

INTERNATIONAL CENTRE FOR ECONOMIC RESEARCH



WORKING PAPER SERIES

Peter Koslowski

**WIRTSCHAFTSETHIK UND UNTERNEHMENSETHIK
ZWEI KURZDARSTELLUNGEN**

Working Paper No. 14/2006

**Wirtschaftsethik und Unternehmensethik
Zwei Kurzdarstellungen**

by Peter Koslowski,

Free University Amsterdam, Netherlands, and ICER

May 2006

Summary

Economic Ethics and Business Ethics. Two Articles

Economic ethics describes the interaction of ethics and economics in explaining human action and in giving normative advice to ethically justifiable and efficient choices of action. As ethical economy, it analyses the ethical conditions of coordination in markets and the economic conditions of ethically legitimate behaviour. Ethical economy is a theory of the ethics and culture of the economy. Formal ethics is the pre-coordination of the economic coordination of the price system, material value ethics is the clarification of the value categories of goods and a general theory of value and good. Economic ethics is applied to the questions of incomplete contracts, professional ethics and the marginal ethics of an industry, and conflicts of interest.

Business ethics describes the role of ethics in commercial firms and not-for-profit organisations. It is an organisational ethics and an individual ethics since there is organisational and individual failure to act properly. Individual ethics can neither be substituted for institutional ethics nor institutional ethics by individual ethics. The basic principles of business ethics in business interactions are mutual value creation and serving contracts. The role of the manager is not only to be the agent of the owners or shareholders but to be the fiduciary of the whole firm and to act in the common interest of the firm. The right incentives must be set in firms since there are also perverse incentives. Triple bottom line accounting that encompass ethical and environmental performance indicators introduces richer criteria of business success. Both articles are the longer versions of articles that were prepared for the leading German encyclopaedia, *Brockhaus Enzyklopädie in 30 Bänden*, 21st edition, Leipzig (F. A. Brockhaus) Fall 2006.

I. Wirtschaftsethik

Wirtschaften ist Handeln und daher richtiges oder falsches Handeln. Richtig Wirtschaften heißt, ökonomisch effizient und moralisch rechtfertigbar handeln. Zwischen dem ökonomischen Prinzip der Effizienz oder des hohen Zielerreichungsgrad und dem moralischen Prinzip der intersubjektiven Rechtfertigbarkeit und Gutheit besteht kein Gegensatz, sondern Komplementarität, wenn auch Spannungen zwischen Moralität und Vorteil, der moralischen und der vorteilhaften Entscheidungsalternative, auftreten können. Diese Spannungen in der Gestaltung von Institutionen der Wirtschaft und der Unternehmen sowie in personalen Handlungssituationen zu erkennen, normativ zu bewerten und in der ökonomisch und moralisch richtigen Entscheidung aufzulösen, ist Aufgabe der Wirtschaftsethik. Sie ist stets Individual- und Institutionenethik zugleich. Einerseits können Institutionen den Individuen Entscheidungen nicht vollständig vorgeben, andererseits hängen Individuen in ihrem Vermögen, ökonomisch und moralisch richtig zu handeln, von dem institutionellen Rahmen ab, in welchem sie handeln und ihre Funktion erfüllen. Wenn der institutionelle Rahmen von Unternehmen und Organisationen die Vorteilsnahme und Bestechung ermöglichen, ist es den Beschäftigten erschwert, in ihrer Funktionserfüllung Integrität zu bewahren. Andererseits bleiben auch bei optimaler Ausgestaltung institutioneller Regelungen Organisationen und Institutionen, z. B. Unternehmen, auf den Willen und die Haltung der Unternehmensmitglieder angewiesen, nicht nur effizient, sondern auch fair und sittlich richtig zu handeln. Die Wirtschaftsethik zielt auf die optimale Ausgestaltung von Institutionen der Wirtschaft und auf die richtige individuelle Entscheidung der in der Wirtschaft Handelnden. Diese Aufgabe beinhaltet auch die Kritik und Fortentwicklung von Institutionen, Regelungen und Praktiken in der Wirtschaft, wo dies notwendig ist. Die Aufgabe der normativen Beurteilung und Fortentwicklung von Institutionen und Regeln der Wirtschaft teilt sich die Wirtschaftsethik mit dem Wirtschaftsrecht.

Mit der Globalisierung der Weltwirtschaft kommt es zu einem Bedeutungsgewinn der informellen und ethischen Regeln in der internationalen Wirtschaftskooperation und des Welthandels, vor allem in jenen Bereichen, die das nationale Recht nicht oder noch nicht erreicht. International gültige Selbstverpflichtungen von Großunternehmen wie diejenigen der im Global Compact der Vereinten Nationen vertretenen Unternehmen treten verstärkt im globalen Handel an die Stelle des nationalen Rechts. Als „soft law“ gewinnt die Wirtschaftsethik als Ersatz für staatliches Recht im internationalen Austausch an Bedeutung.

Wirtschaftsethik ist sowohl das in der Wirtschaft wirksame und gesollte Berufsethos und die persönliche Moralität der Wirtschaftsakteure als auch die wissenschaftliche Untersuchung dieser Ethik der Wirtschaft. Unter Wirtschaftsethik wird sowohl der materiale Gegenstand der Disziplin "Wirtschaftsethik", die in der Wirtschaft vorherrschenden Ethos- und Ethikformen, als auch die Disziplin Wirtschaftsethik als normative und analytische Theorie dieses Ethos verstanden. Im folgenden wird für die Disziplin Wirtschaftsethik der vom Verfasser 1988 eingeführte Begriff der Ethischen Ökonomie verwendet.

Das materiale Objekt der Wirtschaftsethik, die Ethik in der Wirtschaft, teilt sich auf in Wirtschaftsethos und Wirtschaftsmoral. Den Gegenstand der Ethischen Ökonomie bilden sowohl die in der internationalen und nationalen Wirtschaft und ihren Unternehmen vorherrschenden Sitten und Gebräuche, das Ethos, die Kultur und der Stil der Wirtschaft als auch die bewußten moralischen Normen, die Moralität oder Sittlichkeit des Wirtschaftens.

1. Ethische Ökonomie als Theorie der Kultur und Ethik der Wirtschaft

Die Ethische Ökonomie untersucht den positiv kulturwissenschaftlichen und den normativ moraltheoretischen Bestandteil des Ethos und der Ethik einer Wirtschaft. Die Wirtschaftskultur umfaßt die Wechselbeziehung zwischen den kulturellen

Lebensordnungen und Daseinsdeutungen einer Gesellschaft einerseits und ihrer Wirtschaftsordnung, ihrem Wirtschaftsstil und ihren wirtschaftlichen Praxisformen andererseits. Die Wirtschaftskultur wird durch Sitten, Gebräuche, Religion und kulturelle Tradition bestimmt. Der positive Teil der Ethischen Ökonomie ist Kulturwissenschaft und Kulturphilosophie. Er schließt die Hermeneutik als Methode und Praxis des Verstehens kulturellen Sinnhandelns sowie kultureller Institutionen und Gebräuche ein. Die Ethische Ökonomie als kulturelle Ökonomie stellt die Frage, wie wirtschaftliches Handeln in seiner Kulturbedeutung verstanden wird. Sie nimmt die Theorie des Verstehens auf, um sie auf die Wirtschaft anzuwenden, und ist zugleich Theorie der Wirtschaftsästhetik und der Gestaltung der nicht moralisch relevanten Unternehmenskultur. Die Wirtschaftsethik im engeren Sinn als Theorie der Wirtschaftsmoral umfaßt die Sollensordnung der Wirtschaft, die Normen des individuellen Wirtschaftshandelns sowie die Normen des sozialen Handelns und der sozioökonomischen Institutionen. Die Wirtschaftsethik als normative Lebensordnung und Deutung der Wirtschaft ist Gegenstand des normativen Teiles der Ethischen Ökonomie. Das Berufsethos wie dasjenige des ehrbaren Kaufmanns und die Leitbilder professionellen Handelns sind sowohl durch Praxisformen und Gewohnheiten als auch durch moralische Prinzipien bestimmt.

Die Ethische Ökonomie als Theorie der ethischen Regeln des Marktes steht zwischen der reinen ökonomischen Theorie und der Politischen Ökonomie, welche das staatliche Rahmenwerk der Marktwirtschaft und die rechtlichen und staatlichen Voraussetzungen von Markttausch zu verstehen sucht. Sie untersucht, welches Gewicht ethische und kulturelle Ursachen im wirtschaftlichen Handeln und in seiner Koordination durch Märkte besitzen. Ethische und Politische Ökonomie erweitern die ökonomische Theorie der Marktwirtschaft, indem sie die ethischen bzw. politischen Rahmenbedingungen der Marktwirtschaft zur Darstellung bringen. Die ökonomische Wissenschaft hat die Erklärung der Institutionen der gesellschaftlichen Koordination durch Märkte oder andere Koordinationsformen

wie Abstimmung oder zentrale Lenkung zum Gegenstand und sucht die Bedingungen anzugeben, unter denen die gesellschaftliche Koordination Effizienz erreicht. Da die Ethik ebenfalls Bedingungen formuliert, unter denen Handlungen verallgemeinerbar, also mit den Handlungen der anderen koordinierbar sind, ist die Frage der ethischen Koordination durch Verallgemeinerbarkeit - oder durch das Prinzip des größten Nutzens der Beteiligten im Utilitarismus - mit der Frage der ökonomischen Koordination durch Selbstinteresse eng verbunden. Ökonomie und Ethik sind verwandte Formen der Koordination.

Die Rolle der ethischen Normen moralischer und kultureller Art in der Wirtschaft besteht darin, das Marktgeschehen zu regulieren und Marktversagen, das durch unethische Praktiken und Situationen von Gefangenendilemmas zustande kommt, abzuwehren. Wirtschaftsethik als Ethische Ökonomie zeigt, daß das mögliche Korrektiv für Marktversagen und die Alternative zur Marktkoordination nicht allein in der politischen Intervention und dem unmittelbaren Übergang zu staatlicher Allokation und Koordination zu sehen sind, weil die Gefahr besteht, daß sich das durch den Staat kompensierte Marktversagen in Staatsversagen wiederholt. Da jedoch der Staat die letzte Instanz ist, der gegenüber Revision schwierig ist, potenzieren sich die negativen Wirkungen von Staatsversagen im Vergleich zum Marktversagen. Die ethische Koordination ist eine dritte Alternative jenseits von Marktkoordination und staatlicher Regelung und ein Mittel gegen Markt- wie gegen Staatsversagen.

2. Ethische und ökonomische Koordination

Ökonomie und Ethik werden beide aus ihren eigenen Logik heraus vor die Frage gestellt, wie sich ihre Koordinationsziele und Koordinationsformen zueinander verhalten. Die Nötigung zur Integration ökonomischer und ethischer Fragestellungen ergibt sich aus der Natur der Sache, aus dem ihnen gemeinsamen Interesse an Rationalität und optimaler gesellschaftlicher Koordination. Ethik ist ein

Mittel, die Koordiniertheit der Gesellschaft und Wirtschaft durch eine "Vorkoordination im Entscheidungsverhalten der Individuen" (P. Koslowski) zu steigern. Zu dieser Steigerung der ethisch-ökonomischen Koordination gehört der Einfluß, den die Ethik und ein hochentwickeltes Arbeitsethos auf dem Weg über die durch höheren Arbeitseinsatz steigenden Skalenerträge der volkswirtschaftlichen Produktion auf die Förderung des Wachstums und der Wohlfahrt einer Volkswirtschaft ausüben (J. Buchanan).

Die Ethische Ökonomie als Theorie der Wirtschaftsethik beinhaltet die Frage nach den materialen Wertqualitäten, die Dinge für Konsumenten zu Gütern machen und schließt hier an die materiale Wertethik Max Schelers an. Das formale Koordinationsproblem der formalen Ethik muß durch das materiale Problem der Bestimmung von Wertqualitäten, durch eine materiale Wirtschaftsethik ergänzt werden. Welche Wertqualitäten suchen wir in Wirtschaftsgütern? Was macht ethisch und kulturell den Wert einer Sache oder Dienstleistung aus? Die Ethische Ökonomie sucht über die bloße Konstatierung gegebener, im Nachfrageverhalten "offenbarter" Präferenzen (revealed preferences) hinauszugelangen zu einer ethisch-kulturellen Analyse und Kritik der Präferenzen und der Nachfrage. Sie untersucht deren normativ wirtschaftsethischen und positiv kulturwissenschaftlichen Bedingungsfaktoren.

Die Ethische Ökonomie bestimmt als positive, kulturwissenschaftliche Analyse den Einfluß, den der "kulturelle Zwischenbau" (Gustav Schmoller) der ethisch-kulturellen Einstellungen und Sitten sowie die ethischen Normen einer Gesellschaft als Kausalfaktoren auf das Wirtschaftsverhalten ausüben. Der kulturelle und ethische Zwischenbau steht zwischen der ökonomischen Basis und dem staatlich-rechtlichen „Überbau“. Die Ethische Ökonomie ist als positive Theorie der Wirtschaftskultur Hermeneutik und Interpretation der wirtschaftlich-kulturellen Entwicklung, weil die Ordnung der Nachfrage aus der Ordnung der kulturellen Lebensordnung entspringt. Auf den Einfluß von Kultur und Ethik hat die

Historische oder Ethische Schule der Nationalökonomie hingewiesen, vor allem G. Schmoller, Max Weber, Werner Sombart und Hans Freyer.

Die Integration der ethisch-kulturellen Wertaspekte in die ökonomischen Nutzenaspekte des menschlichen Handelns ist nicht ohne eine umfassende Sinninterpretation oder Hermeneutik der wirtschaftlichen Entscheidung möglich. Die Erklärung und das Verstehen der Wirtschaft setzt die kulturwissenschaftliche Fundierung der Wirtschaftswissenschaften in Ergänzung zur formalen und quantitativen ökonomischen Theorie voraus.

Die Wirtschaft ist Gegenstand der Kulturtheorie, weil die Marktwirtschaft der Subjektivität der Nachfrage folgt und der spontanen Kulturbildung sowie dem freien Kulturwandel in besonderem Maße Raum läßt. In ihr wird die Struktur des Angebots und der Nachfrage durch die gesellschaftliche Kulturbildung bestimmt. Die kulturelle Entwicklung zu verstehen, die hinter den Verschiebungen der Nachfrage steht, ist daher für das unternehmerische Handeln in der Marktwirtschaft von großer Bedeutung und erfordert das Einüben in das Interpretieren jener Kulturentwicklungen und „Trends“, die nachfragerelevant werden.

3. Die Wirtschaftsethik als Teil der Wirtschaftsphilosophie

Auch für die philosophische Grundlegung der allgemeinen Ethik ist die Synthese von ethischer und ökonomischer Theorie von Bedeutung, weil sie ökonomische Effizienz- und Rationalitätskriterien in die Ethik einführt. So weist die Ethische Ökonomie darauf hin, daß die zunehmende Verallgemeinerung von Handlungen zu sinkenden ökonomischen Skalenerträge führen kann und aus ökonomischen Überlegungen eine Verringerung der Regelstrenge und zur Zulassung von Ausnahmen geboten erscheinen kann. Ökonomische Überlegungen können eine Verringerung des ethisch gebotenen Durchsetzungsgrades der Verallgemeinerung nahelegen und mit der Forderung nach einer Differenzierung von Verallgemeinerungsgraden zu erhöhter "Effizienz" ethischer Regelungen führen.

Verringerungen des Verallgemeinerungsgrades können allerdings mit dem Gleichheits- und Gleichbehandlungsgrundsatz in Konflikte stehen, so daß eine Güterabwägung zwischen ökonomischen Effizienz- und ethischen Gleichheitskriterien nötig wird.

Philosophie und Ökonomie überschneiden sich in drei Sachgebieten. Neben der Überschneidung von Ethik und Kulturtheorie als philosophischen Disziplinen mit der Ökonomie in der normativen und der positiven Ethischen Ökonomie steht als drittes Überschneidungsgebiet die Wirtschaftsontologie, die sich mit der Frage befaßt, welchem Seinsbereich die Wirtschaft zuzuordnen ist und was die allgemeinen Modelle der Koordination von Menschen - etwa Mechanismus und/oder Organismus - sind. Die Wirtschaft und die Organisationen der Leistungserstellung sowie das individuelle Handeln der Wirtschaftsakteure sind in der Gegenwart ein Thema der Philosophie, weil die Großunternehmen zentrale Organisationen der modernen Gesellschaft sind, die als ein Moment der Gewaltenteilung neben Staat und Kirche treten (Peter Drucker).

Die Ethische Ökonomie und Wirtschaftsphilosophie bilden jene Disziplin, die neben die Rechts- und Staatsphilosophie, die Religionsphilosophie und die Philosophie der Kunst treten und den vierten und in der Moderne besonders hervortretenden Kulturbereich der Wirtschaft zum Gegenstand hat.

4. Anwendung der Ethischen Ökonomie auf wirtschaftsethische Einzelfragen

Aus der formalen Ethik der Vorkoordination von Präferenzen nach dem Verallgemeinerungsprinzip ergibt sich als zentrale Regel des Wirtschaftsethos die Vertragsethik und der Grundsatz „Pacta sunt servanda“, Verträge sind einzuhalten, weil Verträge ein Versprechen auf ihre Erfüllung beinhalten. Der Grundsatz, daß Versprechen nicht zu halten sind, ist nicht verallgemeinerbar, wenn zugleich Wertschöpfung stattfinden soll. Verträge bewirken Erwartungssicherheit. Wirtschaftsakteure müssen sich auf Zusagen verlassen können, um ihre eigenen Planungen vornehmen zu können. Die Vertragsethik impliziert jedoch nicht nur das

formale Einhalten von Verträgen, sondern die Vertragserfüllung im Sinne der vom Vertrag vorgesehenen Wertschöpfung für beide Vertragsparteien (wechselseitiger Vorteil). Mit der Wertschöpfung kommt ein materiales Prinzip in die Wirtschaftsethik. Wirtschaftsakteure müssen in ihrem Handeln Wertschöpfung und nicht nur formale Vertragserfüllung realisieren. Der Grundsatz, in seinem Wirtschaftshandeln die größtmögliche Wertschöpfung zu realisieren, impliziert auch, im Sinne der materialen Wertethik höhere Werte zu realisieren. Wertschöpfung ist nicht auf Nutzenwerte beschränkt. Vielmehr findet die wirtschaftliche Wertschöpfung in fortgeschrittenen Volkswirtschaften verstärkt im immateriellen Zusatznutzen von Konsumgütern statt.

Verträge beinhalten nicht nur explizite, sondern stets auch implizite Vertragspflichten, da Verträge nur unvollständig spezifiziert werden können. Nicht alle Einzelheiten eines Vertrages werden auch ausdrücklich gemacht. Die impliziten Vertragspflichten beinhalten unausgesprochene Erwartungen der üblichen Erfüllung nach dem Stand der Kunst oder des Gewerbes, Sorgfaltspflichten u.ä. Üblichkeiten werden durch ortsübliche Gewohnheiten, Sitten und Gepflogenheiten definiert. Sie implizieren die Erwartung des Vorhandenseins eines Knowhows, wie es allgemein in einer Branche erwartet werden kann, der üblicherweise gegebenen Sorgfalt und Geschicklichkeit sowie eines dem Berufsethos entsprechenden ethischen Verhaltens. Das Berufsethos und die Berufsethik enthält auch eine Form der Tugendethik, die über Regelerfüllung und Wertschöpfung hinausgeht zur Exzellenz. Es wird hier auch in der Wirtschaftsethik sichtbar, daß Pflichten, Güter bzw. Werte und Tugenden in der Ethik zusammengehören. Wirtschaftsethik kann wie jede Ethik weder auf Tugendethik noch auf Pflichten- oder Wertethik reduziert werden. Bereits Schleiermacher hat mit Rückgriff auf die stoische Ethik darauf hingewiesen, daß die Ethik durch Pflichten, Güter und Tugenden bestimmt wird.

Das ethische Verhalten in einer Wirtschaftsbranche wird durch das Verhalten des Durchschnittsanbieters mitbestimmt. Die in einer Branche existierende Wirtschaftsethik und Wirtschaftskultur können zu einer Absenkung oder

Verbesserung der Branchenmoral führen. Der einzelne Anbieter kann z.B. nur schwer gegen weitverbreitete unethische Praktiken in einer Branche ankämpfen. Es kommt in solchen Situationen zu einer Absenkung der „Grenzmoral“, des Minimums des gerade noch tragbaren und annehmbaren Verhaltens, das in einer gegebenen Lebenszusammenhang zulässig ist (G. Briefs). Diese Absenkung wird vor allem durch das Vorbild ethischen Wirtschaftens von Branchenführern, an denen sich andere Firmen orientieren, verhindert.

Das Absinken der Grenzmoral bewirkt die Ausbreitung von Korruption, die durch Wirtschaftsrecht und Wirtschaftsethik bekämpft werden muß. Korruption beinhaltet das Ausnutzen einer Funktionsstellung und des mit ihr verbundenen Insider-Wissens zur Vorteilsgewährung an andere und zur eigenen Vorteilsnahme. Begünstigung im Amt betrifft dabei nicht nur den Beamten, sondern auch den Angestellten der Wirtschaft. Beide verletzen durch den Mißbrauch ihrer Amts- oder Funktionsstellung zur eigenen oder Drittbegünstigung ihre arbeitsvertragliche Pflicht zur Einhaltung der Normen und Regeln ihrer Organisation sowie zum Handeln im Interesse und zur Steigerung der Wertschöpfung ihrer Organisation. Wirtschaftsethisch wird Korruption auch in Drittländern (Off-Shore Corruption) geächtet.

Neben dem Verbot des Gebrauchs von Insider-Wissen oder vertraulich mitgeteilter Tatsachen sind Interessenkonflikte, Marktmanipulation und Preissetzung Brennpunkte der angewandten Wirtschaftsethik Anbieter sollten keine Dienste anbieten, die sie in Interessenkonflikte zwischen der vertraglichen Pflicht zur Förderung der Interessen ihrer Kunden bringen. Vor allem im Bereich der Finanzberatung spielen Interessenkonflikte eine erhebliche Rolle (Boatright, Koslowski 1997). Die Abteilung einer Bank kann nicht objektiv über eine Aktie beraten, wenn dieselbe Abteilung gerade dabei ist, den Börsengang dieser Aktie durchzuführen. Deshalb werden zwischen Abteilungen einer Bank „Firewalls“ eingerichtet werden, um Interessenkonflikte zu vermeiden und Objektivität zu wahren. Interessenkonflikte müssen durch Niederlegung des Mandats oder durch

Offenlegung des doppelten Engagements und Zustimmung beider betroffenen Kundenparteien zu ihm gelöst werden.

Marktmanipulation betrifft alle Formen der vom Recht und der Ethik ausgeschlossenen Marktbeeinflussung wie Scheinkäufe, In-sich-Geschäfte u.ä. Auch hier wird der Grundsatz der Verpflichtung zur tatsächlichen Wertschöpfung verletzt. Die Preisgestaltung ist überall dort ein wirtschaftsethisches Problem, wo der Marktpreis sich nicht von selbst durchsetzt oder er dem Kunden unbekannt ist. Der Grundsatz, auch dem Fremden oder Unkundigen gegenüber den Marktpreis zu fordern, ist eine Forderung der Preisgerechtigkeit. Preisdiskriminierung ist im allgemeinen ethisch zu vermeiden. Der Marktpreis ist die beste Richtschnur des gerechten Preises. Er fällt im allgemeinen mit dem gerechten Preis zusammen.

Die Leistungskontrolle der Wirtschaft erfolgt über das Preissystem, das Preise für Güter, Arbeit und für ganze Unternehmen bildet. Das Preissystem ist ein System der sozialen Kontrolle (Hans Albert). Güter und Arbeitsleistungen, die qualitativ schlecht sind, erzielen keine kostendeckenden Preise und werden durch schlechte Preise aus dem Markt gedrängt. Unternehmen, die keine angemessene Wertschöpfung für die Kapitalgeber erzielen, sinken im Wert und werden kein Kapital erhalten. Der Eigentümer eines Unternehmens hat die Aufgabe, ein hohes Niveau der Wertschöpfung dadurch zu schaffen, daß er sicherstellt, daß alle Mitglieder des Unternehmens ihre Beitragsverpflichtungen erfüllen. Gewinn und Verlust des Unternehmens sind der Anreiz bzw. die Strafe für die Erfüllung bzw. Nichterfüllung dieser Eigentümerfunktion (Alchian, Demsetz).

Das Vordringen der Aktiengesellschaft in Großunternehmen rückt den Anteilseigner (Shareholder) in die Rolle desjenigen, der die Wertschöpfung des Unternehmens sichern und das Sich-Drücken von Management und Belegschaft um die Erfüllung ihrer Beitragspflichten vermeiden muß. Die Notwendigkeit, Shareholder value zu realisieren, ist Ausdruck der Notwendigkeit, Wertschöpfung im Unternehmen zu realisieren. Sie ist wirtschaftsethisches nicht zu kritisieren, solange auch die anderen vertraglichen Pflichten des Unternehmens erfüllt werden. Shareholder value kann

jedoch nicht als das einzige Unternehmensziel definiert werden. Das Unternehmen muß auch den Wertschöpfung seiner anderen Interessengruppen oder Stakeholder fördern.

Im Zuge der Globalisierung ist es zur Ausweitung der externen Unternehmenskontrolle durch Anteilseigner über den Aktien- oder Kapitalmarkt gekommen. Globalisierung ist vor allem Globalisierung der Finanzinvestitionen. Im Gegensatz zur bloßen Internationalisierung, die in einem Land produziert und Güter in andere Länder exportiert, bewirkt die Globalisierung den Export der Produktion und der Finanzinstitutionen. Es wird nicht nur in anderen Ländern verkauft, was im Inland produziert wurde, sondern die Produktionsstufen und Investitionen werden globalisiert. Die Globalisierung nötigt die Unternehmen, Transparenz für externe Investoren zu schaffen und eine attraktive Kapitalrendite zu realisieren. Mit der verstärkten Globalisierung kam es auch in den deutschsprachigen Ländern zu einer Stärkung des Kapitalmarktes. Die Insider-Kontrolle durch Banken und Querbeteiligungen wurde zunehmend durch die externe Kontrolle durch den Kapitalmarkt und den Markt für Unternehmenskontrolle, in dem das Management durch die Drohung der Unternehmensübernahme kontrolliert wird, ersetzt. Diese Entwicklung ist wirtschaftsethisch zu begrüßen, wenn sie zu einer höheren Gesamtwertschöpfung der Unternehmen führt (Koslowski 2002). Sie wäre problematisch, wenn die Wertschöpfung des Unternehmens allein an der Wertsteigerung des Aktienpreises gemessen würde. Da das Unternehmen in der Marktwirtschaft auch im Wettbewerb um Arbeitskräfte und um Kunden steht, ist eine Alleinbegünstigung der Wertentwicklung der Aktionäre unwahrscheinlich.

In der Diskussion um die ethische Beurteilung von Wirtschaftsordnungen wird die Debatte verstärkt um die Frage „rheinischer oder anglo-amerikanischer Typus des Kapitalismus oder der Marktwirtschaft geführt“ (Michel Albert) geführt. Sie nimmt ältere Debatten um verschiedene Wirtschaftsstile wieder auf. Dabei sollten Stilunterschiede im Typus der Marktwirtschaft, etwa zwischen Freier und Sozialer Marktwirtschaft, nicht künstlich überhöht werden, solange in beiden Formen die

Garantie der Eigentumsrechte und der Gewerbefreiheit gelten, die zugleich grundlegende wirtschaftsethische Forderungen sind.

Die Wirtschaftsethik wird häufig als Mittel der Reform der Wirtschaft oder der moralisch eingeforderten Umverteilung angesehen. Die Sozialreform muß aus der sozialwissenschaftlichen und der ethischen Analyse hervorgehen. Sie ist nicht primäre Aufgabe der Wirtschaftsethik. Umverteilung kann ethisch nur gefordert werden, wenn zwingende moralische Gründe geltend gemacht werden können, welche die Pflichtenkollision mit der Pflicht zur Wahrung der Eigentumsrechte zu gunsten der Umverteilung im Sinne einer höheren Pflicht auflösen. Es ist evident, daß dies nur in extremen Ausnahmesituationen gerechtfertigt sein kann. Umverteilung sollte daher im allgemeinen nicht durch die Moralisierung von Interessenkonflikten begründet werden. Ethik und Recht sind nicht nur ein Mittel, ethische und rechtliche Forderungen geltend zu machen. Sie sind vielmehr zugleich ein Mittel gegen moralische Aggression, ein Mittel, unzulässige Moralisationen von Lebenssituationen und überzogene Rechtsansprüche zu begrenzen.

Literatur:

F. Schleiermacher: Grundlinien einer Kritik der bisherigen Sittenlehre (1803); G. Schmoller, Über einige Grundfragen des Rechts und der Volkswirtschaft, in: Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik 23 (1874) 225-349, 24 (1875) 81-119; Heinrich Pesch: Ethik und Volkswirtschaft (1918); Hans Freyer: Die Bewertung der Wirtschaft im philosophischen Denken des 19. Jahrhunderts (1921); Max Weber, Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre (1922, ⁶1985); O. v. Nell-Breuning: Grundzüge der Börsenmoral (1928, ²2002); G. Briefs: Wirtschaftsverfassung und Gesellschaftsordnung (1929); Hans Albert: Marktsoziologie und Entscheidungslogik (1967, ²2001); P. Koslowski: Ethik des Kapitalismus (1982, ⁶1998); R. De George: Business Ethics (1982, ³1990); A. Rich: Wirtschaftsethik I und II. (1984 ff.); P. H. Werhane: Persons, Rights, and

Corporations (1985); P. Ulrich: Transformation der ökonomischen Vernunft (1986); W. Lachmann: Wirtschaft und Ethik: Massstäbe wirtschaftlichen Handelns (1987, ²1989); P. Koslowski: Prinzipien der Ethischen Ökonomie (1988, ²1994), English version Principles of Ethical Economy (2000, ²2001); Wirtschaftswissenschaft und Ethik, hg. v. H. Hesse (²1989); P. Koslowski: Gesellschaftliche Koordination. Eine Theorie der Marktwirtschaft (1991); Michel Albert: Kapitalismus kontra Kapitalismus (1992); J. M. Buchanan, Die konstitutionelle Ökonomik der Ethik, in: P. Koslowski (Hrsg.), Neuere Entwicklungen in der Wirtschaftsethik und Wirtschaftsphilosophie (1992); Peter F. Drucker: Management: Tasks, Responsibilities, Practices (1993); F. Hengsbach: Wirtschaftsethik. Aufbruch, Konflikte, Perspektiven (²1993); B. P. Priddat: Die andere Ökonomie. Gustav Schmollers Versuch einer ethisch-historischen Nationalökonomie (1995); P. Koslowski (Ed.): The Theory of Ethical Economy in the Historical School (1995); A. Alchian, H. Demsetz: Production, Information Costs, and Economic Organization, in: L. Putterman, R. Kroszner (Ed.): The Economic Nature of the Firm (1996) 193-216; P. Koslowski: Ethik der Banken und der Börse (1997); Blackwell Encyclopedic Dictionary of Business Ethics, ed. by P. H. Werhane und Ed. Freeman (1997); J. R. Boatright: Ethics in Finance (1999); N. E. Bowie, A. Bowie: Business Ethics: A Kantian Perspective (1999); Th. Donaldson, Th. W. Dunfee: Ties That Bind: A Social Contracts Approach to Business Ethics (1999); J. Wieland: Ethik der Governance (1999); K. Homann, Ch. Lütge: Vorteile und Anreize (2002); P. Koslowski: Zur Ethik des Kapitalmarktes, in: Th. Buchheim et al. (Hrsg.): Die Normativität des Wirklichen (Festschrift R. Spaemann) (2002) 286-311.

II. Unternehmensethik

Die Unternehmensethik als Teil der Wirtschaftsethik befaßt sich mit den ethischen Pflichten, Werten und Tugenden der kommerziellen, gewinnerzielenden und der

unternehmensähnlichen Organisationen und gemeinnützigen Unternehmen. Wesentliche Ansatzpunkt der Unternehmensethik ist das Management von Unternehmen. Weil die Managementaufgabe nicht auf das kommerzielle Unternehmen beschränkt ist, betrifft die Unternehmensethik alle Organisationen.

Das Unternehmen oder die Organisation ist mögliches Subjekt der Unternehmensethik, weil es Organisationsversagen als Versagen der institutionellen Normen und Kontrollmechanismen gibt. Dieses begünstigt individuelles Versagen, das daher nicht allein dem unethisch handelnden, individuellen Organisationsmitglied angerechnet werden kann. Der Prävention ethischen Organisationsversagens dient die Einrichtung von ethischen Codes und von Compliance Officers (Beauftragte für die Einhaltung der rechtlichen und ethischen Regeln) in Unternehmen, wie sie nach dem Enron-Skandal durch den Sarbanes-Oxley Act in USA mit Ausstrahlung auf alle internationalen Großunternehmen verbindlich gemacht wurden.

Die Einhaltung und Fortentwicklung von Regeln in komplexen Organisationen ist eine Aufgabe, welche die Unternehmen selbst erfüllen müssen, weil der Gesetzgeber und die Gerichte adäquate Regeln für die im schnellen Wandel befindliche Wirtschaft und ihre Technologie nur gemeinsam mit den Unternehmen und Branchen durchsetzen und entwickeln können. Der Unternehmensethik kommt daher ein wichtige Rolle im Rechtschöpfungsprozess des Wirtschafts- und Unternehmensrechts zu.

Unternehmensethik und Unternehmenscompliance sind ein Mittel des Risikomanagements. Die Risiken, die aus unethischem oder gar delinquentem Verhalten von Organisationsmitgliedern entstehen, bestehen in Beschädigungen der Reputation und Marke des Unternehmens sowie in möglichen Straf- und Schadensersatzzahlungen. Das Unternehmen muß das Risiko der Nichtbefolgung der Regeln der Unternehmensethik und des Rechts durch die Implementation und Sanktion von Unternehmensrichtlinien, die allen Organisationsmitgliedern die

ethischen Grundsätze der Organisation deutlich machen, minimieren. Unternehmensethik ist Teil des Risikomanagements des Unternehmens.

Die Pflichten des Managers werden durch seine Stellung als Geschäftsführer des Unternehmens, der durch die Eigentümer bestellt wird, bestimmt. Er ist jedoch nicht nur Agent der Eigentümer (principals), sondern Geschäftsführer des Gesamtunternehmens. Er ist dem Unternehmen als ganzem und seinem Gemeinwohl verpflichtet. Der Manager eines Großunternehmens ist deshalb nicht nur der Agent der Eigentümer oder Shareholder, sondern ihr Treuhänder und der Treuhänder von jenen, die unter seiner Leitung arbeiten. Es ist seine treuhänderische Pflicht (im anglo-amerikanischen Recht: fiduciary duty) als Treuhänder der Eigentümer und des Gesamtunternehmens zu wirken.

Die treuhänderische Pflicht als Begriff der Unternehmensethik enthält folgende Einzelpflichten: die Pflicht zu Treu und Glauben, die Pflicht zur Loyalität, die Pflicht zur Sorgfalt und Klugheit und die Pflicht zur Vermeidung oder Offenlegung möglicher Interessenkonflikte. In der Erfüllung dieser Pflichten sind Manager nicht frei, ihrem eigenen Interesse auf Kosten des Unternehmens zu folgen. Die Treuhänder-Beziehung impliziert ein Art der Selbstbindung auf seiten der Eigentümer und der Manager, welche das bloße Eigeninteresse von Shareholdern und Managern sowie die Idee einer bloßen Agentenstellung transzendiert.

Die Pflicht zur Loyalität in den Treuhänderpflichten verpflichtet den Manager zur ungeteilten und uneigennütigen Loyalität gegenüber dem Unternehmen, nicht nur gegenüber den Shareholdern. Sie ist mehr als ein bloßer Vertrag, nämlich eine Verpflichtung gegenüber dem Unternehmen als ganzem. Die Pflicht zur Sorgfalt und Klugheit verpflichtet den Manager, im Interesse des Unternehmens und nicht nur für sein eigenes Interesse sorgfältig und klug zu handeln (Sorgfaltspflicht, due diligence). Die Pflicht zur Offenlegung (disclosure) verpflichtet den Manager, keinen Vorteil aus vertraulich in der Verfolgung seiner Aufgaben erworbenen Tatsachen oder aus Wissen, das ihm die Firmeneigentümer mitgeteilt haben, zu ziehen. Seine treuhänderische Pflicht zur Offenlegung schließt es aus, dieses

Wissens als Insider-Wissen zu benutzen, um im Zuge der Erfüllung seiner Management-Aufgabe oder als Privatperson Insider-Geschäfte zu machen. Das Verbot des Gebrauchs von Insider-Wissen oder die Pflicht zur Offenlegung folgt aus der Treuhänderstellung des Managers gegenüber dem Unternehmen als ganzem, nicht allein aus einer Agenten-Stellung gegenüber den Eigentümern. Dies wird auch dadurch bekräftigt, daß das Verbot von Insiderhandel auch dort gilt, wo der Eigentümer den Manager zum Gebrauch von Insider-Wissen autorisieren würde. Das Gesamtinteresse des Unternehmens und das Recht aller Anteilseigner auf das Insiderwissen verbieten den Gebrauch von Insider-Wissen durch den Manager auch dort, wo ihn der Eigentümer oder Hauptanteilseigner von seiner Pflicht zur Vermeidung von Insider-Handel freistellt.

Die Pflichten, die sich aus einer treuhänderischen Beziehung ergeben, gelten für alle treuhänderischen Verhältnisse, für die Beziehung des Bankangestellten und Finanzberaters zu seinem Beratungskunden, für den Angestellten als Sachbearbeiter, für den Arzt im Verhältnis zum Patienten, für den Architekten im Verhältnis zum Bauherren usw.

Die Bestimmung des Verhältnisses zwischen dem Unternehmen und dem Manager allein nach dem Prinzipal/Agenten-Verhältnis und die fast alleinige Entlohnung der Manager nach der Börsenwertentwicklung des Unternehmens führt zur Vernachlässigung anderer Erfolgskriterien als der Börsenwertentwicklung. Es kommt zu einer hit-and-run-Mentalität. Es ist Aufgabe der Unternehmensethik zu fragen, ob Anreize (incentives) richtig gesetzt sind, da es auch perverse Anreize gibt, die nicht zielführend sind. Es geht nicht nur darum, ökonomische Anreize zu setzen, sondern darum, die ökonomisch und ethisch richtigen Anreize für die richtigen Beiträge im Unternehmen aufzustellen.

Durch Bewegungen wie Global Compact und die Global Reporting Initiative wird staatlicher Zwang bei den Versuchen, Umweltbelastungen zu verringern und die Rechte künftiger Generationen zu beachten, durch freiwillige Selbstbindungen als Selbstverpflichtungen der Unternehmen ersetzt. Die Beachtung des Naturkapitals

schafft für die Unternehmen Reputation, das auch von Investoren anerkannt und in der Bewertung von Firmen positiv berücksichtigt wird. Investoren sind - im Rahmen des institutionalisierten ethischen Investierens oder außerhalb desselben - immer häufiger bereit, einen Preisaufschlag für Firmen zu bezahlen, die eine höhere Reputation bei der Beachtung ethischer Prinzipien wie der Rechte der Natur und künftiger Generationen besitzen.

Auch die Berücksichtigung der Umwelt- und Sozialbilanz des Unternehmens in der Bilanzierung gemäß der triple bottom line-Bilanzierung nach Economic Performance Indicators, Environmental Performance Indicators, und Social Performance Indicators bewirkt eine größere Inklusion ethischer Kriterien und der Corporate Social Responsibility wie Leistungen des Unternehmens für seine gesellschaftliche und natürliche Umwelt, Beachtung der Generationengerechtigkeit u.ä. in der Gesamtbewertung des Unternehmenserfolges. Das neue Gewicht der ethischen, der Umwelt- und der Sozialindikatoren zwingt wiederum das Management und die Anteilseigner durch den Wettbewerb um Investoren, Konsumenten und Arbeitskräfte, diese Indikatoren des Unternehmenserfolgs in ihren Managemententscheidungen zu beachten.

Literatur:

F. Neil Brady: Ethical Managing: Rules and Results (1989); Unternehmensethik, hg. v. H. Steinmann u.a. (1991); R. E. Freeman, D. L. Gilbert: Unternehmensstrategie, Ethik und persönliche Verantwortung (1991); Robert C. Solomon: Ethics and Excellence: Cooperation and Integrity in Business (1992); H. Steinmann und A. Löhr: Grundlagen der Unternehmensethik (1994); P. Peill-Schoeller: Interkulturelles Management (1994); K. Leisinger: Unternehmensethik Globale Verantwortung und modernes Management (1997); A. Kleinfeld: Persona oeconomica: Personalität als Ansatz der Unternehmensethik (1998); S. Grabner-

Kräuter: Die Ethisierung des Unternehmens: ein Beitrag zum wirtschaftsethischen Diskurs (1998); P.Koslowski: Spekulation und Insider-Handel, in: W. Korff u.a. (Hrsg.): Handbuch der Wirtschaftsethik (1999) Bd. 4, 290-309; P. Koslowski (Hrsg.): Shareholder Value und die Kriterien des Unternehmenserfolgs (1999); B. Palazzo: Interkulturelle Unternehmensethik: deutsche und amerikanische Modelle im Vergleich (2000); A. G. Scherer: Multinationale Unternehmen und Globalisierung (2003); Laura P. Hartman: Perspectives in Business Ethics (2004); M. G. Velasquez: Business Ethics: Concepts and Cases (2005); Joseph F. Johnston: Natural Law and the Fiduciary Duties of Business Managers (2005) und P. Koslowski: The Common Good of the Firm as the Fiduciary Duty of the Manager (2005), beide in: N. Capaldi (Ed.): Business and Religion: A Clash of Civilizations (2005).