

„Ethik ist mehr als nur eine strategische Option!“



Andreas Walter im Gespräch mit Prof. Dr. Stefan Heinemann über Ethik, die Kraft der Verführung und den Imagewandel von Google.

Walter: Herr Professor Heinemann: „Erst kommt das Fressen, dann kommt die Moral“. Dieses Brecht-Zitat aus der Dreigroschenoper stammt aus dem Jahre 1928, einer wirtschaftlich ebenfalls schwierigen Zeit. Finden Ethik und Ökonomie nur in guten Zeiten zusammen?

Heinemann: Keinesfalls. Die Ethik des Wirtschaftens ist ein Dauerbrenner – mit einer langen Tradition und einer weiten Zukunft.

Walter: Wenn Sie von Tradition sprechen – verbindet sich das mit konkreten Namen?

Heinemann: Ja. Aristoteles beispielsweise hat eindrucksvoll gezeigt, dass Geld erst dann ein moralisches Problem wird, wenn es zum Selbstzweck wird. Also: Seinen Geschäften nachzugehen, Geld zu verdienen um damit wiederum mit Maß Dinge zu kaufen – das ist absolut in Ordnung...

Walter: Weil Geld als Tauschmittel fungiert?

Heineman: Genau. Wenn Geld aber nur noch sich selbst dient, das heißt letztlich der Bereicherung, deformiert sich die Kunst des richtigen Wirtschaftens und „Geld vom Gelde“, der Zins, entsteht. Aristoteles tadelt diese Bereicherungskunst. Dass so ein gutes Leben nicht gelingen kann, wusste er besser als wir. Hinter diesen Erkenntnishorizont fallen wir leider heute noch oft genug zurück.

Walter: Also Aristoteles als erster Kritiker des Kapitalmarktes?

Heinemann: In gewissem Sinne ein Vorläufer. In der Finanzkrise haben wir ja erlebt, wie intelligente Menschen die Fiktion des homo oeconomicus haben Wirklichkeit werden lassen. Das Ergebnis? Ein ganzes Werte- und Wertsystem ist bedenklich ins Wanken geraten. Im Ergebnis ging die Schere zwischen der „Wall Street“ und der „Main Street“ immer weiter auf. Aristoteles kannte noch keinen Dax – aber er hatte das richtige Gespür für das prinzipielle Problem, meine ich.

Walter: Das schleichende Auseinanderdriften von Real- und Finanzwirtschaft?

Heinemann: Wobei Sie das „schleichend“ gerne streichen können.

Walter: Warum soll der Finanz-Manager, ja der Manager überhaupt, sich ethisch verhalten? Er kann doch sagen „nice to have“, aber nix für mein Geschäft?

Heinemann: Das kann er eben nicht. Denn zum einen ist ein moralisches Handeln, ist das Richtige zu tun, keine Frage der subjektiven Einstellung, des kulturellen Kontexts oder sonstiger Weltbilder. Ethische Prinzipien sind objektiv und sollen und können auch umgesetzt werden. Und zwar von jedem. Zweitens ist Moral effizient. Es gibt gute Gründe für die Annahme, dass moralisches Wirtschaften in der Tat auch wirtschaftlich erfolgreicher ist als unmoralisches Wirtschaften. Darüber müssen wir nur öfter und tiefer nachdenken – und das Privileg haben wir ja als Mensch. Wir können die Welt, uns selbst und die anderen Menschen denkend und fühlend erfassen und erfahren. Und vor allem haben wir das Privileg Dinge zu reflektieren.

Walter: Dieses Privileg hat beispielsweise auch Larry Page, der Google-Gründer. Er wollte das Wissen der Welt für alle verfügbar machen. Jetzt schlägt das Informationsimperium quasi zurück. Denn sein neues Produkt „Streetview“ liefert gestochen scharfe Fotos von Straßen und Häusern. Viele meinen: ein Eingriff in die Privatsphäre. Bürgerrechtler stellten daraufhin Fotos von seinem Haus und weitere Details ins Netz. Wer hat hier moralisch gehandelt?

Heinemann: Dieses Beispiel ist eine Frage der Informationsethik. Halten wir den Nutzen solcher Anwendungen für wichtiger als die Dimension unserer Privatheit? Nach welchen Kriterien sollte denn Google seine Anwendungen überhaupt entwickeln, mithin: was ist der Zweck des Ganzen und welche Mittel sind moralisch legitim? Ich habe das Gefühl, dass die Reflexion solcher Fragen in Unternehmen von eher unsystematischen Faktoren abhängt, wie der thematischen Medienwetterlage oder dem einzelnen Engagement eines Managers.

Walter: Wie lässt sich so etwas systematisieren?

Heinemann: Solche ethischen Reflexionen spielen jedenfalls eine noch zu geringe Rolle in der Ausbildung von Managern, auch wenn es hier Schritte in die richtige Richtung gibt. Zu Googles Street View: Meines Erachtens gibt es keine überzeugenden Argumente dafür, einem Unternehmen zu gestatten, ohne meine explizite Einwilligung Teile meiner Lebenswirklichkeit zu vermarkten. Andererseits scheint mir die Tonlage einer Art „Google-Hetze“ unangebracht. Auch hier gilt: Wir müssen uns darüber klar werden, in welcher Welt wir leben sollen – und dann die Ärmel hochkrempeln und es anpacken.

Walter: Nun haben wir schon einige Zeit über Ethik gesprochen: Was ist das eigentlich genau? Gibt es eine Definition, die zudem auch verständlich ist?

Heinemann: Versuchen wir es. Ethik ist die Reflexion auf die Differenz zwischen „Sein“ und „Sollen“ – gewissermaßen zwischen dem Ist-Zustand und einem Idealzustand. Sein und Sollen sind nicht identisch – es gibt Gutes und Böses und so kann eben die bloße Existenz kein Kriterium für Gutheit sein. Die spannende Frage ist, wie das Sollen im Sein,

also in der Praxis, verwirklicht werden kann, wenn beides doch getrennt ist? Die Antwort ist: Weil die Welt so geschaffen ist, dass ich in ihr das Gute auch verwirklichen kann.

Walter: Gut. Dagegen kann man nichts sagen. Aber deshalb muss das einen Manager ja nicht zwangsläufig überzeugen. Erst recht nicht, wenn es keine moralische Kontrollinstanz gibt.

Heinemann: Diese Instanz ist die Vernunft. Denn er hat eine Verpflichtung, moralisch zu handeln.

Walter: Weil er reflektieren kann?

Heinemann: Genau. Manager versuchen immer in erster Linie nach dem Prinzip der Effizienz im vorgegebenen methodischen und legalen Rahmen zu agieren. Aber ethische Grundsätze stehen über dem Gesetz. Es gibt gute und schlechte Gesetze. Ethik hingegen ist nicht verhandelbar und auch nicht zu reduzieren auf das Gesetz.

Walter: Trotz dieser Pflicht, moralisch zu handeln gibt es Dienstwagenaffären, Betriebsräte in Brasilien oder einen Ex-Postchef, der fast 20 Jahre Steuern hinterzogen hat...

Heinemann: Das ist die permanente Herausforderung, der wir Menschen uns stellen müssen: Heutzutage lauert die Verführung immer und überall – das kenne ich selber und wohl jeder Mensch. Ich verkenne daher keinesfalls die Verlockung der Sünde aber dennoch – und das mag auf den ersten Blick befremdlich klingen: Ich muss mich als Manager eigentlich so verhalten, als hätte ich Verantwortung für die ganze Welt.

Walter: Fangen wir mit einem Unternehmen an. Warum fällt es vielen Managern schwer, ihr Unternehmen nach ethischen Gesichtspunkten zu führen?

Heinemann: Heutige Managergenerationen werden durch die Fokussierung auf die neoklassische Wirtschaftstheorie geradezu in das von Aristoteles eben schon kritisierte Geldleben hineingetrieben. Darüber hinaus ist es eben sehr schwierig, Ethik in einem

Unternehmen zu operationalisieren. Code of Ethics, Corporate Governance usw. sind ja letztlich Versuche, eine Selbstbindung zu generieren, die ohne das innerweltliche Sanktionspotential des Gesetzes auskommt. Wie man die Idee der moralischen Selbstverpflichtung ohne Rückbindung an eine mich eben absolut verpflichtende, moralisch-ideale Sphäre konzipieren kann, verstehe ich schlicht nicht.

Walter: Also ein EMS, ein Ethik-Management-System, nicht als strategische Option für Unternehmen, sondern weil es die Pflicht dazu gibt.

Heinemann: Es darf zumindest nicht als Marketinggag missbraucht werden, sondern braucht Aufrichtigkeit, Kontinuität und Verantwortung...

Walter: ...und Mut. Denn die Investition in ein Hochregallager beispielsweise können Sie auf Heller und Pfennig genau ausrechnen.

Heinemann: Sie können sich aber auch gründlich verrechnen. Denn Sie handeln immer unter Unsicherheit. Natürlich ist es schwer, Menschen vom Ethikmanagement zu überzeugen. Daraus folgt aber nicht, dass ich es lassen soll. Vielmehr gilt: „I double my efforts.“

ZUR PERSON

Stefan Heinemann ist Professor für Wirtschaftsethik, International Entrepreneurship und Corporate Finance an der FOM Fachhochschule für Oekonomie und Management in Essen. Heinemann studierte Philosophie und Theologie an der Universität Duisburg-Essen sowie an der University of Notre Dame. Bei seiner Arbeit stehen schwerpunktmäßig die unterschiedlichsten Aspekte der Financial Ethics im Mittelpunkt. Heinemann ist zudem seit rund 20 Jahren Unternehmer, hat zwei Börsengänge und zahlreiche Kapitalmarkttransaktionen umgesetzt und ist Inhaber zahlreicher Preise, wie beispielsweise jüngst die Auszeichnung mit dem BEA Award in der Kategorie „Konzeptjob“.