



g&v

Belegexemplar

Text/Bild auf Seite 26/27

GESTALTEN & VERKAUFEN



FLORISTIK
Sinnliche Ankerplätze

AUS DER BRANCHE
Zu Gast bei ...

UNTERNEHMENSFÜHRUNG
Eine Frage der Verantwortung

ETHISCHE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Eine Frage der Verantwortung

Die Begriffe Moral und Ethik wirken im heutigen Sprachgebrauch auf viele ein wenig angestaubt. Doch belegt die derzeitige Vertrauens- und Orientierungskrise im Lande, dass sie an aktueller Bedeutung keineswegs eingebüßt haben. Im Gegenteil, Ethik als erweiterter Begriff wird ein immer wichtigerer Bestandteil der Unternehmensführung.

Jeder langfristige Unternehmenserfolg beruht auf einer soliden Unternehmensethik. Leider tauschen Unternehmen viel zu oft visionäre Ziele und langfristige Strategien gegen kurzfristige monetäre Ziele ein. Dies ist ein wesentlicher Grund, warum so viele Unternehmen Probleme haben und scheitern. Der Kernpunkt dieser Betrachtung liegt in der Verantwortung, die wir aus unternehmerischer, sozialer, volkswirtschaftlicher und ökologischer Sicht übernehmen.

Unternehmerische Verantwortung betrifft alle, die mit unserem Unternehmen zu tun haben. Diese Verantwortung steht dem derzeit verbreiteten Denken, rein auf Kapital bezogen, entgegen. Dies allein macht schon den Verfall der Ethik in der Wirtschaft deutlich. Ethische Unternehmensführung heißt, anständig und fair mit Mitarbeitern und Kunden umzugehen, ebenso mit Geschäftspartnern und Lieferanten und auch im Wettbewerb. Unternehmen, die nach diesem Grundsatz verfahren, setzen auf Nachhaltigkeit.

Unternehmern und Führungskräften muss klar sein, dass sie verantwortlich sind für ihre Mitarbeiter, Kunden und auch Geschäftspartner, denn Unternehmen können nur von ihnen und in einer Gemeinschaft mit ihnen leben. Die Qualität dieser Gemeinschaft ergibt sich aus mehr Faktoren als nur der reinen Ökonomie. Gewünschtes Engagement, etwa der Mitarbeiter, lässt sich nur durch wechselseitiges Bemühen erreichen. Kennen Firmeninhaber beispielsweise die private Situation ihrer Mitarbeiter? Sind sie bereit, bei Schwierigkeiten aus-

zuhelfen? Wie sieht es aus, wenn einer der guten Kunden in Not gerät? Gibt es Bereitschaft zur Hilfe, die über den Eigennutz hinausgeht? Wie sieht es mit Kunden aus, die etwas kaufen wollen, was nicht gut für sie ist? Raten wir ab oder empfehlen wir auch einmal das günstigere Produkt?

Und wie stellt sich Verantwortungsbereitschaft im volkswirtschaftlichen Rahmen dar? Sie bezieht sich auf das Bezahlen von Steuern und die Ehrlichkeit vor dem Finanzamt aus reinem Verantwortungsbewusstsein. Auch wenn der Staat derzeit mies wirtschaftet (und dies auch in der Vergangenheit getan hat), besteht die Pflicht, mit Steuern zu den Aufgaben des Staates beizutragen und dies aus Überzeugung zu tun. Das betrifft die sozialen Sicherungs- und Vorsorgesysteme in gleicher Weise. Auch wenn wir hier viele Probleme haben, so leben wir immer noch in einem Land mit der besten Infrastruktur, einem guten Bildungsniveau und guter medizinischer Versorgung. Verantwortung heißt auch, dies zu unterstützen.

Und nicht zuletzt sind es ökologische

Ethik wird ein immer wichtigerer Bestandteil der Unternehmensführung, denn so wie Werte das Fundament einer Gesellschaft darstellen, so stellen sie auch das Fundament eines Unternehmens dar. Unternehmen, die gegen anerkannte ethische Werte, wie Anständigkeit, Ehrlichkeit, Offenheit, Gerechtigkeit und Zuverlässigkeit (um nur einige zu nennen) verstoßen, können auf lange Sicht nicht auf nachhaltige Entwicklung und wirtschaftlichen Erfolg hoffen. Solange massive Verstöße gegen das ethische Grundverständnis jedoch ohne Folgen bleiben, wird der Werteverfall anhalten. Wir können ihn nur stoppen, wenn wir wieder dazu übergehen, sowohl moralisch als auch konsequent zu handeln.



Dr. Cay von Fournier ist aus Überzeugung Arzt und Unternehmer. Zu seiner Vision gehören möglichst viele gesunde Menschen in gesunden Unternehmen
Foto: SchmidtColleg

Aspekte, die in unserem Verantwortungsbereich liegen. Auch wenn in den letzten zwanzig Jahren ein bewusster Umgang mit unserer Umwelt selbstverständlicher geworden ist, gilt es noch viel zu tun.

In der Unternehmensführung bilden Ethik und Moral neben den rein juristisch basierten Gesetzen eine erweiterte Dimension. Legale und ethische Taten sind ebenso eindeutig in der Bewertung, wie illegale und unethische. Gegenstand der Betrachtung sind an dieser Stelle die legalen, aber dennoch unethischen Handlungen, die dem Anstand widersprechen, nicht jedoch den geltenden Gesetzen oder deren Auslegung und Beugung. Sie zeigen ihre Auswirkungen auf drei Ebenen, die von innen nach außen „weitergereicht“ werden. Ebene eins, die individuelle Ebene, bezieht sich auf das persönliche Verhalten jedes Einzelnen, angefangen vom Unternehmer über die Führungskräfte bis hin zu jedem Mitarbeiter. Es ist Aufgabe des Unternehmens, Menschen bei ihrer Einstellung auch auf ihre Werte hin zu beurteilen. Leider steht dieser Abgleich oft noch hinter den Anforderungen an die fachliche Qualifikation der Bewerber zurück. Mit den Konsequenzen dieses Versäumnisses müssen die Unternehmen dann leben. Negative

Auswirkungen unethischen Handelns auf dieser ersten (Mikro-)Ebene sind: Machtmissbrauch, Hinterziehung, Mobbing, „Krank feiern“, Diebstahl von Unternehmenseigentum, Beschädigung und anderes.

Auf der Ebene des Unternehmens wird das Unternehmen selbst als moralisch handelnde Person gesehen. Diese Person tritt ebenso gegenüber Kunden auf, wie gegenüber Mitarbeitern, Gesellschaft, Umwelt, Lieferanten, Partnern, Banken und anderen. Die negativen Auswirkungen unethischen Handelns auf dieser Ebene zeigen sich in jeder Form des Ausnutzens oder Übervorteilens, des Betrügens oder Hinterziehens.

Schließlich agiert das Unternehmen auf der übergeordneten Ebene seines Umfeldes. Sie beschreibt das wirtschaftliche Zusammenleben der Unternehmen in einem gesellschaftspolitischen Rahmen. Tarifverträge und Gesetzestexte versuchen, diese Ebene zu regeln. Negative Auswirkungen unethischen Handelns sind hier neben dem Erschleichen von Subventionen und Steuerhinterziehung jede Form der ungerechten Überregulierung und des Machterhaltes aus Eigennutz.

Die Orientierung erfolgt meist von außen nach innen, was heißt, dass sich jeder Einzelne an den Ebenen über ihm

Ethische Tendenzen im Konsumverhalten

Ethik im Konsum ist am ehesten mit dem Wort Nachhaltigkeit zu umschreiben. Das nämlich ist es, woran Verbraucher sich zunehmend orientieren. Zu diesem Schluss kommt die aktuelle Trendstudie Konsum-Ethik 2007, die das Hamburger Meinungsforschungsinstitut und Beratungsunternehmen Trendbüro im Auftrag des Einzelhandelskonzerns Otto verfasst hat, wie die BBE-Unternehmensberatung mitteilt.

„Gut Aussehen und dabei Gutes tun“, das ist die aktuelle Grundhaltung, wobei sich zeigt, dass alle Altersstufen ein hohes Interesse an Fragen der Konsum-Ethik haben, wenn auch aus unterschiedlichen Perspektiven: Die Gruppe der 16 bis 25-Jährigen legt besonders großen Wert auf Vertrauen, Transparenz, Menschlichkeit und Natürlichkeit. Eine Marke verkörpert aus Sicht dieser Zielgruppe all diese Werte.

Die 26 bis 45-Jährigen suchen Nachhaltigkeit im Bereich ihrer Lebensqualität. Gesundheit und Wellness schaffen hier den Ausgleich zu beruflichem und familiärem Stress. Die 45 bis 65-Jährigen legen besonders großen Wert auf die Gesundheit, wobei die Bedeutung des Preises in Teilbereichen abnimmt.

orientiert. Findet also ein Werteverfall statt, wie dies derzeit zu beobachten ist, und bereichern sich „die da oben“ auf Kosten „der da unten“, so ist es kaum verwunderlich – wenn auch nicht entschuldigbar – wenn dem Einzelnen auch die Werte abhanden kommen. Es braucht bei den Verantwortlichen wieder glaubhafte Vorbilder, nur so lässt sich unser Land aus dieser Vertrauens- und Orientierungskrise herausführen.

Cay von Fournier, SchmidtColleg