

Suhrkamp Verlag

Leseprobe



Neuhäuser, Christian
Unternehmen als moralische Akteure

© Suhrkamp Verlag
suhrkamp taschenbuch wissenschaft 1999
978-3-518-29599-1

suhrkamp taschenbuch
wissenschaft 1999

Unternehmen sind nicht nur wirtschaftliche, sondern auch politische Akteure. Vor allem aber sind sie entgegen verbreiteter Ansichten auch moralische Akteure, das heißt, sie sind grundsätzlich fähig, den moralischen Standpunkt einzunehmen, auch wenn sie dies in der Praxis selten tun. Daraus erwächst eine politische und moralische Verpflichtung: Auch für Unternehmen gelten die Menschenrechte als moralischer und rechtlicher Maßstab, daran müssen sich ihr Handeln und erst recht ihr Unterlassen messen lassen. Christian Neuhäuser zeigt mit beeindruckenden philosophischen Mitteln und anhand exponierter Beispiele unternehmerischen Handelns, inwiefern und inwieweit Unternehmen moralisch zur Rechenschaft gezogen werden können. Dies hat weitreichende philosophische, ethische und nicht zuletzt politische Konsequenzen.

Christian Neuhäuser ist Akademischer Rat am Institut für Philosophie der Ruhr-Universität Bochum.

Christian Neuhäuser
Unternehmen als
moralische Akteure

Suhrkamp

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet
über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

suhrkamp taschenbuch wissenschaft 1999

Erste Auflage 2011

© Suhrkamp Verlag Berlin 2011

Alle Rechte vorbehalten, insbesondere das der Übersetzung,
des öffentlichen Vortrags sowie der Übertragung
durch Rundfunk und Fernsehen, auch einzelner Teile.

Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form
(durch Fotografie, Mikrofilm oder andere Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert
oder unter Verwendung elektronischer Systeme
verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Umschlag nach Entwürfen

von Willy Fleckhaus und Rolf Staudt

Druck: Druckhaus Nomos, Sinzheim

Printed in Germany

ISBN 978-3-518-29599-1

Inhalt

Vorwort	7
Einleitung	11
Zur Relevanz und Lage der Unternehmensethik	14
Zur Bedeutung philosophischer Reflexionen für die Unternehmensethik	21
Zur Fragestellung und zum Aufbau dieses Buches	27

Teil I

Der moralische Status von Unternehmen

Kapitel 1

Verantwortung und ihre Grenzen in korporativen Umwelten	37
Verantwortung für Handlungen, Ereignisse und Konsequenzen	45
Bedingungen für Verantwortungsfähigkeit	56
Verantwortungslücken in Unternehmen	70

Kapitel 2

Unternehmen als moralische Akteure	90
Bedingungen von Personalität	98
Unternehmen, Tiere und Personen	107
Unternehmen als moralische Akteure ohne Personalität ..	119

Kapitel 3

Korporative Akteure und ihre Agenten	133
Theorien kollektiver Intentionen und korporative Akteure	140
Pläne von Unternehmen und Intentionen individueller Mitarbeiter	153
Korporative Akteure, ihre Agenten und moralisches Handeln	164

Teil II

Zur praktischen Verantwortung von Unternehmen

Kapitel 4

Menschenwürde, moralische Ansprüche und die Verantwortung von Unternehmen	181
Menschenwürde, Menschenrechte und moralische Ansprüche	188
Moralische Pflichten und das Netz der Verantwortung ...	199
Verantwortung von Unternehmen, Rechtfertigungen und Entschuldigungen	212

Kapitel 5

Massenentlassungen, Umweltschutz und Kinderarbeit	221
Soziale Teilhabe, Wohlfahrt und Entlassungen bei der Deutschen Bank	228
Umweltschutz, zukünftige Generationen und die Automobilindustrie	238
Globale Gerechtigkeit und Kinderarbeit	249

Kapitel 6

Moralische Unternehmen auf dem globalen Markt	264
Unternehmen unter Druck	270
Unternehmen als politische Institutionen und moralbefreite Märkte	278
Unternehmen in einer kosmopolitischen Welt	296

Nachwort

Banken als moralische Akteure und die Finanzkrise 2007 ...	311
--	-----

Literatur	327
-----------------	-----

Vorwort

Zu Beginn meiner Beschäftigung mit dem Themenfeld Unternehmen und Verantwortung schien mir ein Punkt ganz klar und unumstößlich zu sein: Die Verantwortung von Unternehmen kann nur als irgendwie geteilte Verantwortung individueller Akteure verstanden werden. So kann man sich täuschen. Und so aufregend kann Philosophie sein. Durch philosophische Überlegungen belehrt, habe ich gewissermaßen ins andere Lager gewechselt. Denn tatsächlich hat sich im Laufe der Untersuchung herausgestellt, dass Unternehmen selbst moralische und verantwortungsfähige Akteure sind. Es ist die Absicht dieses Buches, diese These in ihrer theoretischen und praktischen Dimension zu verteidigen. Dabei verfolge ich drei Ziele: Es soll sich zeigen, dass Unternehmen moralische Akteure und daher verantwortungsfähig sind. Es soll deutlich werden, wie Unternehmen in der Praxis Verantwortung zugewiesen werden kann, wofür sie also verantwortlich sind. Dabei soll meinem eigenen Anspruch nach und nicht zuletzt auch zum Ausdruck kommen, wie Philosophie die Brücke zwischen sehr theoretischen und abstrakten Überlegungen und unmittelbar praktischer Relevanz schlagen kann. Denn dies halte ich für die eigentliche Aufgabe der Philosophie.

Dieses Buch ist wie (fast) alle Bücher ein kollektives Projekt. Viele Akteure haben zu seinem Gelingen beigetragen. Ihnen allen gilt mein Dank. Weil jedoch – wie sich später noch zeigen wird – bloße Kollektive keine Verantwortung übernehmen können, liegt alle Verantwortung für verbleibende Fehler allein bei mir (womit ich nicht beanspruchen will, das Vorwort-Paradox gelöst zu haben). Viele haben eher indirekt zu dem Buch beigetragen, andere sehr direkt. Namentlich danken möchte ich nur denjenigen, die einen unmittelbaren Beitrag geleistet haben. Alle anderen mögen mir dies verzeihen. Mein Erstgutachter Ralf Stoecker hat nicht nur die Arbeit intensiv betreut und mich immer sehr unterstützt, sondern war mir vor allem anderen ein wahrhaft philosophischer Lehrer. Mein Zweitgutachter Thomas Schmidt hat die Arbeit von Anfang an sehr befürwortet, mir viel Mut gemacht und immer mit Rat und Tat zur Seite gestanden. Auch einer Institution gilt es zu danken:

Die Heinrich-Böll-Stiftung hat mit einem Promotionsstipendium ideale Bedingungen für das Schreiben dieses Buches geschaffen, nicht nur durch ihre finanzielle, sondern auch durch ihre ideelle Unterstützung. Das Manuskript ganz oder in Teilen gelesen, korrigiert und/oder ausführlich kommentiert haben: Valentin Beck, Robin Celikates (vielfach), Philine Erfurt, Stefan Gosepath, Susanne Heinemann, Marc Hübscher, Helena Klinger, Fabian Kobeling, Corinna Mieth, Sabine Mirkovic, Julia Müller, Alexander Neuhäuser, Arnd Pollmann, Marie-Luise Raters und Christina Terberl. Ihnen allen gilt mein Dank. Außerdem möchte ich Eva Gilmer danken, die durch ihr vorzügliches Lektorat aus einer Doktorarbeit ein richtiges Buch gemacht hat.

Zu guter Letzt möchte ich besonders meiner Familie ganz herzlich danken: Meiner Frau Monica (Siu Mon) Neuhäuser, meiner Mutter Elisabeth Lehnert-Neuhäuser, ihrem Mann Ullrich Lehnert, meinen Brüdern Alexander und Martin Neuhäuser. Ohne ihre bedingungslose Unterstützung und vielfältige Hilfe hätte ich dieses Buch nicht zu Ende gebracht – ja, nicht einmal angefangen.

»Ich sehe in der nahen Zukunft eine Krise auf uns zukommen, die mich sehr beunruhigt und dazu bringt, um die Zukunft unseres Landes zu bangen. Unternehmen wurden inthronisiert, eine Ära der Korruption auf höchster Ebene wird folgen, und die Geldmächte des Landes werden danach streben, ihre Herrschaft zu verlängern, indem sie die Vorurteile des Volkes bearbeiten, bis der Reichtum in den Händen einiger weniger angehäuft und die Republik zerstört ist.«

Abraham Lincoln (1809-1865)¹

»Hätten Sie von einer Korporation wirklich erwartet, ein Gewissen zu besitzen, obwohl sie keine Seele hat, die verdammt, und keinen Körper, der getreten werden könnte?«

Lord Chancellor Edward,
First Baron Thurlow (1731-1806)²

1 Im Original: »I see in the near future a crisis approaching that unnerves me and causes me to tremble for the safety of my country. Corporations have been enthroned, an era of corruption in high places will follow, and the money-power of the country will endeavor to prolong its reign by working upon the prejudices of the people until the wealth is aggregated in a few hands and the Republic is destroyed.« Die Authentizität des Zitats wird kritisch diskutiert.

2 Im Original: »Did you ever expect a corporation to have a conscience, when it has no soul to be damned, and no body to be kicked?«

Einleitung

Anfang des Jahres 2005 sorgte der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Bank, Josef Ackermann, mit einer doppelten Ankündigung für Furore und Kritik. Zunächst verkündete er für das Jahr 2004 eine Aktienrendite von 17 Prozent und seine Absicht, die Rendite zukünftig noch auf 25 Prozent steigern zu wollen. Gleichzeitig stellte Ackermann in gewisser Hinsicht ebenfalls auf mutige Weise in Aussicht, 6400 Stellen abbauen zu wollen. Zu diesem Zeitpunkt war offengeblieben, ob es sich dabei um Entlassungen oder die Streichung von frei gewordenen Stellen handeln soll; in der anschließenden öffentlichen Debatte wurde jedoch durchweg von Entlassungen gesprochen. Vor dem Hintergrund, dass seit Ackermanns Amtsantritt im Jahre 2002 weltweit bereits mehr als 20 000 von insgesamt 85 000 Stellen bei der Deutschen Bank abgebaut worden waren, stieß seine Ankündigung auf großes Unverständnis. Dass Ackermann den Stellenabbau zusammen mit den hohen Renditen angekündigt hat, wurde darüber hinaus als obszön empfunden. Bedarf es eines weiteren Stellenabbaus nur, um die ohnehin schon hohen Renditen noch weiter in die Höhe zu treiben? Der Deutschen Bank wurde deswegen vorgeworfen, ihre soziale Verantwortung gänzlich zu missachten und stattdessen der Profitgier des Raubtierkapitalismus verfallen zu sein.¹

Anfang des Jahres 2007 entbrannte in Deutschland eine Debatte um die ökologische Verantwortung der Automobilhersteller. Es ging um die Frage, ob die Unternehmen ihren Teil zum Umweltschutz beitragen. So hat beispielsweise der damalige Bundespräsident Horst Köhler verlangt, dass die Unternehmen den CO₂-Ausstoß der von ihnen produzierten Fahrzeuge deutlich senken. Als Gegenargument wurde in der Debatte immer wieder auf die große volkswirtschaftliche Bedeutung der Automobilindustrie und insbesondere der Produktion von großmotorigen Fahrzeugen etwa bei

1 Vgl. zum Fall der Deutschen Bank: »Hohe Rendite, geringe Verantwortung«, *Süddeutsche Zeitung* vom 04.02.2005, »Deutsche Bank will schrumpfen, aber nicht kündigen«, *Spiegel-Online* vom 15.02.2005 (<http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,341917,00.html>), letzter Zugriff 15.11.2010, »Ackermann attackiert Müntefering«, *Süddeutsche Zeitung* vom 18.05.2005.

Daimler, BMW oder Audi hingewiesen. Köhler hatte Anfang 2007 auch diagnostiziert, dass die freiwillige Selbstverpflichtung der Unternehmen, den CO₂-Ausstoß zu reduzieren, zu keinen greifbaren Ergebnissen geführt habe. Und tatsächlich hat die EU-Kommission Mitte 2008 beschlossen, den CO₂-Ausstoß bis 2012 auf 120 Gramm pro Kilometer zu begrenzen. Der Durchschnitt deutscher Fahrzeuge lag zu dem Zeitpunkt bei 160 Gramm pro Kilometer.² Inzwischen stellen die Automobilkonzerne regelmäßig Fahrzeuge vor, die einen deutlich geringeren CO₂-Ausstoß haben.

Anfang des Jahres 2008 hat die Schweizer Bank Credit Suisse in Vorbereitung auf die Fußball-Europameisterschaft in Österreich und der Schweiz 200 000 Fußbälle verteilen lassen. Im Laufe dieser Aktion wurden Vorwürfe laut, dass viele dieser Bälle von Kindern für 39 Schweizer Rappen, also ungefähr 35 Eurocent pro Stück hergestellt worden seien. Diese Kinderarbeit soll dadurch zustande gekommen sein, dass der von Credit Suisse beauftragte Ballhersteller die Produktion selbst ausgelagert und in Pakistan an Familien auf dem Land weitergegeben hat, so dass auch und vor allem Kinder an der Ballproduktion beteiligt waren. Zwar hat Credit Suisse in seinem Code of Conduct festgeschrieben, keine Ware aus Kinderarbeit zu beziehen, in diesem Fall diese Regelung aber offensichtlich nicht durchgesetzt, was nach eigenen Angaben zu den schwersten Vorwürfen in der Geschichte des Instituts geführt hat.³

Wenn ich über diese drei in kurzen Worten beschriebenen Fälle nachdenke, verspüre ich deutlich das Bedürfnis, jemanden verantwortlich zu machen und darauf hinzuweisen, dass diese Verantwortlichen doch bitte schön ihrer moralischen Pflicht nachkommen sollen, und ich nehme an, dass es nicht nur mir so geht. Die Erhaltung von Arbeitsplätzen, der Umweltschutz und die Ächtung von Kinderarbeit sind wichtige moralische Ziele, und wenn sie grob missachtet werden, dann löst das moralische Empörung aus,

2 Vgl. zum Streit um den Klimaschutz und die Automobilindustrie: »Keine Sorge, Sonntagsfahrer!«, *Süddeutsche Zeitung* vom 27.02.2007, »Köhler greift deutsche Autobauer an«, *Süddeutsche Zeitung* vom 28.02.2007, »Erfüllungsgehilfin der Spritfresser-Industrie«, *Süddeutsche Zeitung* vom 20.12.2007, »Europas Autoindustrie im Klimaschock«, *Süddeutsche Zeitung* vom 21.05.2008.

3 Vgl. zum Fall der Credit Suisse: »Werbebälle – von pakistanischen Kindern genäht«, *Süddeutsche Zeitung* vom 21.04.2008, »Werbefußbälle von pakistanischen Kindern genäht?«, *Neue Zürcher Zeitung* vom 22.04.2008.

die sich auf jemanden richten muss. Doch auf wen? Ein naheliegender Kandidat sind die Unternehmen selbst. Wir können dann sagen, die Deutsche Bank, die Automobilkonzerne und die Credit Suisse verhalten sich unredlich und haben es verdient, dass wir ihnen schwere Vorwürfe machen. So erscheint es auf der einen Seite. Doch auf der anderen Seite wirkt das auch seltsam, sogar ein wenig grotesk. Können wir Banken und Automobilkonzernen überhaupt Vorwürfe machen? Es sind doch nur Unternehmen, nur Organisationen, nur Institutionen, leblose Dinge jedenfalls. In gewisser Weise wirkt es ähnlich seltsam, wie wenn man einem Tier, das nicht einmal über Sprache verfügt, lange moralische Vorhaltungen machen würde, die klarerweise ihr Ziel nicht wirklich erreichen.

Also sind es vielleicht nicht die Unternehmen, sondern einzelne Personen, denen die Kinderarbeit, die Entlassungen, der mangelnde Umweltschutz vorgeworfen werden sollten. Im Fall der Deutschen Bank wurde solch eine Person auch benannt: Josef Ackermann. Zwar wirkt das schon angemessener, weil wir es gewohnt sind, Menschen als moralische Akteure aufzufassen, denen manchmal auch moralische Vorwürfe gemacht werden können, aber irgendwie scheint es dennoch nicht richtig zu sein, in solchen Fällen die ganze Empörung an Einzelnen auszulassen. Denn es geht nicht nur darum, was einzelne Menschen tun, sondern was ganze Unternehmen mit ihrer geballten Macht tun. Zur Debatte stehen immerhin knapp 7000 verlorene Arbeitsplätze, 200 000 von Kindern hergestellte Fußbälle und Millionen umweltverschmutzende Autos, die jährlich hergestellt werden. In diesem Licht erscheint Josef Ackermann nun mehr als Sündenbock für all das, was die gesamte Deutsche Bank betrifft. Noch unplausibler wird es bei der Credit Suisse, denn dort hat sicher niemand die Kinderarbeit willentlich autorisiert. Und ob es in der Automobilindustrie eine bewusste Abneigung gegen den Umweltschutz gibt, ist mehr als fraglich.

Sind es dann vielleicht doch die Unternehmen selbst, über die wir uns empören sollten? Oder vielleicht beide, die Unternehmen und die Entscheidungsträger? Oder gibt es vielleicht überhaupt niemanden, dem wir moralische Vorwürfe machen können, weil es keine Verantwortlichen gibt, und müssen wir uns stattdessen damit abfinden, dass die Dinge sind, wie sie sind? Mit diesen Fragen möchte ich mich in den folgenden Kapiteln beschäftigen, um zu klären, ob Unternehmen moralische Akteure sind und wie sie

moralisch beurteilt werden könnten. Dabei wird es darum gehen, ob Unternehmen überhaupt handeln können, welche moralische Rolle sie spielen könnten und, schlussendlich, welche Rolle moralisch-politisch von ihnen gefordert werden sollte. Bevor ich jedoch meinen eigenen Ansatz in der Unternehmensethik oder vielleicht besser – wenn die ganze Spannbreite des Themas in den Blick genommen wird – der politischen Philosophie der Unternehmen vorstelle, möchte ich meine Fragestellung einleitend in der gegenwärtigen Debatte um die Verantwortung von Unternehmen verorten.

Zur Relevanz und Lage der Unternehmensethik

Die drei Beispiele von Deutscher Bank, Automobilindustrie und Credit Suisse verweisen auf das öffentliche Interesse an der Frage nach der Verantwortung von Unternehmen. Individuelle Beobachter des öffentlichen Geschehens wie ich selbst und die meisten anderen Menschen, aber auch viele Organisationen der Zivilgesellschaft und einige Medien richten ihre mehr oder weniger wachsam und kritischen Blicke nicht mehr ausschließlich auf Regierungen von Staaten, sondern immer stärker auch auf Unternehmen und insbesondere auf große multinationale Konzerne. Zwei gegenläufige Tendenzen scheinen diesem Interesse zugrunde zu liegen. Während Nationalstaaten im Zuge der ökonomischen Globalisierung an Ordnungsmacht verlieren, haben Unternehmen aufgrund desselben Prozesses an Handlungsmacht gewonnen.⁴ Einige Kritiker gehen so weit, Staaten von Unternehmen erpresst zu sehen.⁵ Andere stimmen zumindest darin zu, dass Unternehmen nicht mehr im

4 Vgl. zur ökonomischen Globalisierung: David Held u. a., *Global Transformations. Politics, Economics and Culture*, Stanford 1999, und Stefan A. Schirm, *Globalisierung. Forschungsstand und Perspektiven*, Baden-Baden 2006. Zur Schwächung des Nationalstaates: Michael Zürn, *Regieren jenseits des Nationalstaates. Globalisierung und Denationalisierung als Chance*, Frankfurt/M. 1998, und aus wirtschaftsethischer Perspektive: Andrew Crane, Dirk Matten, *Business Ethics. Managing Corporate Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*, Oxford 2007, S. 477 f.

5 Vgl. Pierre Bourdieu, *Gegenfeuer. Wortmeldungen im Dienste des Widerstandes gegen die neoliberale Invasion*, Konstanz 1998, S. 120–131, und Blätter für deutsche und internationale Politik, *Der Sound des Sachzwangs. Der Globalisierungs-Reader*, Bonn 2006.

gewünschten Maße durch Rechtssysteme kontrolliert werden. In dem Unternehmen ohne wesentliche Einschränkungen operieren und ausschließlich einer ihnen eigentümlichen Logik der Profitmaximierung folgen, produzieren sie zahlreiche unerwünschte Folgen, die als Kosten externalisiert werden, also von anderen bezahlt werden müssen, insofern sie überhaupt bezahlbar sind.⁶

Tatsächlich wird zunehmend auf Verfehlungen und Versäumnisse von Unternehmen aufmerksam gemacht, und manchmal werden handfeste Fälle von Menschenrechtsverletzungen und organisierter Kriminalität ans Licht gebracht.⁷ Besonders wegen dieser prominenten Fälle wird öffentlich von der Verantwortung von Unternehmen gesprochen. Eigentlich ist damit aber eine große Vielzahl zentraler Themen gemeint: Es geht um Korruption, die gezielte Zerstörung konkurrierender Unternehmen und Massenentlassungen. Es geht um die schlimmsten Formen der Ausbeutung wie Sklaverei und Kinderarbeit. Es geht um die Privatisierung von lebensnotwendigen Gütern wie Wasser und um den globalen Umweltschutz. Es werden Fragen der historischen Verantwortung von Unternehmen, etwa für Zwangsarbeit im Zweiten Weltkrieg, diskutiert und Ideen der demokratischen Mitarbeiterbeteiligung in Erwägung gezogen. Es geht zugleich um weichere Themen wie kommunales und soziales Engagement, Work-Life-Balance der Mitarbeiterinnen und kulturelle Verantwortung.

Nicht zuletzt wegen des Engagements zivilgesellschaftlicher Gruppen interessieren sich immer mehr Menschen dafür, was Unternehmen tun, und bewerten deren Handeln nach moralischen Gesichtspunkten. Es gibt so etwas wie eine öffentliche moralische Kritik an Unternehmen. Manche Menschen richten ihre Kaufentscheidungen an der moralischen Reputation eines Unternehmens aus, andere demonstrieren gegen Schurkenunternehmen, und wie-

6 Dass Unternehmen ihre Kosten externalisieren, ist keine neue Feststellung. Schon der liberale Ökonom Milton Friedman, in: *Kapitalismus und Freiheit*, München 2004, hat dies als Problem anerkannt, wenn auch als Nebenwirkung aufgefasst. Neu scheint in jedem Fall das Ausmaß der so verallgemeinerten Kosten und der Grad der Externalisierung zu sein. Vgl. Crane/Matten, *Business Ethics*, S. 57-69.

7 Natürlich nehmen sich sehr große NGOs wie Greenpeace, Amnesty International und Attac der Themen der Unternehmensverantwortung an. Spezialisiert und international führend auf diesem Feld ist CorpWatch. In Deutschland beschäftigen sich beispielsweise das Imug und die Stiftung Wertevolle Zukunft speziell mit der Verantwortung von Unternehmen.

der andere unterstützen jene zivilgesellschaftlichen Organisationen, die als »watch dogs« fungieren und über die Tätigkeiten von Unternehmen aufklären wollen. Inzwischen haben auch zahlreiche etablierte Akteure in Politik, Wissenschaft und der Wirtschaft selbst die Fragen der Verantwortung von Unternehmen aufgegriffen und suchen nach Modellen, um diese Idee zu konkretisieren. An Universitäten haben sich mittlerweile eine Handvoll wirtschaftsethischer Lehrstühle etabliert, die sich nicht mehr nur noch mit abstrakten Fragen der Möglichkeit oder Unmöglichkeit von Ethik in der Wirtschaft überhaupt beschäftigen, sondern auch den konkreteren Fragen der Unternehmensethik Aufmerksamkeit schenken.⁸ In der Politik sind es vor allem die politischen Stiftungen, die sich mit der Unternehmensverantwortung auseinandersetzen, aber auch einzelne Politikerinnen verweisen aus unterschiedlichen Gründen immer wieder auf dieses Konzept.⁹ Und in den Unternehmen selbst werden ganze Abteilungen geschaffen, die sich nur um deren soziales Engagement und Verantwortung kümmern sollen.¹⁰

Die Diskussionen und Aktivitäten dieser institutionalisierten

8 In der deutschsprachigen Wirtschaftsethik werden häufig drei Schulen identifiziert: Die integrative Wirtschaftsethik um Peter Ulrich, die ökonomische Ethik um Karl Homann, sowie Andreas Suchanek und Ingo Pies und die so genannte angewandte Wirtschaftsethik um Horst Steinmann und Albert Löhr. Einflussreich, ohne jedoch zu einer Schulbildung geführt zu haben, sind die Arbeiten von Peter Koslowski. Speziell für die Unternehmensethik sind in jüngerer Zeit besonders die Arbeiten von Josef Wieland von wachsender Bedeutung. In der amerikanischen Wirtschaftsethik hingegen standen nie grundsätzliche methodologische Probleme und Fragen der politischen Ökonomie im Vordergrund, entsprechend kam es zu keinen Schulbildungen. Dort hat die Disziplin im anderen Extrem, der Managementethik, ihren eindeutigen Schwerpunkt, die entweder aristotelisch oder kantisch geprägt ist (z. B. Norman E. Bowie, Robert C. Solomon), um Leadership (z. B. Joseph L. Badaracco, Kenneth E. Goodpaster) oder um Case Studies (Norman E. Bowie, Tom L. Beauchamp). Ausnahmen stellen vor allem die Arbeiten von Peter French dar, aber auch eine frühe Arbeit von Patricia H. Werhane und Texte von Thomas Donaldson. Ein wichtiges kritisches Werk zur ökonomischen Wertlehre stammt von Elisabeth Anderson.

9 So z. B. Peer Steinbrück: »Die Wirtschaft muss eine höhere Verantwortung im Umfeld der Schulen, für die berufliche Bildung und das Universitätssystem wahrnehmen.« *Süddeutsche Zeitung* vom 22.10.2006.

10 Bei Daimler beispielsweise heißt das »Nachhaltigkeit«, bei Bosch »Engagement« und bei Bayer »Nachhaltigkeit und Engagement«. Abstraktere Begriffe wie »Corporate Social Responsibility« (CSR) finden sich eher beim BDI mit seiner Initiative CSR Germany oder dem Global Compact der UN.

Akteure finden vornehmlich unter dem Label »Corporate Social Responsibility« (CSR) statt. Weitere wichtige Schlagworte innerhalb des Diskurses lauten: Corporate Citizenship, Corporate Governance und Stakeholder Theory bzw. Stakeholder Society. Es ist nicht ganz leicht, Ordnung in diese Begriffe, ihre Bedeutungen und ihre Verwendungsweisen zu bringen, was sicher auch dem Umstand geschuldet ist, dass es sich dabei um eine relativ neue und vor allem praktisch geführte Diskussion handelt. Ich möchte demgegenüber eine noch weiter gehende These vertreten. Es handelt sich nicht nur um das relativ kleine Problem einer noch etwas ungenauen und nur leicht zu schärfenden Verwendung der Begriffe. Vielmehr leidet die gesamte Diskussion stark darunter, einige der ihr zugrunde liegenden philosophischen Fragen nicht hinreichend reflektiert zu haben. Diese These möchte ich kurz anhand der in der Diskussion um die Verantwortung von Unternehmen populären Konzepte Corporate Social Responsibility, Corporate Citizenship, Corporate Governance und Stakeholder Theory belegen.

Der Begriff »Corporate Social Responsibility« bringt zum Ausdruck, dass Unternehmen eine Verantwortung haben, die über ihr Kerngeschäft hinausgeht.¹¹ Er widerspricht damit unmittelbar der These von Milton Friedman: »Es gibt eine nur eine soziale Verantwortung für Unternehmen – ihren Gewinn zu steigern.«¹² Insofern hat der Begriff zunächst stark programmatischen Charakter. Externe Akteure aus Politik und Zivilgesellschaft machen Unternehmen Vorwürfe, weil sie etwas getan haben, was sie nicht hätten tun

11 Es gibt eine Fülle von Literatur zu CSR. Klassische Aufsätze sind Archie B. Carroll, »A Three Dimensional Model of Corporate Social Performance«, in: *Academy of Management Review* 4 (1979), S. 497-505, und Archie B. Carroll, »Corporate Social Responsibility. Evolution of a Definitional Construct«, in: *Business & Society* 38 (1999), S. 268-295. Empfehlenswerte Einführungen sind: C. K. Prahalad u. a., *Harvard Business Review on Corporate Responsibility*, Cambridge 2003; Steven K. May u. a., *The Debate Over Corporate Social Responsibility*, Oxford 2007; Peter Imbusch, Dieter Rucht, *Profit oder Gemeinwohl?*, Wiesbaden 2007.

12 Milton Friedman, zitiert nach Tom L. Beauchamp, Norman Bowie, *Ethical Theory and Business*, Upper Saddle River 2003, S. 55 (die Übersetzung stammt von mir, C.N.). Friedman erkennt allerdings auch an, dass sich Unternehmen an die Spielregeln der freien Konkurrenz halten sollen und keinen Betrug begehen dürfen. Im Grunde gesteht er damit zu, dass er keine rein positive, sondern eine normativ aufgeladene Theorie vertritt, die sich gegen andere Moraltheorien durchsetzen muss.

sollen oder aber, weil sie etwas nicht getan haben, was sie hätten tun sollen. Sie haben, diesen Vorwürfen nach zu urteilen, unverantwortlich gehandelt. Unternehmen wiederum fürchten angesichts solcher Vorwürfe um ihre Reputation und ergo um ihre Gewinne, wenn sich ihre Kunden oder Geschäftspartnerinnen daraufhin von ihnen abwenden. Unternehmen reagieren auf diese Bedrohung nicht nur damit, dass sie Vorwürfe weit von sich weisen, sondern auch damit, dass sie auf ihr soziales Engagement hinweisen. Dieses soziale Engagement dient ihnen insofern auch als eine Art von Schutzpolster: Je besser ihre Ausgangsreputation ist, so die Überlegung, desto weniger Schaden richtet ein Skandal an.

An dieser Praxis von Corporate Social Responsibility lässt sich einiges aussetzen. Vor allem entsteht der Eindruck, dass auf Seiten der Unternehmen der Begriff der Verantwortung einer egoistischen Kosten-Nutzen-Kalkulation unterzogen wird. Es geht ihnen nicht darum, schädigende Aktivitäten aufzugeben oder wichtige Hilfsprojekte zu fördern, sondern ihr Interesse richtet sich darauf, besonders leicht zu entdeckende Schädigungen zu unterlassen oder besser zu verstecken und besonders positiv besetzte und Aufsehen erregende Projekte wie Benefiz-Konzerte, Kunstveranstaltungen und Schulprojekte zu unterstützen. Aber auch die Kritikerinnen von Unternehmen erwecken bisweilen den Eindruck, dass sie CSR primär als strategisch-politisches Konzept auffassen und weniger daran interessiert sind, ein zwar kritisches, aber ausgewogenes Bild der Unternehmen zu präsentieren, sondern Konzerne durch einseitige, gezielte und aufwühlend wirkende Kampagnen in Verruf bringen und unter Druck setzen wollen. Es soll nicht unterstellt werden, dass in beiden Akteursgruppen ausschließlich diese Motive eine Rolle spielen. Aber wenn der skizzierte Eindruck auch nur partiell zutrifft, dann dient die gängige Praxis im Umgang mit CSR offensichtlich nicht dazu, die nachhaltige Glaubwürdigkeit des Konzepts zu befördern. Vielmehr läuft CSR Gefahr, aufgrund des instrumentellen Missbrauchs selbst in Verruf zu geraten und zu einer Leerformel zu werden. Dem Anspruch, Unternehmen zur Verantwortung zu erziehen, wäre damit ein Bärendienst erwiesen.

Mit dem politisch stark aufgeladenen Diskurs und einer recht instrumentellen Verwendungsweise von CSR gehen zudem konzeptionelle Schwächen des Konzepts einher. Es wird nicht deutlich, ob und warum es überhaupt gerechtfertigt ist, Unternehmen ver-

antwortlich zu machen. Dabei bleibt nicht nur ungeklärt, wann jemand verantwortlich ist und was es überhaupt heißt, Verantwortung zu haben. Auch das »S« in CSR für *social* bleibt systematisch unbestimmt. Zunächst soll es scheinbar und gegen Friedman nur anzeigen, dass es um mehr als die Verantwortung für ein erfolgreiches Kerngeschäft geht, es klammert dabei aber so etwas wie ökologische Verantwortung von vornherein begrifflich aus.¹³ Überhaupt nicht deutlich wird zudem, was genau mit sozialer Verantwortung gemeint ist bzw. wofür Unternehmen Verantwortung haben und wofür nicht. Insofern verwundert es nicht, dass CSR praktisch oft den Charakter von Wohltätigkeitsprojekten annimmt und Unternehmen strikt darauf beharren, dass es sich bei diesen um freiwillige Aktivitäten handelt. Den eingangs geschilderten Problemen, die das eigentliche moralische Anliegen hinter der virulenten Frage nach der Verantwortung von Unternehmen sind, ist damit nicht Genüge getan. Entsprechend hilft ein derartig dünner Begriff wie CSR kaum bei der Problemlösung, sondern verhindert sie eher, indem er durch seine Inhaltsleere neue Unklarheiten heraufbeschwört und den Blick auf tatsächliche Lösungen verstellt.

Ähnlich fällt das Fazit bei den anderen Konzepten aus. Corporate Citizenship behauptet, dass Unternehmen als Bürger mit den dazu gehörenden Rechten und Pflichten betrachtet werden können.¹⁴ Dabei wird jedoch weder historisch noch funktional oder normativ begründet, warum Unternehmen dieser Status zukommen soll. Offen bleibt beispielsweise, ob sich ihr Bürgerstatus von dem der Menschen unterscheidet oder ob sie auch über alle entsprechenden Rechte verfügen sollen. Vollständig ernst genommen, müsste die Idee von Unternehmen als Bürgern dann auch

13 Es sei denn, man reduziert Umweltverantwortung auf soziale Verantwortung, was jedoch selbst begründungsbedürftig wäre und davon abhängt, ob der Natur ein eigener Wert zugeschrieben wird oder nicht. Vgl. Angelika Krebs, *Naturethik. Grundtexte der gegenwärtigen tier- und ökoethischen Diskussion*, Frankfurt/M. 1997.

14 Vgl. Josef Wieland, Walter Conradi, *Corporate Citizenship. Gesellschaftliches Engagement – unternehmerischer Nutzen*, Marburg 2003, und André Habisch, *Corporate Citizenship. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen in Deutschland*, Berlin 2003. Ein etwas anderes, aber normativ nicht weniger problematisches Verständnis entwickeln Crane, Matten, *Business Ethics*, S. 70f. Demnach sind Menschen de facto nicht mehr nur noch Bürger von Staaten, sondern auch von Unternehmen, beispielsweise wenn diese für die Krankenversicherung sorgen.

einschließen, dass sie sich für politische Ämter bewerben können. Jedenfalls wird durch die Rede von Unternehmen als *Bürgern* nahegelegt, dass sie als handelnde und sogar als moralische Akteure aufgefasst werden können. Dies wird jedoch nur behauptet und bleibt unbegründet. Corporate Governance zieht Analogien zwischen Unternehmen und Staaten, indem es Unternehmen als von Menschen regierte bzw. gesteuerte Organisationen auffasst.¹⁵ Das Konzept fragt ähnlich wie bei Staaten danach, welche Institutionen und Regeln benötigt werden, um gewünschte Verfahren und Ergebnisse zu erreichen. Was gewünschte Verfahren und Ergebnisse sein können, bleibt allerdings ebenso unbeantwortet wie die Frage, wer darüber entscheiden könnte. Zudem werden Unternehmen nur als zu steuernde Systeme aufgefasst, und es wird nicht reflektiert, ob das Verhältnis von Menschen und Unternehmen richtig bestimmt ist.

In der Stakeholder Theory geht es darum, einen weiten Unternehmensbegriff zu etablieren, der die Interessen aller Stakeholder berücksichtigt, also all derjenigen, die unmittelbar mit einem Unternehmen zu tun haben und von dessen Entscheidungen betroffen sind. Der Begründer der Theorie, Edward Freeman, definiert: »Ein *stakeholder* einer Organisation ist [...] jede Gruppe und jedes Individuum, die das Erreichen der Ziele der Organisation beeinflussen können oder davon beeinflusst werden.«¹⁶ Insofern setzt sich die Theorie von der klassischen Shareholder Theory ab, nach der nur diejenigen zu berücksichtigen sind, die ökonomisches Kapital in das Unternehmen investieren.¹⁷ Nur wenn all diese Interessen berück-

15 Vgl. Josef Wieland, *Die Ethik der Governance*, Marburg 1999, und ders., *Die Tugend der Governance*, Marburg 2006; Gerhard Schewe, *Unternehmensverfassung. Corporate Governance im Spannungsfeld von Leitung, Kontrolle und Interessenvertretung*, Berlin 2005; Chris A. Mallin, *Corporate Governance*, Oxford 2007.

16 R. Edward Freeman, *Strategic Management. A Stakeholder Approach*, Boston 1984, S. 46 (Übersetzung stammt von mir, C.N.). Vgl. zum Überblick: Robert Phillips, *Stakeholder Theory and Organizational Ethics*, San Francisco 2003; Abe J. Zakhem u. a., *Stakeholder Theory. Essential Readings in Ethical Leadership and Management*, Amherst 2007. Mit ihrem Konzept einer Stakeholder Society gehen Anne Alstott, Bruce A. Ackerman, *The Stakeholder Society*, New Haven 1999, über den Kontext von Unternehmen weit hinaus.

17 Vgl. für eine Gegenüberstellung der beiden Ansätze: Elisabeth Göbel, *Neue Institutionenökonomik. Konzeptionen und betriebswirtschaftliche Anwendungen*, Stuttgart 2002, S. 113 f.