



**Hanns
Seidel
Stiftung**

Tagungsbericht

Mehr-Wert schaffen: Werteorientierung der Wirtschaft 2010

Richard Stöckle-Schöbel

Expertentagung
der Hanns-Seidel-Stiftung
am 08.07.10
Haus der Bayerischen Wirtschaft

Datei eingestellt am 12.07.10 unter
www.hss.de/downloads/100708_TB_Mehr-Wert.pdf

Empfohlene Zitierweise

Beim Zitieren empfehlen wir hinter den Titel des Beitrags das Datum der Einstellung und nach der URL-Angabe das Datum Ihres letzten Besuchs dieser Online-Adresse anzugeben.

[Vorname Name: Titel. Untertitel (Datum der Einstellung).
In: <http://www.hss.de/...pdf> (Datum Ihres letzten Besuches).]

Richard Stöckle-Schobel

Zu Beginn der Tagung betonten die Grußworte der beiden Veranstalter, Dr. Hans Zehetmair, Vorsitzender der Hanns-Seidel-Stiftung, und Bertram Brossardt, Hauptgeschäftsführer der Vereinigung der bayerischen Wirtschaft, zwei Hauptaspekte des Themas „Werteorientierung in der Wirtschaft.“ Dr. Zehetmair wies zunächst auf die Notwendigkeit des Dialogs zwischen Wirtschaft und Gesellschaft hin, in dem über Werte und Ziele diskutiert werden solle. Besonders die regulierende Rolle von Staat und Gesellschaft im freien Spiel der Wirtschaftsmächte sei nötig, um den „Mehr-Wert“ von Wohlstand, Solidarität und staatlicher Subsidiarität zu schaffen.

Brossardt fügte dem hinzu, dass die Gesellschaft über ihre Wahrnehmung der Wirtschaft und über die gesellschaftliche Rolle von Unternehmen nachdenken müsse. Der Trend zu gesellschaftlichen Initiativen unter dem Banner „Corporate Social Responsibility“ (CSR) solle nicht von der wichtigsten sozialen Aufgabe der Wirtschaft ablenken: Im Wettbewerb günstige Produkte und Dienstleistungen anbieten und damit für Wohlstand und letztendlich auch Arbeit sorgen.

Markus Beumer (Vorstandsmitglied der Commerzbank) begann die Runde der Impuls-Vorträge mit dem Thema „Wertewandel in der Wirtschaft,“ wobei er den Bankensektor als Schwerpunkt wählte. Ein besonderes Anliegen der Banken müsse es nach der Krise sein, Vertrauen zurück zu gewinnen und vor allem den Mittelstand zu unterstützen, da er eine der wichtigsten Stützen der deutschen, und auch der bayerischen, Wirtschaft darstelle. Die Beziehungen zum Mittelstand seien traditionell sehr auf Langfristigkeit angelegt gewesen. Nach der Krise sei es wichtig, diese Komponente wieder zu intensivieren. Davon ausgehend wurde eine neue Strategie der Bank entwickelt, die laut Beumer eine „Kultur-Revolution“ darstellt. Die „Analyse der Zukunftsfähigkeit“ solle die gesamte Logik der Kreditvergabe umstellen und auf langfristiges Potential gerichtet sein. Somit sieht er die Commerzbank nach wie vor in der Tradition des „ehrbaren Kaufmanns“ wirtschaften.

Prof. Dr. André Habisch (Uni Ingolstadt/Eichstätt) sprach im Anschluss über werteorientierte Unternehmensführung und wirtschaftlichen Erfolg. Dabei zeigte er zuerst, wie die christliche Welt durch die Industrialisierung eine neue, christliche Sozialethik entwickeln musste und wie diese in der sozialen Marktwirtschaft in Deutschland weiter vertreten wurde. Wichtige Impulse hierfür gingen immer auch von Unternehmern aus, die die Sorge für die Mitarbeiter als einen Wertschöpfungs-Faktor begriffen hatten. Dies führt für Prof. Habisch dazu, das gesellschaftliche Engagement eines Unternehmens, insbesondere das für die Mitarbeiter oder die Heimatregion des Unternehmens, als Teil des ökonomischen Prozesses zu sehen, und nicht als eine zusätzliche, von außen aufgebürdete Pflicht. Dennoch stehe die christliche Sozialethik durch die Globalisierung vor einer neuen Herausforderung.

„Was wir brauchen, ist ein Wertschöpfungsdenken, das die Unternehmen als Potential der Gesellschaft versteht. (...) Dort, wo Unternehmen sind, werden Problemlösungen besser.“
(Prof. André Habisch)

Prof. em. Dr. Dr. Karl Homann (LMU München) nahm in seinem Vortrag „Ethik und Moral in der Wirtschaft zwischen Anspruch und Wirklichkeit“ eine kritische Haltung gegenüber den Anforderungen von Politik und Gesellschaft an die Wirtschaft ein. Die gegenwärtige Krise werde von vielen auf mangelnde Moral der Führungsebenen zurückgeführt und führe zu einer „moralischen Systemkritik.“ Neben den berechtigten

Gründen der Kritik gebe es in der Öffentlichkeit auch falsche Erwartungen und Vorstellungen von der Rolle der Wirtschaft. Er ging im Vortrag besonders auf den Begriff der (sozialen) Marktwirtschaft ein, der für ihn vor allem durch Leitmotive wie Freiheit und Wettbewerb geprägt ist.

Seine These ist, dass das Wirtschaftssystem hinter den, in seiner Argumentation, falschen und unmoralischen öffentlichen Erwartungen zurück bleiben müsse. Schuld an diesen sei auch schlechtes „Erwartungsmanagement“ von Politik und Wirtschaft. Diese würden beispielsweise den Eindruck erwecken, dass Unternehmen dann erst sozial handeln, wenn sie neben ihrem Kerngeschäft auch soziale Initiative zeigten. Das habe aber nichts mit dem Kern der Marktwirtschaft zu tun und überfordere die Werte, die in öffentlichen Debatten gerne beschworen würden. Werte sollten für Homann nicht als etwas Transzendentes, Gegebenes gesehen werden, sondern konstruktivistisch als von den Menschen aus Erfahrungen gezogene, gebündelte Maximen verstanden werden.

„Daraus ergibt sich, dass Werte im Entscheidungsprozess nicht wie ein Navigationssystem, sondern eher wie ein Kompass funktionieren. Sie geben die Richtung, nicht aber den genauen Weg an.“ (Prof. Karl Homann)

Siegmar Pröbstl (Corporate Sustainability, Siemens) sprach über Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil. Als Leitmotiv der Firma Siemens nannte er Werner von Siemens' Worte „Für augenblicklichen Gewinn verkaufe ich die Zukunft nicht!“ Er stellte vier Trends vor, auf die besonders die Wirtschaft reagieren muss. Diese sind Urbanisierung und Bevölkerungsanstieg, demographischer Wandel, Klimawandel und schließlich der steigende Ressourcenverbrauch.

Laut Pröbstl hat Nachhaltigkeit bei Siemens drei wichtige Aspekte: Sie birgt zum einen durch das Entwickeln innovativer Produkte bessere Geschäftschancen. Der zweite Aspekt ist die Glaubwürdigkeit des Unternehmens, die mit der Verwendung nachhaltiger Prozesse auch innerhalb des Unternehmens verbunden ist. Drittens wird in Allianzen mit einem „Advisory Board“ und mit unabhängigen Stellen die Nachhaltigkeit des Wirtschaftens kontrolliert. Dies sind demnach die Faktoren, nach denen Siemens als kompletter Konzern seine Strategie ausrichtet.

Im Anschluss an die Impulsvorträge begann unter der Leitung von Prof. Michael Rutz die Diskussionsrunde mit den Veranstaltern, den Rednern und dem Staatssekretär im bayerischen Staatsministerium der Finanzen, Franz Josef Pschierer, MdL. Ein wichtiges Thema war wieder der Begriff der sozialen Marktwirtschaft. Pschierer nannte als Kriterien dafür das Verursacher-Prinzip, den Wettbewerb, die Freiheit und den Begriff des Marktes. Ein weiterer Diskussionspunkt war die Frage, inwieweit die Wirtschaft in der Krise moralischen Schaden genommen habe. Bertram Brossardt betonte, dass die Wirtschaft einen hohen Rechtfertigungsdruck spüre, da die Gesellschaft von ihr nachhaltiges Wirtschaften und CSR-Programme erwarte. Dabei werden aber Fragen der Wirtschaftlichkeit und der Marktmechanismen missachtet. Andere Diskussionsthemen waren die Folgen der Globalisierung und die Regulierung der Finanzmärkte. Für Prof. Homann ist das Finden von Regeln für die globale Wirtschaft ein langwieriger Prozess, in dem sofort funktionierende, schnelle Lösungen unrealistisch sind.