

Unternehmen entwickeln Werte entwickeln Unternehmen

Unternehmensethik zahlt sich aus!

Dieser Aufsatz ist im Original nachzulesen auf der Seite www.soderquist.org.

Nobelpreisträger Milton Friedman argumentierte 1970 gegen eine Verankerung von Ethik in Unternehmen: Manager sollten sich um die finanzielle Prosperität der Firma kümmern, für ethische Aktivitäten hätten sie keinen Auftrag, keine Legitimation und keine Kompetenz.

Albert Carr vergleicht Business mit einem Pokerspiel oder War Game: Das Ziel ist zu gewinnen und die Regeln sind eigene. Jeder, der so etwas wie Werte in die Firma einführen wolle, sei naiv und zum Mißerfolg verurteilt.

Mit Krieg direkt vergleicht Havard Professor Theodore Levitt das Business: Es gehe ums Überleben und schon gar nicht um Moral.

Laut John Copeland haben diese Botschaften dazu geführt, dass in den letzten Dekaden Milliarden veruntreut wurden, dass die Reputation vieler Firmen gelitten hat, dass etliche Top-Manager ins Gefängnis wanderten und so ihrem Berufsstand schweren Schaden zugefügt haben.

Firmen arbeiten -so Copeland- eben nicht unter eigenen Spielregeln, sie sind Teil der menschlichen Gesellschaft mit gleichen moralischen Spielregeln. Laura Nash und Dawn-Marie Driscoll sehen das ganz ähnlich: Man benötige Business Ethics, um Chaos zu vermeiden und Business Ethics seien erforderlich, um Profitabilität und Langlebigkeit im globalen Wettbewerb sicherzustellen.

Dies sei weisen Unternehmensführern schon längst klar und sie handelten danach. Charles W. Perry (ALCOA) und Nicholas G. Moore (Pricewaterhouse Coopers) nennt Copeland als Beispiele. Ethische Companies zeichnen sich aus durch ihre Visionskraft und Profitabilität, wie aus einer einschlägigen Studie erfolgreicher Unternehmen hervorgeht (Parras, Collins: Built to Last, 1994).

Die nachhaltige Beschäftigung mit Ethik führt außerdem zu zusätzlichem Marktwert, erhöhtem Kundennutzen und öffentlichem Ansehen durch Differenzierung vom Wettbewerb, so eine Forschungsarbeit von Dr. Verschoor (Bus.Soc.Rev. 1999) sowie Surveys der Walker Information Inc. und Harris Interactive (2001). Begierlichkeiten auf Firmengelder entstehen in ethisch orientierten Firmen gar nicht oder doch in weit geringerem Maße als sonst.

Wie zahlreiche Fälle von Betrügereien, Unterschlagungen und Veruntreuungen der letzten Jahrzehnte gezeigt haben, kann Verzicht auf Ethik die Unternehmen teuer zu stehen kommen. Der Schaden wird in US-Firmen auf jährlich 400 Milliarden USD geschätzt (Assoc. of Certified US Fraud Examiners 2001). Beispiele sind die Absprachen zwischen Energieunternehmen in den 60er Jahren und Bestechungsfälle in Übersee-Ländern in den 70er Jahren (300 Milliarden USD/a); in den 80ern deckte die Wahington Post enorme Unregelmäßigkeiten in

Unternehmen entwickeln Werte entwickeln Unternehmen

der Waffenindustrie auf (in die auch das Pentagon verstrickt war) und die Wall Street hatte ihre teuren Skandale durch Insider-Trading. An jüngere Fälle aus den 90ern wie Enron wird sich noch jeder erinnern. Enron war der vielleicht spektakulärste Fall, aber leider bei weitem kein Einzelfall. Der Staat reagierte mit empfindlichen Strafen und härteren Gesetzen.

Prävention durch verstärkte Schulung in Business Ethics wurde seitdem vermehrt gefördert und ist auch der wirksamere und billigere Weg. Von der Schaffung einer ethischen Wirtschaftskultur als Folge dieser Schulungen verspricht man sich nicht zu Unrecht nachhaltige Veränderung im Managementgebaren. Ständiges Training und Beschäftigung mit dem Thema ist zwar mit Arbeit verbunden, aber von den Kosten her ein lächerlicher Preis für die Vermeidung ähnlich exorbitanter Schadensfälle wie den hier geschilderten.