „mit Kindern in die Zukunft zu gehen“, wie sie bei der Woche für das Leben (21. bis 28. April 2007) fordern.