

Werte in der Krise – Ethik und Verantwortung im Management

Values in Crisis – Corporate Ethics and Responsibility

Carola Kaltenbach

Themenschwerpunkt Coaching und Personalentwicklung

Zusammenfassung

„Werte in der Krise“ ist eine kritische Bestandsaufnahme aktuell gelebter Verantwortung im Management. Angesichts der schweren Wirtschaftskrise erscheint es dringend notwendig, werteorientiertes Handeln im Management (wieder) zu realisieren. Klar ist, dass ethische Orientierung im Management gesellschaftspolitische, wirtschaftsethische und individuelle Perspektiven umfassen muss. Die Sicht auf die gesellschaftlichen, ökologischen und sozialen Folgen wirtschaftlichen Handelns muss in den Unternehmen thematisiert werden. Dazu braucht es eine psychisch entwickelte Person, die ethische Dilemmata in Organisationen thematisiert, in einen herrschaftsfreien Dialog bringt, sich Konflikten stellt und verantwortlich für Umsetzung sorgt. Fähigkeit zur Empathie, Bindungs- und Reflexionsfähigkeit sind als interpersonale Kompetenzen unverzichtbar für ethisch verantwortungsvolle Auseinandersetzung.

Abstract

„Values in Crisis“ is a critical taking of an inventory of lived responsibility in management. Facing a severe economic crisis, it is urgently necessary, to realize value driven management (again). It is obvious that ethics in business has to face political, social and individual perspectives. Companies have to deal with social and ecological consequences of their market behaviour and have to realize ethics and sustainability within their system's behaviour. To reach this goal, managers have to be mature and developed personalities to be able to focus on ethical dilemmas and contradictions, to build up an equal dialogue with organisation members, to face conflicts and to put ethical decisions into practise. Interpersonal competencies like empathy, capability to build and hold relationships and the capability of reflection are absolutely vital for being able to live corporate, social and individual responsibility.

1. Ausgangsüberlegungen

Im Laufe der seit 2007 anhaltenden Wirtschaftskrise wird der Ruf nach Ethik im Management wieder laut. Gleichzeitig „erscheint kaum etwas ohnmächtiger in der Wirtschaft zu sein, als die Moral“ (Lay, 1991, S. 9). Die Frage, welche Werthaltungen in Zukunft in der Wirtschaft gültig sein sollen, lässt sich nicht so einfach beantworten. Verfolgt man die Chronologie der Ereignisse der vergangenen zwei Jahre, muss man wohl oder übel dem ehemaligen Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Post AG, Klaus Zumwinkel, einem der mächtigsten Männer der deutschen Wirtschaft, der wegen Steuerhinterziehung im Januar 2009 verurteilt worden ist, recht geben, wenn er sagt „Moral hat in der Marktwirtschaft keinen Platz“ (zit. nach Niehaus, Wisniewski, 2009 S. 146). Eine mehr als bedauerliche Diagnose des aktuellen Zustands der Ethik in der Wirtschaft. Trotz Legionen von Büchern über Ethik, vielfältig implementierten Leitbildern in Unternehmen und dem häufig strapazierten Begriff der „Corporate Social Responsibility“, kann man sich des Eindruckes nicht erwehren, dass mit der Wirtschaft auch die Ethik in der Krise ist. Nicht selten entpuppen sich an ethischen Werten orientierte Leitbilder als Lippenbekenntnisse, die von der täglich gelebten Praxis meilenweit entfernt sind und manchmal das Papier nicht wert sind, auf dem sie gedruckt sind. Der entfesselte „Raubtierkapitalismus“ (Helmut Schmidt, 1980, zit. nach Niehaus und Wisniewski, 2009) bestimmt die Regeln, nach denen die Wirtschaft funktionieren soll. Profit ist die Maxime.

„Wie soll ich einem Mitarbeiter, der dem Unternehmen seit Jahrzehnten treu verbunden ist, auseinandersetzen, dass die Kündigung genau ihn trifft?“ „Wie kann ich mir selbst angesichts des Umgangs des Unternehmens mit Lieferanten noch in die Augen sehen?“ „Wie stelle ich mich zu Aussagen von Vorstandskollegen, man müsse die Frauen angesichts der Krise davon abhalten,