

## Der „Ehrbare Kaufmann“ oder Unternehmensethik leicht gemacht

Thomas Hajduk und Christoph Schank

(URL: <http://portal.ethics-in-business.de/blog/2012/10/16/der-ehrbare-kaufmann-oder-unternehmensethik-leicht-gemacht/>)

Es gibt sie noch, die guten Dinge. So preist der Händler Manufactum seine handgefertigten, hochwertigen Produkte an. Schön und wertvoll sehen die Schnürsenkel, Uhren und Kompostkisten aus Opas Zeiten tatsächlich aus. Doch wirken sie zugleich museal, sprechen im Kunden die Sehnsucht nach alten Zeiten an, als die Dinge noch klarer, einfacher, schlicht: besser waren.

Nach einem ähnlichen Prinzip erfährt das Leitbild des „Ehrbaren Kaufmanns“ seit einigen Jahren eine wahre Renaissance. Auf Kongressen, Vorträgen und in Reden wird gern an diese „alte Tradition“ erinnert. Der Tenor ist meist eindeutig: Wozu das neumodische Geschwätz von CSR und Sustainability – ehrbare Kaufleute sind doch per se verantwortungsvoll. Und während CSR allenfalls eine aus den USA importierte Modeerscheinung ist, hat sich das Leitbild des Ehrbaren Kaufmannes über Jahrhunderte bewährt.

Gibt es sie also noch, die ehrbaren Kaufleute? Wenn man die Herkunft des Begriffs nimmt – das Ethos der Kaufleute der italienischen Stadtstaaten und der nordeuropäischen Hanse – so muss man feststellen: Sie sind Geschichte. Der ehrbare Kaufmann des 14. Jahrhunderts ist Unternehmern und Geschäftsleuten des 21. Jahrhunderts in jeglicher Hinsicht fremd, von der Ausbildung über die Geschäftstätigkeit bis zur Weltsicht.

Was vom „Ehrbaren Kaufmann“ bleibt, ist eine Metapher für verantwortungsvolle, tugendhafte Menschen in der Wirtschaft. Heute schlägt sich diese Metapher am stärksten im Unternehmensgründer und –inhaber nieder, der persönlich Verantwortung übernimmt und im Zweifelsfall haftet. Aber auch von Managern wird ein stärkeres Verantwortungsbewusstsein für das von ihnen verwaltete Unternehmen erwartet. Mit anderen Worten: Der „ehrbare Kaufmann“ ist der Ausdruck eines Wunsches nach tugendhaft oder vorbildlich handelnden Unternehmern und Geschäftsführern – für die Mehrheit der einfachen Angestellten ist er dagegen nicht gedacht.

Ein solches als Individualethik bezeichnetes Verständnis von Unternehmensverantwortung ist zweifelsohne wichtig. Menschen tragen Verantwortung, nicht zuletzt in Unternehmen. Allerdings ist es angesichts der Komplexität unserer Welt zu einfach, alles auf den tugendhaften Unternehmer oder Geschäftsführer zu setzen.

Zum einen ist der Wunsch nach den moralischen Menschen so alt wie die Menschheit selbst. Wir können uns bessere Menschen wünschen, aber nicht erwarten. Zum anderen ist längst nicht mehr klar, wie dieser bessere Mensch im Unternehmen überhaupt aussehen soll. Es genügt jedenfalls nicht, sich den Regeln eines Kaufmannsstandes anzupassen und seinem eigenen moralischen Kompass zu folgen.

Die Vielfalt der legitimen Ansprüche an Unternehmensverantwortung überfordert den einzelnen Unternehmer und stellt ihn vor zwei Optionen. Entweder ignoriert er die Komplexität des Themas und wird zum großen Vereinfacher. Hier hat das Leitbild des „Ehrbaren Kaufmannes“ mit seiner intuitiv empfundenen Richtigkeit und vermeintlich historisch verbrieften Gültigkeit seinen Platz. Oder

aber der Unternehmer akzeptiert die Komplexität und seine eigenen damit verbundenen Grenzen und lässt sich auf eine moderne Unternehmensethik ein.

In der Praxis kommt eine solche Unternehmensethik meist als technokratisch anmutende Corporate Social Responsibility (CSR) daher. Dies hat seinen Grund, denn der Umgang mit Unternehmensverantwortung ist voraussetzungsvoll. Managementsysteme, Umwelt- und Sozialstandards, Verhaltenskodizes und Nachhaltigkeitsberichterstattung sind nur einige Instrumente, die Unternehmensverantwortung konkretisieren und professionalisieren und dabei zugleich den Einzelnen vor der Überforderung, vor dem Verantwortungsoverkill, bewahren.

Unternehmern dürfte diese Perspektive übrigens nicht fremd sein. Zu dem kaufmännischen Wissen gehört ein solides Zahlenverständnis. Dennoch würde keiner von ihnen auf die Idee kommen, Bilanzen mit dem Rechenschieber zu kalkulieren. Für solche Aufgaben gibt es spezielle Programme und – bei wachsender Größe – interne und externe Fachleute, auf die Unternehmer sich verlassen können.

Und der „Ehrbare Kaufmann“? Der ist wie der schöne Füllfederhalter, der bei feierlichen Anlässen präsentiert wird und mit dem der Vertrag unterschrieben wird. Die tägliche Geschäftskorrespondenz schreibt sich dann aber doch besser mit PC oder Smartphone.