

DÜSSELDORF AKTUELL

Mehr Moral für die Wirtschaft


Diskussion: Frauen diskutieren bei der IHK das Verhältnis von Geld und Moral. Patentrezepte, beides miteinander vereinbar zu machen, haben sie nicht. Aber es gibt erste Schritte.

Düsseldorf. IHK-Geschäftsführer Jens Hüper bringt zur Begrüßung die Krux an der Sache auf den Punkt: „Ohne Geld ist es schwer, moralisch einwandfrei zu handeln.“ Andersherum kann mit viel Geld auch viel Unsinn betrieben werden, beziehungsweise ebensolcher, um an Geld zu kommen. Nicht zuletzt deswegen ist der Ruf vieler Manager und Unternehmen ramponiert. Dabei gibt es immer mehr Anstrengungen von Unternehmen, ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden. Das ist Fazit eines Gesprächskreises bei der IHK zum Thema.

Es ist keine gewöhnliche Wirtschafts-Diskussion. Auf dem Podium sitzen nur Frauen. Managerinnen-Talk heißt die Runde, die auf Einladung der Düsseldorfer Beraterin Anke Fabian tagt. Auch einige Männer haben sich ins Publikum gemischt, um ein Thema zu verfolgen, das in Wirtschaftskreisen immer häufiger diskutiert wird. Vittoria Borsò, Professorin der Heine-Uni, sagt: „Das Problem, Wirtschaft und Ethik in Einklang zu bringen, ist nicht neu.“ Sie glaubt, dass sich dieses Problem lösen lässt: „In Deutschland haben wir im 20. Jahrhundert zu lange auf den Staat geschaut.“

In den USA würden Universitäten 30 Prozent ihrer Mittel von Unternehmen gesponsort bekommen. Das zeige, dass Unternehmen mit ihren Gewinnen Positives machen können. Das sieht auch Henkel-Managerin Simone Siebecke so: Ihr Unternehmen unterstütze Mitarbeiter finanziell bei der Ausübung ehrenamtlicher Tätigkeiten – und trage damit zum gesamtgesellschaftlichen Wohl bei.

Mehr zum Thema

 Sollen Unternehmen ihre Gewinne mehr für wohltätige Zwecke einsetzen?

Es bleibt unklar, inwiefern netten Worten auch Taten folgen

Gabriele Gratz, Eon-Betriebsrätin, verweist auf die Imagezwecke, denen die Bemühen der Unternehmen nach verantwortlichem Handeln, dienen: „Wer nicht umfangreich über solche Tätigkeiten informiert, wird von den Analysen schlechter bewertet.“ Und Düsseldorfs SPD-Chefin Karin Kortmann beobachtet: „Unternehmen, die sich sozial nicht engagieren, werden doch gar nicht mehr beachtet.“

Dabei bleibt unklar, inwiefern Unternehmen, die nach außen dargestellten Maßnahmen auch wirklich umsetzen. „Da hat schon ein Paradigmenwechsel stattgefunden“, sagt Gudrun Siebel aus der Geschäftsführung der Düsseldorfer Arbeiterwohlfahrt. Allerdings wird dabei eine Regel tunlichst beachtet: „Am Ende müssen Unternehmen immer Profit machen“, sagt Unternehmensberaterin Maria Fischer. Denn nur von Moral kann kein Unternehmen seine Mitarbeiter bezahlen.

26.09.2007
Von Sven Prange