
Infos zu diesem Vertiefungsartikel

Dieser Artikel wurde im Rahmen der ersten Auflage von **Just People?** (Micha-Initiative, StopArmut 2015, Leipzig/Zürich) im Jahr 2010 verfasst.

Zu jeder Kurseinheit von Just People? haben wir verschiedene Personen aus Deutschland und der Schweiz zu Wort kommen lassen. Die Autorinnen und Autoren stammen aus ganz unterschiedlichen Gemeindekontexten und Berufen, eines haben sie aber alle gemeinsam: eine gerechtere Welt liegt ihnen am Herzen. Die Autorinnen und Autoren sind nicht nur Insider der Micha-Initiative und StopArmut 2015. Sie haben ihre ganz eigene Perspektive auf die unterschiedlichen Themenfelder und schreiben ihre persönliche Meinung, die nicht immer eins zu eins mit den Kursinhalten übereinstimmen muss.

Lass dich beunruhigen, herausfordern und inspirieren!

Timo Plutschinski

Wirtschaft und Gerechtigkeit: Die Welt ein kleines Stück WERTEvoller machen

Jesus befasste sich bei der Hälfte seiner Predigten mit dem Thema Geld und Besitz. Viele seiner Gleichnisse handeln von Reichtum, Landwirtschaft, Schuldenerlass und Management – alles alltägliche Beispiele aus der Geschäftswelt.

Eine der schwierigsten Fragen überhaupt ist, wie man nun den biblischen Anspruch im Blick auf die gesellschaftlichen Bedürfnisse mit dem in der Wirtschaft existentiellen Streben nach Profit vereinbaren kann. Für viele ist die Vorstellung ungewohnt, dass ein Unternehmen eine breitere Agenda von Zielen verfolgen muss und nicht nur zum Wohle der Aktionäre den Profit maximieren darf. Notwendig ist hier eine umfassende Betrachtungsweise, die gleichzeitig den Profit nicht verteufelt, denn letztlich können auch nur lukrative und effiziente Firmen den Wertzuwachs weitflächig verteilen.

Eine richtig verstandene Unternehmenskultur muss deshalb kein Hemmschuh für die Rentabilität eines Betriebes sein, sondern sorgt vielmehr für langfristige Stabilität.

Das gilt auch für die großen Zusammenhänge globaler Wirtschaft. Wenn die größten Aktiengesellschaften verantwortlich und in guter weltbürgerlicher Absicht handeln, wird vieles an Reibung in den Beziehungen zwischen den Entwicklungsländern und den Industrienationen abgemildert. Wenn wir die Vorteile der Globalisierung wirklich allen zugänglich machen wollen, dann muss jedoch aus freiem Handel fairer Handel werden. Das Verhalten beispielsweise der Welthandelsorganisation (WTO) beim Umgang mit Fördermitteln, die von Industrienationen für ihre eigenen Exporteure gezahlt werden, und den Zöllen, die sie den Entwicklungsländern bei der Suche nach Absatzmärkten in Industrieländern auferlegt, ist dagegen höchst anstößig.

Aus freiem Handel
muss fairer Handel
werden.

Es geht um die wirtschaftlichen Aspekte der Globalisierung, genauer gesagt um die wirtschaftliche Ordnung dieser Welt. Nach welchen Spielregeln funktioniert die Weltwirtschaft? Wer sind Gewinner, wer sind Verlierer? Sind die Spielregeln gerecht und entsprechen sie einem biblischen Menschenbild oder entsprechen sie nur dem Recht des Stärkeren?

Angesichts von 30 Millionen Hungertoten im Jahr, einer wachsenden Schere zwischen Arm und Reich und Sozialabbau in den Industrieländern müssen Christen auch die Systemfrage stellen und die globalen Zusammenhänge analysieren. Sie müssen Reformvorschläge und Alternativen vorurteilsfrei prüfen, die Bibel befragen und überlegen, was die Fülle an wirtschaftlichen Regelungen dort (Zinsverbot, Erlassjahr etc.) für unsere Welt heute bedeutet.

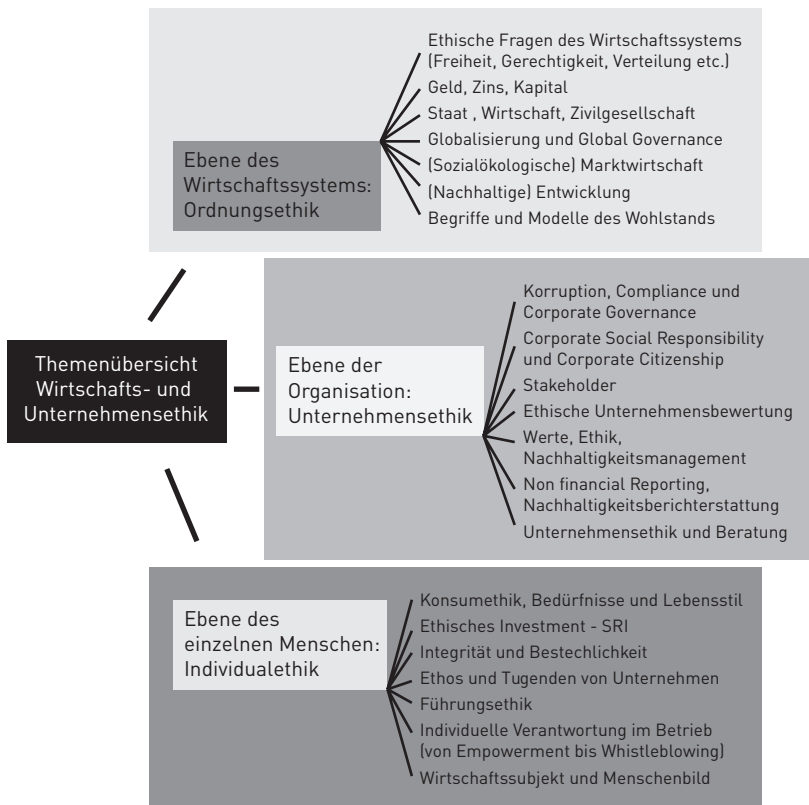
Als Christen sind wir von Gott eingesetzte Hoffnungsträger für diese Welt – auch in wirtschaftlichen Zusammenhängen. Und das muss konkrete Auswirkungen haben:

- Für wirtschaftlich benachteiligte Produzenten müssen neue Möglichkeiten eröffnet werden (durch Mikrofinanzierung, Aufbau lokalökonomischer Systeme etc.).
- Transparente Handelsbeziehungen und respektvoller Umgang mit Handelspartnern müssen geschaffen werden.
- Kunden müssen über Unternehmen und deren Produkte – und unter welchen Bedingungen diese produziert wurden – aufgeklärt werden.
- Werbung und Verkaufsstrategien müssen aufrichtig und wahrhaftig sein.
- Ein fairer Preis wird bestimmt durch Dialog und Partizipation. Er deckt nicht nur die Produktionskosten ab, sondern ermöglicht auch eine sozial und ökologisch verträgliche Produktion. Er macht faire Entlohnung der Produzenten möglich. Werteorientierte Händler sichern eine pünktliche Bezahlung ihrer Partner und bieten Produzenten, wenn möglich, eine Vorfinanzierung für Ernte oder Produktion an.
- Ein christliches Menschenbild gewährleistet, dass die Arbeit von Frauen und Männern gleichberechtigt gewürdigt und entlohnt wird.
- Ebenso muss garantiert sein, dass Mitarbeiter unter sicheren und gesunden Bedingungen arbeiten. Die Partizipation von Kindern, wenn überhaupt nötig, darf nicht deren Wohlbefinden, Sicherheit, Bildungspflichten und Spielbedürfnis einschränken.
- In der Wirtschaft tätige Christen müssen langfristige Beziehungen aufbauen, die auf Solidarität, Vertrauen und gegenseitigem Respekt basieren und zur Förderung eines fairen Handels beitragen.

Mit diesen exemplarischen Vorschlägen eines christlich orientierten Wirtschaftens verbindet sich die Vorstellung, dass Unternehmen mehr sein sollen als ökonomische Akteure, die Gewinne erzielen, Arbeitsplätze schaffen und Konsumenten mit preiswerten Gütern und Dienstleistungen versorgen. Die gesellschaftliche Aufgabe von Unternehmen reduziert sich nicht nur auf Friedmans Maxime: „The social responsibility of business is to increase its profits.“¹

Aber welchen proaktiven Beitrag können christliche Unternehmen für eine gerechte Wirtschaft und Gesellschaft leisten, ja inwieweit und wie können sie Wirtschaft und Gesellschaft dahingehend (mit)transformieren?

¹ „Die soziale Verantwortung eines Unternehmens ist seine Profitsteigerung.“ (Eigene Übersetzung nach: Friedman 1970).



Quelle (für *Just People?* angepasst): Student network for ethics in economics and practice, www.sneep.info, 22.05.2010.

„The business of business is business.“ – Mit diesem lapidaren wie eingängigen Aphorismus begegnete der soeben zitierte US-amerikanische Wirtschaftsprofessor und Nobelpreisträger Milton Friedman einst kritischen Fragen über die Verantwortung eines Unternehmens für seine Umwelt. Im Klartext heißt das: Für ein Unternehmen zählt vor allem der Profit. Dass Unternehmen neben ihren Geschäftspartnern aber auch auf ihre Mitarbeiter, Umwelt, Politik und die Öffentlichkeit, also auf die Gesamtheit ihrer Umgebung angewiesen sind, zeigen oft erst Skandale. Der Ölkonzern Shell wollte 1995 seine Ölplattform Brent Spar im Meer versenken. Letztlich erlitt aber vor allem das Image des Ölkonzerns Schiffbruch – mit deutlichen Einnahmeverlusten als Folge. Heute tut sich der Ölkonzern beispielsweise in Sachen Umweltschutz besonders positiv hervor. Aus Schaden wird man ethisch.

In den USA, Großbritannien und Skandinavien entdeckten Unternehmen schon vor einigen Jahren die wachsende Bedeutung von Unternehmensethik. Der Mittelstand, sozial und regional in sein Umfeld eingebunden, kennt das Thema schon lang. In den Neunzigerjahren galt der *Shareholder-Value*² als wichtiges Unternehmensziel. Nun erweitern sie den Begriff und sprechen von dem viel ganzheitlicheren *Stakeholder-Dialog*³. Er bezieht alle Interessengruppen rund um ein Unternehmen in das strategische Denken mit ein und nicht mehr nur eine wichtige Zielgruppe.

Auf der Investitionsseite spricht man mittlerweile schon vom „sozialen Kapital“, das dem Unternehmenserfolg nützt. Praktische Unternehmensethik ist weder mildtätiges Sponsoring noch fromme Theorie, sondern eine Managementaufgabe. Unternehmen tragen heute mehr denn je die Verantwortung für ihre gesamte Wertschöpfungskette.

Seitdem steigt die Nachfrage nach so genannten „Ethik-Managern“; ein Berufsstand, der mit ökologischem und sozialem Verhalten rechnet statt mit Zahlen. Daneben entstanden auch Agenturen, die viel beachtete Ratings erstellen, die Unternehmen nach ihrem ethischen Verhalten auflisten.

Im Zuge der Diskussion um christliches Wirtschaften stellt sich – nebenbei gesagt – aber auch die Frage nach dem Verhalten der Kunden. Moral fordern

² Engl.: shareholder = Aktionär; value = Wert; „Der Shareholder-Value-Ansatz ist ein betriebswirtschaftliches Konzept zur Steigerung des Wertes des Eigenkapitals.“ http://www.verdi-bub.de/wirtschafts_abc/archiv/shareholder_value, 22.05.2010.

³ Engl.: stakeholder = Interessenvertreter; „Anspruchsgruppen oder Stakeholder sind einzelne Personen, Gruppen oder Institutionen und ihre Vertreter, die persönliche, gesellschaftliche, politische Interessen vertreten oder rechtliche Anforderungen an ein Unternehmen stellen. Sie versuchen deshalb die Handlungen eines Unternehmens und seiner Manager direkt oder indirekt zu beeinflussen. Sie können umgekehrt selbst direkt oder indirekt von den Aktivitäten des Unternehmens beeinflusst sein.“ <http://www.business-wissen.de/handbuch/stakeholderanalyse/das-modell-vom-stakeholder>, 22.05.2010.

Da braucht es Menschen, die innerhalb des Systems Akzente setzen, die auf einem christlichen Menschenbild beruhen.

Es wäre ein großer Gewinn, wenn Christen in unserem Land die Vorreiter für Social Entrepreneurship wären.

kann man als Bürger leicht, auch wenn man sich als Konsument dann doch für das billigste Produkt entscheidet – ohne sich darüber Gedanken zu machen, auf welche Weise es eigentlich entstanden ist. Deshalb ist bei der Frage der Unternehmensethik immer auch die „Kundensouveränität“ gefragt.

Da braucht es Menschen, die innerhalb des Systems Akzente setzen, die auf einem christlichen Menschenbild beruhen.

Das demokratische System hat die Wirtschaft zu einem mächtigen Organ der Gemeinschaft gemacht und darum ist es wichtig, dass genau da mit christlichen Werten eingegriffen wird und die Auswirkungen untersucht werden. Bei Phänomenen wie Kinderarbeit und Umweltverschmutzung, die ganze Wirtschaftszweige fast vollständig durchziehen, heißt Christsein in erster Linie, den Schwächsten vor einer gierigen Übermacht zu schützen. Dies fängt bei einer genauen Untersuchung der Produktionszweige und Ressourcen an.

Mit Blick auf Unternehmer besteht für Christen in der Wirtschaft die Aufgabe gerade darin vorzuleben, wie nicht nur Aktionäre, sondern auch Kunden, Zulieferer, Mitarbeiter und letztlich die Gesellschaft, in der das Unternehmen tätig ist, von den Firmenentscheidungen profitieren.

Somit ist das System Wirtschaft ein Diener, der auf der Schattenseite ohne Zweifel egoistische Bedürfnisse befriedigen kann, aber darüber hinaus auch zum Wohl der Menschen einer Stadt, eines Landes oder weltweit eingesetzt werden kann. Das ist eine Frage der gelebten Werte.

Werden ausschließlich monetäre Interessen im Sinne des *Shareholder-Values* verfolgt oder werden auch andere Bedürfnisse in den Blick genommen? Der Wirtschaftswissenschaftler und Nobelpreisträger Amartya Sen beschreibt seine Grundthese der Entwicklungsökonomie interessanterweise wie folgt: „Bei der wirtschaftlichen Entwicklung geht es nicht allein um die bessere materielle Ausstattung von Menschen, sondern um die Erweiterung realer Freiheiten.“

Das System der Wirtschaft braucht somit mehr als die monetäre Befriedigung. Es braucht den Blick für Menschen und Werte, die Christen vermitteln können. Schon allein die Beschäftigung mit den Bedürfnissen der Menschen im Unternehmensumfeld ist ein hervorragendes Zeugnis eines ganzheitlichen Verständnisses von Christsein. Es wäre ein großer Gewinn, wenn Christen in unserem Land die Vorreiter für *Social Entrepreneurship* wären und sich im Dienste der Gesellschaft engagieren würden.

Social Entrepreneurship bezeichnet eine bestimmte Art von Unternehmertum, dessen Ziele nicht im monetären Profit, sondern im gesellschaftlichen Nutzen liegen. Es geht darum, mit innovativen Ansätzen möglichst nachhaltige Lösungen für soziale Probleme oder Missstände zu finden.

Die Persönlichkeit eines *Social Entrepreneurs* zeichnet sich dadurch aus, dass er versucht, mit einer neuen Herangehensweise ein gesellschaftliches Defizit zu beheben. Der Erfolg des Vorhabens wird dabei an der gesellschaftlichen Veränderung und nicht am finanziellen Gewinn gemessen. Außerdem zählen für einen solchen Unternehmer bestimmte Werte, die sich beispielsweise an der Wahrung der Menschenwürde orientieren. Zudem ist er in der Lage, aktive Mitstreiter sowie finanzielle und materielle Unterstützer für seine Initiative zu gewinnen. Letztere können beispielsweise geeignete Organisationen oder Kapitalgeber sein.



Foto: Privat

Timo Plutschinski (geboren 1976) lebt in Stintenburg bei Hamburg, ist verheiratet und Vater eines Kindes. Er ist Präsident von Europartners, einem europaweiten Netzwerk christlicher Geschäftsleute. Er hat sich durch seine Tätigkeiten und Rollen als Theologe, Geschäftsmann und gesellschaftlicher Visionär schon viel mit Fragen von Gerechtigkeit, Nachhaltigkeit und Armutsbekämpfung auseinandergesetzt. Im Moment bewegt ihn besonders die Frage, wie (christliche) Unternehmer zum Wohl der Gesellschaft und der Umwelt beitragen können.

Die Bereiche, in denen sich ein *Social Entrepreneur* engagiert, sind vielfältig. Die Bandbreite reicht von Anti-Diskriminierung, Anti-Rassismus oder Armutsbekämpfung über das Gesundheitswesen bis hin zu Förderung von Bildung und Kultur. Weiter kann er sich für technischen oder sozialen Fortschritt einsetzen. Darüber hinaus werden *Social Entrepreneurs* in den Segmenten Umwelt- und Naturschutz, Menschenrechte oder wirtschaftliche Entwicklung aktiv.

Auf vielfältige Art und Weise die Welt ein kleines Stück WERTEvoller machen – das ist das Anliegen von *Social Entrepreneurship*. Und das kann jeder. Und als Christen sind wir dazu aufgerufen, zu handeln und für die Bewahrung der Schöpfung, der Entfaltung von Menschen und der Entwicklung von gerechten Ökonomien zu kämpfen.

Ob Arbeitgeber oder Arbeitnehmer, ob Mitarbeiter oder Manager, ob Sekretärin oder Selbständige – jeder kann in seinem Verantwortungsbereich daran mitarbeiten, ein ausgeglichenes Wirtschaftssystem voranzubringen und so für mehr Gerechtigkeit zu sorgen. Ein System, das sich an den christlichen Prinzipien von Solidarität, sozialer Gerechtigkeit, Gemeinwohl und Nachhaltigkeit ausrichtet und biblische Werte zurückbringt in die Wirtschaft. Jeder kann auf die wirklich wichtigen Themen des Lebens aufmerksam machen und dazu beitragen, dass christliche Ethik Gehör bekommt. Das wäre ein wahrer Gottes-Dienst.

Der Inhalt dieses Artikels ist urheberrechtlich geschützt. Er wurde von einer unabhängigen Autorin oder einem unabhängigen Autoren für die erste Auflage des Just People?-Kurses verfasst. Für den Quellenachweis ist allein die genannte Autorin oder der genannte Autor verantwortlich; Zahlen und Fakten wurden von manchen Autorinnen oder Autoren für die zweite Auflage teilweise aktualisiert.

Copyright Schweiz © 2013, 2010 StopArmut 2015, www.stoparmut2015.ch, info@stoparmut2015.ch
 StopArmut 2015 ist eine durch den Verband Interaction verantwortete Kampagne der Schweizerischen Evangelischen Allianz in Zürich, www.each.ch, info@each.ch.

Copyright Deutschland © 2013, 2010 Micha-Initiative Deutschland, www.micha-initiative.de, info@micha-initiative.de
 Die Micha-Initiative wird von der Deutschen Evangelischen Allianz in Bad Blankenburg verantwortet, www.ead.de, info@ead.de.