

# Messbarkeit von Ethik durch Standards und Ratings

**Mit Hilfe von Ratingagenturen können ethisch-moralische Forderungen erfolgreich im unternehmerischen Handeln verankert werden. Doch wird im System der neuen Nachhaltigkeit nicht vor allem der Charakter des reinen Vollstreckers von Systemzwängen entwickelt? Das Für und Wider diskutiert dieser Beitrag.**

**In diesem Beitrag erfahren Sie:**

- was unter Nachhaltigkeit zu verstehen ist,
- wie sich Nachhaltigkeit als ein standardisierbarer und messbarer ethischer Wert begreifen lässt,
- welche Vor- sowie Nachteile sich mit der Zertifizierung ethischer Werte grundsätzlich verbinden.

KLAUS-JÜRGEN GRÜN

## Einleitung

Während akademische Ethik seit der Endphase der Aufklärung stets neue Argumente anführt, um den vermeintlich unüberbrückbaren Graben zwischen Ökonomie und ethischer Vernunft zu vertiefen [3, S. 25], ist es inzwischen die Ökonomie selbst, die es allein vermag, ethische Standards im globalen Maßstab erfolgreich zur Anwendung zu bringen. Diese Ethikstandards wurden zunächst durch Absichtserklärungen mit Ethik-Kodizes verwirklicht. Inzwischen sind diese Erklärungen zumeist durch eine Reihe vernetzter Rating-Systeme ersetzt, die zunehmend weltweit einheitliche Standards festlegen und bewerten. Bereits heute kann es sich kaum ein Konzern mehr leisten, auf den so genannten »Nachhaltigkeitsbericht« zu verzichten, der Kunden und Kapitalanleger auf der ganzen Welt von den ernsthaften Bemühungen des Unternehmens um sozial- und umweltfreundliche

Produktion sowie Technologie überzeugen soll. »Nachhaltigkeit« oder »Sustainability« bezeichnet heute das Zusammenspiel von Ökonomie, Ökologie und gesellschaftlicher Verantwortung mit dem Ziel, die Lebensgrundlagen der Menschheit nachhaltig und zukunftsfähig weiterzuentwickeln. Unter einer »nachhaltigen Entwicklung« verstehen Unternehmen eine Entwicklung, die einerseits den Bedürfnissen der heutigen Generation nach Befriedigung ihrer eigenen Bedürfnisse entspricht und andererseits die Möglichkeiten künftiger Generationen nicht gefährden soll.

### **Verwirklichung von Ethik im Unternehmen durch Unternehmensethik-Kodizes**

Verhaltensvorgaben für Mitarbeiter in Unternehmen sind so alt wie die Unternehmen selbst. Sie waren zunächst im Arbeitsvertrag niedergelegt und ein wesentlicher Bestandteil des Arbeitsverhältnisses. Arbeitsverträge aber dokumentieren eine Abmachung zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber, für die sich bislang allein Arbeitsgerichte interessiert haben, und zwar im Fall des Vertragsbruchs. Diese Abmachungen waren auf keine besonderen ethischen Grundlagen gestützt.

Der Aspekt des Ethischen findet sich erst in Vereinbarungen spezifischer Art seit der zweiten Hälfte des zwanzigsten Jahrhunderts. Diese haben in den 80er Jahren in Form einer Absichtserklärung der Unternehmensleitung und anderer Verantwortungsträger in »Ethikrichtlinien« zum Boom von Ethik in unserer Gesellschaft beigetragen. Inzwischen sind Verhaltensvorgaben als Ethik-Kodizes (»Codes of Ethics« oder »Codes of Conduct«) für national und international agierende Unternehmen zur Selbstverständlichkeit geworden. Der besondere Gehalt an Ethik beruht hierbei auf der internen Selbstverpflichtung, mit der sich Unternehmen über die kurzfristigen ökonomischen Ziele hinausgehend soziale Vorgaben definieren. In der Gegenwart werden diese internen Erklärungen einem sich ausweitenden System von externen Prüfungskriterien unterworfen.

Folgende Strukturmerkmale können wir bereits in Ethik-Kodizes unterscheiden:

- ⇒ Ein Kodex wirkt motivierend, indem er einen Druck auf Ansprüche und Erwartungen Gleichgestellter ausübt, Mindeststandards bei Entscheidungen in Betracht zu ziehen.
- ⇒ Kodizes legen dauerhaft Richtlinien für richtiges und falsches Handeln fest und überwinden dadurch die Willensschwäche der Menschen.
- ⇒ Kodizes sind Orientierungshilfen in mehrdeutigen Situationen.
- ⇒ Unternehmenskodizes binden nicht nur Mitarbeiter an vereinbarte Ziele, sondern auch – im Idealfall – die Geschäftsleitung.
- ⇒ Kodizes stärken das Bewusstsein für soziale Verantwortung in der Wirtschaft und machen die Wirtschaft selbst zu einem Ort der Entstehung und Verwirklichung von Ethik.
- ⇒ Es liegt im Interesse der Wirtschaft selbst, die Ausbildung von Unternehmenskodizes zu befördern.
- ⇒ Die Nachteile dieser Selbstverpflichtungen liegen in der zu großen Allgemeinheit der Erklärungen (»faire Umgangsformen«, »guter Geschmack«, »Toleranz«) und in ihrem nicht-bindenden Charakter.

Wollen wir einem Unternehmensethikkodex als einer bindenden Vereinbarung wirklich Geltung verschaffen, so müssen wir ihn in eine institutionalisierte Form überführen. Um den Aspekt des Ethischen im Verhalten der Menschen zu stärken, benötigen wir aber sowohl gute Gesetze als auch gute Menschen. Während im Rahmen unternehmerischer Praxis beides von elementarer Wichtigkeit ist, vernachlässigen akademische Ethiken auf breiter Front die Seite des Menschen. Obgleich auch auf den Lehrstühlen der Philosophie in Einzelfällen die »Vorliebe der deutschen Universitätsphilosophen für Kant« stark kritisiert wird, weil »Teile seiner Moralphilosophie, vornehmlich seine ausgeprägt juristische Denkweise, unseren gegenwärtigen Wertvorstellungen, kaum noch gerecht werden« [2, S. 69], konzentriert sich jedoch die Ausbildung von Ethik im professionellen

Bereich nahezu ausschließlich auf eine formale advokatische Struktur. Warnungen wie diejenige Fellmanns – »Wer dem Formalismus Kants noch bedingungslos folgt, läuft Gefahr, die Lebenswirklichkeit zu verfehlen« – finden noch immer kaum Gehör. Im Rahmen von Unternehmenskodizes haben Unternehmen ihre Handlungsziele unabhängig von einer rechtlichen Notwendigkeit auf soziale Bereiche ausgedehnt. Ohne einem Formalismus zu folgen, haben sie sich an den sozialen Interessen von Mitarbeitern, Kunden und Mitmenschen orientiert.

Die Bedeutung der Fortschritte von Unternehmensethik für die Ausbildung eines moralischen Bewusstseins in der Gegenwart wird auf der Seite der Geisteswissenschaftler nahezu vollkommen unterschätzt. So ist es zu verstehen, dass von akademischer Seite die Kritik an Unternehmensphilosophie und Unternehmensethik einerseits global ausfällt, wenn etwa Marc Schlette in einer einschlägigen Studie fragt, »inwieweit das einer ökonomischen Funktionslogik unterworfenen Unternehmen überhaupt der geeignete Ort für ethische Reflexionen sein kann« [11, S. 16]. Andererseits hegen Geisteswissenschaftler globale Vorbehalte gegenüber der Tendenz von Unternehmen, Werte zu bestimmen. Unternehmensethiken und Kodizes sind Appelle an gemeinsam geteilte Werte vor dem Hintergrund ökonomischer Ziele. Diese Appelle können konformes Verhalten und Homogenität der Mitarbeiter bewirken, aber sie stellen eine hilfreiche Entscheidungshilfe in Konfliktfällen bereit.

Was den Aspekt der Konformität betrifft, die durch interne Verhaltensrichtlinien erzielt wird, so haben sich Bedenken in den Geisteswissenschaften eingestellt. Denn in gleicher Weise, wie der Staat sich verfassungskonforme Bürger erziehen möchte, erreichen Unternehmen Konformität der Mitarbeiter hinsichtlich der in Kodizes niedergelegten Ziele. Dass in der unterschiedlichen Ausrichtung der Ziele der Konformität Interessenskonflikte entstehen können, weckt dort Unbehagen, wo unternehmerisches Handeln grundsätzlich als strategisch und instrumentell abgewertet wird gegenüber dem vermeintlich rein an Kommunikation orientierten ethischen Standpunkt. Aus dem

Missverständnis, dass staatliches und gesellschaftliches Handeln nicht auf Interessen gestützt, sondern an Verständigung interessiert sei, erwächst die Furcht, das Unternehmen könnte zu einem Staat im Staate werden. So verdienen nach Schlette die auf Homogenität der Belegschaft abzielenden Verhaltensregeln allein deswegen schon kritische Aufmerksamkeit, »weil sie dem Paradigma des aufgeklärten, kritischen und selbstständigen Bürgers innerhalb der demokratisch verfassten Ordnung zuwiderlaufen können«. [11, S. 69]

Die Frage nach Unternehmensethik wirft daher automatisch die Frage nach der Zuständigkeit bei der Bestimmung ethisch-moralischer Werte auf. Gegenüber den Positionen, die das Staatsganze und die Gesellschaft zum Ausgangspunkt ethisch-moralischen Bewusstseins wählen, finden sich Unternehmen schnell in der Rolle eines Staates im Staate wieder, der mit seinen »interessegeleiteten« Motivationen den »höheren« moralischen Interessen des Staates zuwiderlaufen könnte.

Auf der anderen Seite ist die Modernität verschiedener Erscheinungsformen angewandter Ethik in Unternehmen sowohl ein Anzeichen des Verlustes Werte bildender Kraft des Staates als auch des Scheiterns der rein akademischen Theorien einer Ethik.

## **Normierung der Nachhaltigkeit durch soziale und ökologische Ratings**

### Das CSR-Konzept

In Deutschland haben sich im vergangenen Jahrzehnt Konzepte zur Messung von Nachhaltigkeitsbonität nach amerikanischem Vorbild entwickelt. Sie waren ursprünglich rein ökologisch motiviert und haben inzwischen eine weitreichende soziale Dimension erreicht. Im sozialen Bereich richten sich diese Konzepte zum einen auf die Arbeitsbedingungen – die Einhaltung von Arbeitsschutzbestimmungen, keine Diskriminierung von Frauen, keine Diskriminierung von Religion und Hautfarbe, Ablehnung von Kinderarbeit und anderes. Zum

anderen erstrecken sie sich auf gesellschaftliche Bereiche wie die Frage nach politischer Unterdrückung und Meinungsfreiheit. Die Messmethoden des Sozialstandards bleiben allerdings in ihrer Qualität bislang noch hinter den Methoden zur Messung eines ökologischen Standards zurück und treten nur gemeinsam mit ihnen explizit in Erscheinung.

Weil die mit Ethik-Kodizes verbundenen Beteuerungen einer nachhaltigen Unternehmenspolitik nicht ausreichen, die öffentlichen Forderungen nach verantwortlichem Handeln zu verwirklichen, haben sich vereinheitlichte Berichtssysteme entwickelt. Unterstützt von NGOs und Politik schließen sich daher weltweit Unternehmen in Initiativen zusammen, um gemeinsam Berichts- und Bewertungsstandards vorzulegen.

So will »Corporate Social Responsibility« (CSR) – wir können auch sagen »Soziale Verantwortung« oder »Unternehmensverantwortung« – die gesamten Unternehmenspolitik durch den Aufbau sozial-ökologischer Berichterstattung sowie die Einrichtung von Überwachungsmechanismen in Absprache mit den Stakeholdern des Unternehmens auf ein langfristig überlebensfähiges System umstellen. Die CSR-Gesichtspunkte erlauben es, ethische Normen aus dem Wirtschaftssystem selbst zu gewinnen, indem Unternehmen mit einer hohen Nachhaltigkeitsbewertung Wettbewerbsvorteile erwarten dürfen. Durch verbesserte Reputation werden das Unternehmen und seine Produkte für Kunden, Geschäftspartner, Mitarbeiter sowie Kapitalgeber (»ethisch-ökologische Kapitalanlage«) interessanter.

## Wie funktioniert die Messung von Nachhaltigkeit?

Ausgelöst von spektakulären Pleiten von Großunternehmen und den mit Basel II verbundenen »neuen Anforderungen an die Kreditwürdigkeitsprüfung« werden seit einigen Jahren verschiedene Management- und Auditingkonzepte entwickelt, die die Nachhaltigkeitskriterien in den Unternehmen bewertbar und steuerbar machen sollen. Um Nachhaltigkeit zu verwirklichen, bieten unter anderem

Unternehmen wie »SIGMA« (www.projectsigma.co.uk), Organisationen wie die 1988 aus führenden europäischen Unternehmen gegründete »European Foundation for Quality Management« EFQM (www.efqm.org) oder das Non-profit-»Institute of Social and Ethical Accountability« (www.accountability21.net) Standards zur Identifizierung ethischer und soziale Indikatoren sowie Ziele an.

Die Standards stützen sich ihrerseits auf die von NGOs wie Menschenrechts- und Umweltschutzorganisationen erstellten Leitlinien. Eine der wichtigsten dieser NGOs ist die Global Reporting Initiative (GRI), die von der gemeinnützigen Koalition von Unternehmen Ceres (www.ceres.org) gegründet wurde. GRI hat einen der verbreitetsten Standards zur Bewertung der Umwelt-, Sozial- und Ökonomie-darstellung von Unternehmen in der Öffentlichkeit herausgegeben.

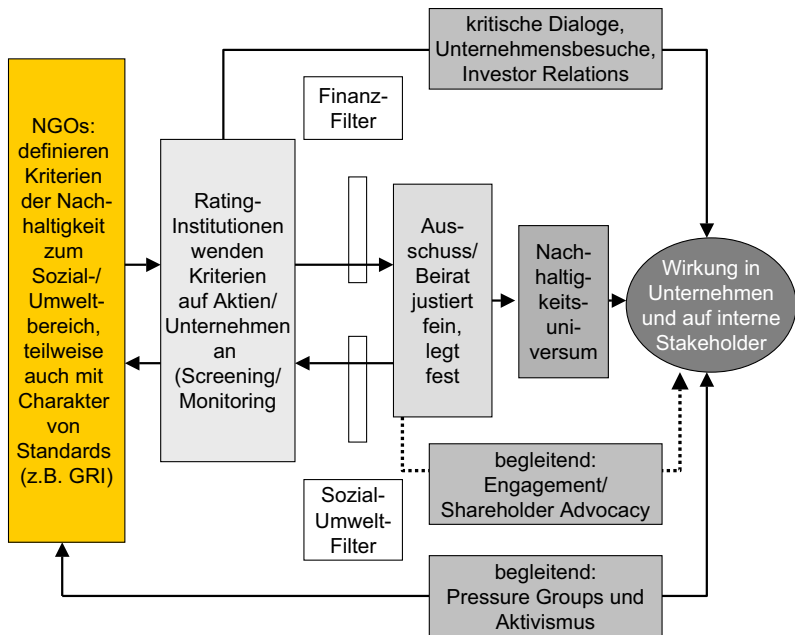


Abb. 1: Die Rolle der Rating-Agenturen innerhalb des Konzepts der Nachhaltigkeit [10, S. 14]

Auf der Grundlage dieser Standards (weitere Anbieter und Details vgl. [9] und [10]) erstellen Rating-Agenturen durch eigene Bewertungs-Methoden eine Rangliste der Nachhaltigkeit von Unternehmen. Portraits der für deutsche Unternehmen maßgeblichen Rating-Agenturen hat Schäfer in verschiedenen Studien erarbeitet und zusammengefasst.

Rating-Agenturen sind spezialisierte Finanzintermediäre, deren Existenz mit dem Bestehen von zwischen Marktteilnehmern ungleich verteilten Informationen auf Finanzmärkten begründet werden kann. Ihre Aufgabe ist ein direkter Informationsverkauf. Rating-Agenturen stellen Markttransparenz her. Um ihrer hohen Verantwortung gerecht zu werden, wollen sie strengen Anforderungen wie etwa Unabhängigkeit, Zuverlässigkeit und Objektivität genügen. [10, S. 170] Die Anbieter von Ratings – oecom research AG, E.Capital Partners, imug, Sustainable Asset Management AG u.a. – sehen ihre Aufgabe wesentlich in der Untersuchung und Bewertung von Unternehmen, Branchen aber auch von Emittenten von Anleihen.

Stellvertretend für andere Anbieter stellen wir hier das Beispiel des aus dem Umweltmedienverlag ökom hervorgegangene unabhängige Münchener Unternehmens oecom research AG ([www.oekomresearch.de](http://www.oekomresearch.de)) vor. Das Research-Universum dieses Anbieters umfasst Aktien und Renten von weltweit wichtigen Unternehmen, Organisationen und Staaten. Es bietet seinen Kunden ein umfassendes Dienstleistungspaket zur Integration von ethischen, sozialen und ökologischen Aspekten. Grundlage der von oecom research AG angebotenen und mit wissenschaftlichem Anspruch verfolgten Nachhaltigkeitsbewertung ist ein Leitfaden mit über 800 Kriterien zur Technikfolgenabschätzung, der auf 200 in der Praxis anwendbare Kriterien zusammengefasst wurde. Sie decken die Bereiche Kultur, Natur und Soziales ab. Kirchliche und volkswirtschaftliche Initiativen fließen hierbei ineinander. [6]

Das Unternehmen untersucht Sozialverträglichkeit, Naturverträglichkeit und Kulturverträglichkeit. Dabei stützt es seine Informationen auf Fragebögen, Interviews von Mitarbeitern und Geschäftsleitung sowie Sozial- und Umweltberichten. So prüft das



Unternehmen Umweltrisiken, ökologische Aspekte der Produkt- und Dienstleistungsentwicklung, Umweltmanagement, Umweltdaten, Management-System, Beziehungen zu Mitarbeitern, Beziehungen zu externen Anspruchsgruppen (Stakeholdern), Personalentwicklung, Entlohnung, Verhalten gegenüber gesellschaftlich benachteiligten Gruppen. Bei seiner Bewertung zieht es unabhängige Experten, Sekundärliteratur und Medienauftritte heran, um seinem Anspruch auf höchst mögliche Objektivität gerecht zu werden. Die Transparenz seiner Bewertungskriterien möchte das Unternehmen durch die Veröffentlichung eines Bewertungshandbuchs unterstreichen. (<http://www.oekom-research.de/ag/german/qualitaetsstandard.htm>).

Die zu untersuchenden Bewertungspunkte werden auf einer zwölfstufigen Bewertungsskala von A+ bis D- eingetragen, wobei die Note A+ die besondere Nachhaltigkeit auf diesem Gebiet zum Ausdruck bringt. Als Beispiel seiner Corporate Responsibility Ratings gibt oekom research AG auf seiner Website an (<http://www.oekom-research.de/ag/Allianz.pdf>) die Prüfung der Allianz AG an. (Andere Beispiele vgl. [9, S. 69])

Selbst für Unternehmen, die die Teilnahme am Corporate Responsibility Rating ablehnen, erstellt oekom research AG auf der Basis öffentlich zugänglicher Daten ein Profil, um die Stärken und Schwächen des Unternehmens im ökologischen und sozialen Bereich zu erfassen.

Die Prüfliste ergänzt das Unternehmen durch eine Ausschluss-Liste, auf der die Aktivitäten des Unternehmens in umstrittenen Marktsektionen aufgeführt sind.

Der umfangreiche und grafisch ansprechende Bericht lässt detaillierte Vergleiche von Unternehmen zu und nennt die Besten in der jeweiligen Klasse (»Best in Class«). Kapitalanleger finden hierdurch eine Orientierungshilfe für die »ethische Kapitalanlage«. Durch zunehmende Transparenz der Bewertungskriterien und der Objektivität der Bewertung durch externe Prüfer gelangen ethisch-moralische Normen irreversibel in die Unternehmensplanung hinein. Unternehmen

mit schlechtem Ranking in mehreren Sektionen werden in Zukunft unweigerlich vom Markt verdrängt.

**Tabelle 1: Ausschluss-Liste (Quelle: [http://www.oekom-research.de/ag/german/index\\_research.htm](http://www.oekom-research.de/ag/german/index_research.htm), S. 3)**

Business Areas	Risk Industry	Yes Producer	Yes User/Retailer	No	No info	
Abortion				✓		Allianz Group owns vineyards in France via the subsidiary Larose Trintaudon
Alcohol		✓				
Biocides				✓		
Chlororganic Mass Production				✓		
Embryonic Research				✓		
Furs				✓		
Gambling				✓		
GMOs				✓		
Military				✓		
Nuclear Power				✓		
Pornography				✓		
Tobacco				✓		

**Tabelle 1: Ausschluss-Liste (Quelle: [http://www.oekom-research.de/ag/german/index\\_research.htm](http://www.oekom-research.de/ag/german/index_research.htm), S. 3) (Fortsetzung)**

Business Practices	Risk Industry	Yes Producer	Yes User/Retailer	No	No info	
Animal Testing				✓		
Business Malpractice		✓				2005: Fine in the context auf anti-trust in Germany.
Controversial Env. Practices	✓	✓				2002-2004: Subsidiary Euler Hermes involved in controversial export credit guarantee operations.
Violations of Human Rights				✓		

## **Vor- und Nachteile der Umsetzung ethischer Werte durch Nachhaltigkeitsgutachten**

### Natur und Moral

Ethik stammt aus der Natur des Menschen und verwirklicht sich im Austausch der Interessen. Die durch Rating-Agenturen verstärkte Tendenz, Selbstverpflichtungen zur ökologisch und sozial orientierten Unternehmenspolitik Glaubwürdigkeit sowie Nachhaltigkeit zu verschaffen, kann als die erfolgreichste Strategie der Verwirklichung ethisch-moralischer Forderungen verstanden werden. Träger dieses Fortschritts sind bemerkenswerter Weise nicht die Ethik-Theorien der akademischen Philosophie, sondern zunächst noch die unternehmerische Praxis selbst. Indem ethische Ziele aus der ökonomischen Rationalität hervorgehen, werden die ideologischen Einwände widerlegt, Unternehmen könnten von Natur aus nicht der Ort sein, an dem ethische Normen erarbeitet und umgesetzt werden. Sie setzen ihrer-

seits die spekulativen Thesen der meisten akademischen Ethiken unter die Beweispflicht, dass Ethik anderswo anzusiedeln sei als im Austausch von Interessen. Denn auch die moralisch wertvolle Handlung geschieht nicht, wie Kant es gefordert hatte, aus dem »reinen Willen«, die »Pflicht zu erfüllen«, sondern sie benötigt Handlungsanreize. Statt weiterhin theoretisch die niemals zu beobachtende Neigungs- und Interesselosigkeit für moralisches Handeln einklagen zu wollen, legen es die beschriebenen Erfolge der Wirtschaftsethik den akademischen Überlegungen nahe, sich an Strukturen zu orientieren, in denen jeder seine eigenen Interessen artikulieren kann.

Auch die Vermutung von Habermas und seinen Schülern, es könnte neben der strategischen Klugheit noch eine originäre »kommunikative Vernunft« geben, die unser ethisch-moralisches Handeln wesentlich bestimme, erhält durch die globale Ausrichtung der Wirtschaft an sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit ebenfalls einen schweren Rückschlag. Die empirischen Erfolge geben weit mehr der Moralkritik Nietzsches Recht, welcher anstelle der Annahme einer über den Interessen der Individuen schwebenden geistigen Kraft kommunikativer Vernunft eine in der Triebstruktur des Menschen verankerte »Mitteilungsbedürftigkeit« vermutete. Die spekulative Annahme einer ethischen oder kommunikativen Vernunft erübrigt sich, wenn wir Kommunikation als ein Mitteilungsbedürfnis aus der physischen Natur des Menschen erklären können. Kommunikation ist kein Wert an sich, sondern der Reflex der menschlichen Natur, die sich anderen mitteilen und von anderen wahrgenommen werden will. In unsere ethischen Normen können wir diese Naturbedürfnisse als ein zu schützendes Interesse aller Menschen einbeziehen. Ergebnisse empirischer Forschung scheinen heute eher Nietzsches Vermutung zu bestätigen als den Spekulationen um eine reine oder kommunikative Vernunft.

Es ist die auf die Praxis des sozialen Handelns ausgerichtete Funktion unseres menschlichen Gehirns, die unsere Überlebenschancen steigert, und nicht die Logik und Grammatik der Moralsprachen. Menschen werden tüchtiger im sozialen Verhalten, wenn sie an Vor-

bildern orientiertes soziales Verhalten nachahmen. Moralisches Verhalten setzte Praxis voraus, während die Schlüssigkeit eines ethischen Systems in erster Linie der Logik des jeweiligen theoretischen Rahmens verpflichtet bleibt. Soziales Verhalten zeigt sich zwar auch in der Bereitschaft, Regeln zu akzeptieren, aber die bloße Anpassung an Regeln und Vorschriften, bildet keine Tüchtigkeit im moralischen Handeln aus.

## Moral und Recht

Während von Ethik-Forschern aus der Logik ihres Systems heraus grundsätzliche Bedenken gegen angewandte Ethiken wie Unternehmens- und Wirtschaftsethik vorgebracht werden, ist ein anderer Gesichtspunkt sowohl in der Entwicklung akademischer Ethiken als auch in der Ethik der Nachhaltigkeit kritisch zu verfolgen. Nicht nur an Universitäten, sondern auch in NGOs wird die Ethik-Maschinerie von Maschinisten bedient, über die in der Öffentlichkeit erstaunlich wenig bekannt ist. Die von Rating-Agenturen, NGOs und *peer-groups* definierten ethischen Standards unterliegen keiner öffentlichen Kontrolle und haben eine Tendenz, dem Menschlichen auf lange Sicht auch Schaden zu bringen, nicht nur Nutzen. Ihre Qualifikationsanforderungen beruhen auf Selbstverpflichtungen. Kritische Betrachtung erfordert diese Entwicklung, weil sie der Ausbildung einer Funktionärskaste förderlich ist, die gemeinsam mit Experten aus Agenturen abseits öffentlicher Wahrnehmung und parlamentarischer Kontrolle eine Definitions- und Exekutionsmacht ausüben kann. Verantwortliche in Unternehmen dürfen ihren politischen und gesellschaftlichen Gestaltungswillen nicht vollkommen dem Willen von NGOs und Rating-Agenturen unterwerfen. Nur so kann verhindert werden, dass die Verantwortung für humanen Umgang in Unternehmen nicht einer grauen Schar anonymer Experten anheim gestellt ist.

Obgleich die humanitären, sozialen sowie kulturellen Bedürfnisse und Interessen der Menschen durch rechtsähnliche und rechtliche

Institutionen am besten verwirklicht werden, dienen diese Institutionen doch so wenig wie das Studium ethischer Systeme und Theorien der Ausbildung eines humanitären Bewusstseins. Der Gestaltungswille im unternehmerischen Handeln sollte sich kritisch zu dem Missverständnis verhalten, das glaubt, die Vollstreckung von Rechtsnormen und Rahmenrichtlinien könnte den von Natur aus nicht bis ins Detail durch Vorschriften und Normen geregelten menschlichen Kontakt ersetzen. Was den Menschen umtreibt, ist nicht das Befolgen abstrakter, toter, bürokratischer Systeme, sondern Gefühle, Geschichten und vor allem andere Menschen. Wenn wir Menschen tüchtiger im Umgang mit anderen Menschen machen wollen, dann tragen die Verschärfungen der Rahmenrichtlinien und gesetzlichen Vorschriften wenig dazu bei. Es herrscht jedoch eine Tendenz, durch Curriculae Verhalten vorzuschreiben. Wir dürfen nicht übersehen, dass diese Vorschriften überaus demotivierend sein können.

### **Der Mensch ist nicht allein Vollstrecker von Normen, sondern er ist auch Mensch**

Was Menschen zu Menschlichem motiviert, sind nicht unbewegliche Vorschriften, sondern begeisterte, geduldige und liebende Personen, die beispielsweise auch ihre Liebenswürdige nicht durch ausgebliebene Resonanz verlieren. Der kooperative Ausdruck in unseren Gesten, die menschliche Zuwendung zum anderen und die Geduld im Umgang mit deren und unseren Schwächen bilden das elementare Substrat einer ethisch-moralischen Haltung im Menschen. Durch die Umsetzung abstrakter Theorien und Rahmenrichtlinien gewinnen wir in der Ausbildung dieser Haltung nicht das Mindeste hinzu. Die auch von akademischen Kommunikationstheorien gestärkte Tendenz in unserer Gesellschaft, Moralische mit Recht und Gesetz zu identifizieren, trägt daher bei zu einer Entmenschlichung der Moral. Wir müssen bedenken, dass die bloße Umsetzung von Rechtsnormen und Rahmenrichtlinien die zur Konformität neigenden Charaktere leichter fördert und ausbildet als solche Persönlichkeiten, die durch eine klare Sprache innovative Ziele und Visionen vermitteln sowie Werte reprä-

sentieren können. Weder dem Menschen noch dem Unternehmen ist am Ende mit einem System gedient, welches diejenigen grauen Individuen mit größerer Macht ausstattet, die es stets gut verstanden haben und verstehen, durch unklare Sprache und persönliche Uneinschätzbarkeit, die Dinge jederzeit so drehen zu können, dass vor allem sie selbst notfalls immer noch den Kopf aus der Schlinge ziehen können. Inzwischen liegen neueste Untersuchungen über die irrealen Kaskaden »moralische(r) Paniken« vor, die Regierungen dazu veranlassen mit gesetzlichen Regulierungen Andersgläubigen, Drogenabhängigen, Hundebesitzern und vielen anderen Risikogruppen, die die moralische Ordnung zu gefährden scheinen, moralisch korrektes Verhalten vorzuschreiben. »Die meisten Menschen schließen sich einer moralischen Panik ... aufgrund der Angst, die andere äußern an.« [12, S. 147]. Oft wird vom Gesetzgeber Regulierung von Risiken gefordert, die das bloße Resultat der Vernachlässigung realer Wahrscheinlichkeit ihres Eintretens sind. [12, S. 27] In anderen Fällen erleben wir bereits, dass die abweichende Gesinnung unter Strafe gestellt werden soll. So fordert das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz (AGG) zwar »Benachteiligungen aus Gründen der Rasse oder wegen der ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, einer Behinderung, des Alters oder der sexuellen Identität zu verhindern oder zu beseitigen«. [1] Dabei wird im Paragraphen 7, Absatz 1 unterstrichen, dass eine Benachteiligung bereits vorliegt, »wenn die Person, die die Benachteiligung begeht, das Vorliegen eines ... Grundes bei der Benachteiligung nur annimmt«. Wer mehr zu fürchten ist, derjenige, der über die mutmaßliche »Annahme« eines Dritten urteilt, oder derjenige, der sich in Gedanken einem Vorurteil hingibt, das mag uns die Zukunft offenbaren.

Bis dahin mögen uns Einsprachen von wachen Kritikern vor der vollkommenen Verrechtlichung aller menschlichen Beziehungen warnen. Wir sollten ihnen in Zukunft besondere Aufmerksamkeit schenken und uns zunächst an die Ausführungen Max Webers erinnern: »Aber es ist ein abgrundtiefer Gegensatz, ob man unter der gesinnungsethischen Maxime handelt – religiös geredet – ,der

Christ tut recht und stellt den Erfolg Gott anheim', oder unter der verantwortungsethischen: daß man für die (voraussehbaren) Folgen seines Handelns aufzukommen hat. Sie mögen einem überzeugten gesinnungsethischen Syndikalisten noch so überzeugend darlegen: daß die Folgen seines Tuns die Steigerung der Chancen der Reaktion, gesteigerte Bedrückung seiner Klasse, Hemmung ihres Aufstiegs sein werden, – und es wird auf ihn gar keinen Eindruck machen. Wenn die Folgen einer aus reiner Gesinnung fließenden Handlung üble sind, so gilt ihm nicht der Handelnde, sondern die Welt dafür verantwortlich, die Dummheit der anderen Menschen oder – der Wille des Gottes, der sie so schuf. Der Verantwortungsethiker dagegen rechnet mit eben jenen durchschnittlichen Defekten der Menschen, – er hat, wie Fichte richtig gesagt hat, gar kein Recht, ihre Güte und Vollkommenheit vorauszusetzen, er fühlt sich nicht in der Lage, die Folgen eigenen Tuns, soweit er sie voraussehen konnte, auf andere abzuwälzen. Er wird sagen: diese Folgen werden meinem Tun zugerechnet. ‚Verantwortlich‘ fühlt sich der Gesinnungsethiker nur dafür, daß die Flamme der reinen Gesinnung, die Flamme z. B. des Protestes gegen die Ungerechtigkeit der sozialen Ordnung, nicht erlischt. Sie stets neu anzufachen, ist der Zweck seiner, vom möglichen Erfolg her beurteilt, ganz irrationalen Taten, die nur exemplarischen Wert haben können und sollen.« [13, S. 55]

Privatdozent Dr. habil. **Klaus-Jürgen Grün**, Jahrgang 1957, naturwissenschaftliche Berufsausbildung in der chemischen Industrie. Studium der Philosophie, Mathematik sowie mittlerer und neuerer Geschichte in Frankfurt am Main, Promotion und Habilitation in Philosophie. Gründer und Leiter des Philosophischen Kollegs für Führungskräfte (PhilKoll). Privatdozent für Philosophie an der Universität Frankfurt am Main.



## Literatur

- [1] *Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz, (2006),*  
<http://bundesrecht.juris.de/bundesrecht/agg/gesamt.pdf>.
- [2] *Fellmann, Ferdinand, Philosophie. Was sie kann, was sie will, Reinbek 2001*
- [3] FISCHER, PETER, *Einführung in die Ethik, München 2003.*
- [4] GRÜN, KLAUS-JÜRGEN, *Das Gehirn des Menschen und die Ethik,*  
<http://www.philkoll.projekt-map.de/view.php?v=neuigkeiten>.
- [5] LENK, HANS, MATTHIAS MARING, *Wirtschaft und Ethik, Stuttgart 2002.*
- [6] RENN, ORTWIN, *Ökologische Orientierung - Anmerkungen zu den Aufgaben der Kirchen,*  
[http://www.kate-stuttgart.org/content/e831/e2163/e2901/Renn\\_\\_Kirche-Nachhaltigkeit060520\\_ger.pdf](http://www.kate-stuttgart.org/content/e831/e2163/e2901/Renn__Kirche-Nachhaltigkeit060520_ger.pdf) (Juli 2006)
- [7] MEYER, UWE, *Ethikrichtlinien internationaler Unternehmen und deutsches Arbeitsrecht,*  
*NJW 50/2006, S.3605-3609.*
- [8] NIETZSCHE, FRIEDRICH, *Die fröhliche Wissenschaft, KSA Bd. 3, Berlin 1999, Kapitel 354.*
- [9] SCHÄFER, HENRY, *Sozial-ökologische Ratings am Kapitalmarkt, Düsseldorf 2003.*
- [10] SCHÄFER, HENRY, AXEL HAUSER-DITZ UND ELISABETH C. PRELLER, *Transparenzstudie zur Beschreibung ausgewählter international verbreiteter Rating-Systeme zur Erfassung von Corporate Social Responsibility, Bertelsmann-Stiftung Gütersloh 2004.*
- [11] SCHLETTE, MARC, *Figuren des Erfolgs. Zur politischen Kritik von Unternehmens- und Managementphilosophie, Würzburg 2006.*
- [12] SUNSTEIN, CASS S., *Gesetze der Angst – Jenseits des Vorsorgeprinzips, Frankfurt am Main 2007.*
- [13] WEBER, MAX, *Geistige Arbeit als Beruf. Vier Vorträge vor dem Freistudentischen Bund, Zweiter Vortrag, Politik als Beruf, München und Leipzig 1919.*
- [14] WEBER, MAX, *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie, 1922.*

### **Zusammenfassung**

Ratingagenturen dienen der Messung von Nachhaltigkeit im sozialen und ökologischen Bereich. Sie stellen zum einen eine wirksame Methode dar, ethisch-moralische Forderungen erfolgreich im unternehmerischen Handeln zu verwirklichen. Dadurch leisten sie, was rein akademische Ethik bloß verspricht. Andererseits aber stellen die Kriterien der zu messenden Werte ein ungeklärtes Problem dar. Ratingagenturen können sich nur auf eigene, allgemein anerkannte oder von NGOs vorgeschlagene Werte stützen. Eine kritische und rationale Prüfung dieser Standards ist längst nicht endgültig entwickelt. Zudem müssen wir uns fragen, ob die Einführung ethisch-moralischer Werte durch Verordnungen den Zweck erfüllt, den Menschen in seiner humanen Gesinnung auszubilden. Es besteht die Gefahr, dass sich im System der neuen Nachhaltigkeit vorzugsweise der Charakter des reinen Vollstreckers von Systemzwängen entwickelt. Daher ist im Auge zu behalten, welche Formen der individuellen Bildung menschlicher Werte im Unternehmen begleitend zur Gestaltung der neuen Nachhaltigkeit durchzuführen sind.