

Handbuch zur
Europäischen Wirtschaftsethik

Alexander N. Krylov (Hrsg.)

Handbuch zur Europäischen Wirtschaftsethik

Business Ethics: Expectations of Society and
the Social Sensitisation of Business



BWV • BERLINER
WISSENSCHAFTS-VERLAG

VERLAG
ÖSTERREICH

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Berliner Wissenschafts-Verlag:

ISBN (Print) 978-3-8305-3431-0

ISBN (E-Book) 978-3-8305-2138-9

Verlag Österreich:

ISBN (Print) 978-3-7046-7571-2

Das Buch ist entstanden in Kooperation und mit freundlicher Unterstützung des West-Ost-Instituts Berlin und der Philosophisch-Theologischen Hochschule St. Augustin, Bonn.

© 2016 BWV • BERLINER WISSENSCHAFTS-VERLAG GmbH,
Markgrafenstraße 12–14, 10969 Berlin
E-Mail: bwv@bwv-verlag.de, Internet: <http://www.bwv-verlag.de>
Printed in Germany. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen,
der photomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten.

© 2016 Verlag Österreich GmbH, Wien
www.verlagoesterreich.at

Einführung

Welche Anforderungen soll ein aktuelles Handbuch zur europäischen Wirtschaftsethik erfüllen? Eine kleine und nicht repräsentative Umfrage bei Theoretikern und Praktikern aus den Bereichen Wirtschaft, Politik, Philosophie, Soziologie, Theologie und Ethik hat uns geholfen, eine Antwort auf diese Frage zu finden. Es sollten neue theoretische Erkenntnisse beschrieben und es sollte ein Überblick über die hiermit in Verbindung stehenden theoretischen Schulen gegeben werden. Die Intention dabei sollte sein, die Spezifika einzelner Regionen und ausgewählter Länder besser zu verstehen, die aktuelle Wirtschaftslage in Europa aus der Perspektive der Wirtschaftsethik zu beurteilen und klassische Ansätze der Theorie durch neue Impulse zu ergänzen. Das Handbuch bietet die Möglichkeit, Wirtschaftsethik soziologisch über die spezifischen gesellschaftlichen Entwicklungen und sozialen Anforderungen zu verstehen, es gibt kritischen Stimmen aus den christlichen Kirchen eine wissenschaftliche Plattform und die Möglichkeit, sich in den allgemeinen wissenschaftlichen Diskurs einzubringen. Eine Handbuchkonzeption lässt eine durchdachte inhaltlich problemorientierte Struktur zur europäischen Wirtschaftsethik erwarten, umfassend, aber zugleich ordnungstiftend, übersichtlich und transparent zu sein. Dazu sollten auch die jeweiligen fachlichen Perspektiven und Visionen aufgezeigt sein, die in die Zukunft weisen und Diskurse fachübergreifend und transnational an den zu erörternden komplexen Problemfeldern zu eröffnen vermögen.

An diesem Handbuch zur Wirtschaftsethik wirkten fünfzig führende Expertinnen und Experten aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Kirche und Medien mit. Diese repräsentieren insgesamt fünfzehn europäische Länder und die USA. Auch wenn im Fokus dieser Veröffentlichung die europäische Wirtschaftsethik steht, kommen zu den inhaltlichen Aussagekomplexen fünf renommierte US-amerikanische Wissenschaftler (Kenneth J. Arrow, Norman Bowie, George G. Brenkert, Philip Kotler und Jeffery Smith) mit grundlegenden Schriften zu Wort. Wenn „Europa“ im Zentrum dieser Betrachtung steht, so sind nicht die Grenzen der Wissenschaft gemeint, sondern ein wirtschaftlicher Raum. „Europäische Wirtschaft“ ist kein fester Begriff. In jüngster Zeit wird er oft für die Wirtschaft der Europäischen Union verwendet. In diesem Handbuch geht es aber nicht nur um die EU, sondern um den größeren geografischen, wirtschaftlichen und kulturellen Raum Europa.

Die Chance, in einem, wenn auch umfangreichen Band alle Facetten der europäischen Wirtschaftsethik zu behandeln, sieht der Herausgeber als derzeit unmöglich an, das ist auch mit dem Handbuchtitel angedeutet. Es heißt nicht das „Handbuch der europäischen Wirtschaftsethik“, sondern „... zur europäischen Wirtschaftsethik“. Diese Veröffentlichung hat also nicht zum Ziel, eine geschlossene Darstellung der europäischen Wirtschaftsethik anzubieten, sondern zu helfen, einen fundierten Überblick über relevante Themen aus der Sicht und mit Hilfe von Experten aus dem gesamten europäischen Raum und den USA zu erlangen.

Ein einigendes, strukturierendes Merkmal des Sammelbandes ist die durchgehende Orientierung an der sozialen Sensibilisierung des wirtschaftlichen Handelns, die es ermöglicht, die Probleme der europäischen Wirtschaftsethik aus der Perspektive der Gesellschaft und aus den sozialen Anforderungen an Unternehmen zu bearbeiten.

Die Struktur des Bandes eröffnet einerseits einen breiten Überblick über die aktuellen Themen und Problemfelder der europäischen Wirtschaftsethik, andererseits auch zugleich neue Perspektiven für die systematische Darstellung der klassischen sowie auch der gegenwärtigen wirtschaftsethischen Themenbereiche. So führt der rote Faden von der Theorie (Teil 1) und von der Praxis (Teil 2) zur Analyse der Interdependenzen zwischen sozialverantwortlichem Handeln der Wirtschaftsakteure und den ethischen Anforderungen der Gesellschaft (Teil 3). Dazu werden regionale und nationale Spezifika der Wirtschaftsethik in verschiedenen Ländern und Regionen Europas analysiert (Teil 4) und reale Problemfelder der europäischen Wirtschaftsethik (Teil 5) dargestellt. Mehrere Brennpunkte der aktuellen wirtschaftlichen Debatten werden aus der Sicht der gesellschaftlichen Erwartungen und Anforderungen an die Wirtschaft behandelt. Der Beitrag des führenden amerikanischen Forschers im Bereich Business-Ethik, Norman Bowie, lädt die Leser schon von Beginn an ein, über die Zukunft und Perspektiven der Theorie und Praxis der internationalen Wirtschaftsethik in kommenden Jahrzehnten nachzudenken.

Im ersten Teil werden die aktuellen Forschungen und die theoretischen Entwicklungen der Wirtschaftsethik dargestellt. Der amerikanische Nobelpreisträger für Wirtschaftswissenschaften Kenneth Joseph Arrow stellt seine bereits vor Jahrzehnten prophetisch skizzierten Ansichten über soziale Verantwortung und wirtschaftliche Effizienz vor. Der Beitrag „Wirtschaftsethik: Definition, Dimensionen und Abgrenzung zu verwandten Begriffen“ (Marion Secka und Wolfgang Mayerhofer) systematisiert das moderne Verständnis von Wirtschaftsethik mit ihren Definitionen und Dimensionen und zeigt Abgrenzungen zu verwandten Begriffen auf, um den Leserinnen und Lesern eine orientierende Wissensbasis zu vermitteln. Im Beitrag von Christian Müller werden die Begründungstheorien der Wirtschaftsethik analysiert und im Hinblick auf die vertragstheoretischen, die entscheidungstheoretischen und die diskursethischen Argumentationen der Fragen des Scheiterns behandelt. In vier weiteren Beiträgen werden aktuelle Fragen der Wirtschaftsethik aus der Sicht der Philosophie (Tatiana Porohovskaya), der Wirtschaftswissenschaften (Bodo Abel), der Kulturwissenschaften (Oliver Hinkelbein) und auch der angewandten Neurowissenschaft (Bernd Weber) dargestellt.

Zusammenhänge der Theorie und Praxis der Wirtschaftsethik werden im zweiten Teil „Europäische Wirtschaftspraxis und ethische Auseinandersetzungen“ thematisiert. Hier werden die positiven und deformierenden Einflüsse auf gesellschaftliche Moral (Aslam Guseinov) sowie die Handlungspraxis der Europäischen Wirtschaft im Bezug zu globalen Unternehmen (Klaus Bönkost), zur Medienwirtschaft (Wolfgang Kaden), zu technologischer Entwicklung (Jum Dratwa) und zur Bildung (Rolf Oberliesen und Sergey Plaksiy) behandelt.

Das Kernthema des Buches wird im dritten Teil „Europäische Werte und ethische Anforderungen an die Wirtschaft“ entfaltet. Hier wird die soziale Sensibilisierung des wirtschaftlichen Handelns definiert und die Entwicklung der Interdependenzen zwischen Unternehmen und Gesellschaft skizziert. Einer der führenden europäischen Wirtschaftsethiker, Peter Ulrich, stellt aktuelle Ansichten der zivilisierten Wirtschaft und die Rolle der Marktwirtschaft in Zivilgesellschaften vor. „Die heutige Herausforderung besteht darin, sich auf die Prinzipien einer wohlgeordneten Gesellschaft freier und gleichberechtigter Bürger zu besinnen und die Marktwirtschaft in sie einzubinden – also sie buchstäblich zu zivilisieren. Der ethische Kerngedanke einer zivilisierten Marktwirtschaft ist der Vorrang der realen Bürgerfreiheit vor freien Märkten. Dem dienen neu zu gewährleistende Wirtschaftsbürgerrechte. Von daher ergibt sich eine emanzipatorische Perspektive sozialen Fortschritts“, so Peter Ulrich. In weiteren Beiträgen werden Positionen, Problemfelder und Erfahrungen der sozialen Marktwirtschaft dargestellt, so u.a. durch Amin Laschet (stellvertretender Bundesvorsitzender der Christlich Demokratischen Union Deutschlands CDU) und Anton Losinger (römisch-katholischer Bischof und Mitglied des Deutschen Ethikrates).

Peter Kodwo Appiah Turkson (Kurienkardinal und Präsident des Päpstlichen Rates für Gerechtigkeit und Frieden) hebt in seinem Beitrag zur europäischen Wirtschaftsethik die Verantwortung der Unternehmer und Wirtschaftsakteure hervor, auf die Bedürfnisse der Menschen zu reagieren. Unternehmer sind mit großen Ressourcen ausgestattet und treffen weitreichende Entscheidungen. Dies erscheint als ihre Bestimmung. Sie haben erhebliche Mittel, etwas zu unternehmen, damit haben sie auch entsprechende Verantwortung. Im Beitrag von Reinhard Kardinal Marx (Vorsitzender der Deutschen Bischofskonferenz) wird betont, dass die Kirche dann die Wirtschaft zu kritisieren habe, wenn „sie zu ungerechten Machtverhältnissen, zu extremen sozialen Ungleichheiten, zur Exklusion der Schwächeren“ führe. Solche Wirtschaft kann nach Marx nicht als vollkommen freier Markt bezeichnet werden, da sie de facto zu Verhältnissen führe, „die gar keine freien Märkte sind, sondern in denen die einen durch Vormachtstellungen in Staat und Wirtschaft andere ausbeuten und niederhalten und in denen der Staat seiner Aufgabe, allen gerechte Chancen einzuräumen“, nicht nachkommt. Der Metropolit Hilarion Alfeyev (Leiter des Außenamtes der Russisch-Orthodoxen Kirche und Rektor der Doktorandenschule des Moskauer Patriarchats) unterstreicht in seinem Beitrag, dass ein zentrales Problem für die Ökonomie als Wissenschaft der offene Widerspruch zwischen der Unbegrenztheit der menschlichen Bedürfnisse und der Begrenztheit der zu deren Befriedigung vorhandenen Ressourcen sei. Dieser Konflikt hat nach Hilarion eine ganz und gar menschliche Dimension. Ähnlich auch Christian Hecker, der die soziale Gerechtigkeit als die große Herausforderung für die europäische Wirtschaftspolitik sieht. Der Beitrag der österreichischen Wissenschaftler Matthias Karmasin und Michael Litschka behandelt die Wirtschaftsethik in der Medien- und Informationsgesellschaft und schließt den dritten Teil ab.

Im vierten Teil „Europäische Wirtschaftsethik: Nationale und regionale Spezifika“ werden einzelne Aspekte der Wirtschaftsethik sowie der praktischen Umsetzung in einzelnen Ländern und Regionen Europas beschrieben. Dieser Teil beginnt mit einem internationalen

Vergleich der Wahrnehmung ethischer Verantwortung in europäischen Unternehmen von Axel Sell. Anschließend werden die Praxis von Corporate Social Responsibility in West- und Osteuropa am Beispiel Russlands verglichen (Johannes Schuhmann). Es folgen Beiträge über Entwicklungen und wirtschaftsethische Spezifika der Baltischen Staaten (Nijolė Vasiljevienė), Deutschlands (Carlos Oliveira), Frankreichs (Alain Anquetil), Polens (Wojciech Gasparski, Anna Lewicka-Strzałecka, Dariusz Bąk, Bolesław Rok und Iwona Kuraszko), Russlands (Yury Petrunin und Vladimir Borisov) und der Tschechischen Republik sowie der Slowakischen Republik (Wendy Drozenová), der Ukraine und Weißrusslands (Alla Voronkova). Der Schwerpunkt dieses Teils besteht nicht darin, die Entwicklung eines einzelnen Landes in Europa zu beschreiben, vielmehr geht es darum, am Beispiel von bestimmten Ländern regionale Tendenzen aufzuzeigen.

Im fünften Teil „Spezielle Fragen und konkrete Problemfelder der Wirtschaftsethik“ werden Themen wie „Nationale Sicherheit und Unternehmensverantwortung: die Grenzen der Eigeninteressen und Loyalität“ (George G. Brenkert) und Nachhaltigkeitsberichterstattung (Alexander Brink und Julius W. Habenschuss) behandelt. Einige Beiträge sind nicht von Wirtschaftsethikern, sondern von Expertinnen und Experten bestimmter Fachgebiete gearbeitet. So hat der Verfasser des Klassikers über modernes Marketing, Philip Kotler, einen Beitrag über Marketing in Bezug auf gesellschaftliche Wahrnehmung und ethische Herausforderungen zur Verfügung gestellt. Aus einer ähnlichen Perspektive berichten Igor Mintusov und Olga Filatova über Government Relations und Guntram Kaiser über Public Relations und Werbung. Das Thema ethischer Kodizes der Berufsverbände wird von Dmitry Tkachenko, Mathias Pulte und Dirk Rosenhagen behandelt.

Der Herausgeber dankt allen Autoren, die dem Konzept dieses Buches zugestimmt, an diesem umfangreichen Werk mitgearbeitet und dieses in seinen Grundintentionen getragen haben. Herzlicher Dank gilt auch den Kollegen Prof. Dr. Axel Sell und Prof. Dr. Rolf Oberliesen, die mit Rat und Tat die Arbeit an diesem Buch unterstützt haben. Ohne den finanziellen und inhaltlichen Beitrag der Philosophisch-Theologischen SVD Hochschule St. Augustin wäre dieses Buchprojekt nicht möglich gewesen. So gilt hier ein besonderer Dank dem Rektor und dem Professorenkollegium der Hochschule. Der Herausgeber hofft, dass diese Veröffentlichung unter dem umfangreichen Angebot an Fachliteratur ihren Platz findet und den verschiedenen Zielgruppen wie Wissenschaftler, EU-Experten, Politiker, Manager, Theologen und allen anderen, die sich für die hier aufgegriffene Problematik interessieren, hilfreich sein kann. So kann man in diesem Handbuch zur europäischen Wirtschaftsethik auch die Chance sehen, einen Beitrag nicht nur zur wirtschaftlichen, sondern auch zur wissenschaftlichen und kulturellen Integration Europas zu leisten, die Entscheidungsträger auf die bestehenden und aktuell brennenden Herausforderungen und Probleme der Wirtschaft erneut aufmerksam zu machen und zur sozialen Sensibilisierung des wirtschaftlichen Handelns implizit und explizit beizutragen.

Alexander N. Krylov, Herausgeber

Inhaltsverzeichnis

<i>Norman E. Bowie</i> The Future of Business Ethics in the 21 st Century: Theory and Practice.....	13
---	----

Erster Teil. Wirtschaftsethik: Aktuelle Forschung und theoretische Entwicklungen

<i>Kenneth J. Arrow</i> Business-Ethics: Social Responsibility and Economic Efficiency	31
<i>Marion Secka/Wolfgang Mayerhofer</i> Wirtschaftsethik: Definition, Dimensionen und Abgrenzung zu verwandten Begriffen	41
<i>Elmar Nass</i> Wirtschaftsethik: Theoretische Erkenntnisse und aktueller Forschungsstand in Europa.....	47
<i>Christian Müller</i> Wirtschaftsethik: Begründungstheorien.....	61
<i>Tatiana Porohovskaya</i> Wirtschaftsethik als Gegenstand philosophischer Forschungen	81
<i>Bodo Abel</i> Wirtschaftsethik als Gegenstand wirtschaftswissenschaftlicher Forschungen	105
<i>Bernd Weber</i> Wirtschaftsethik als Gegenstand neurowissenschaftlicher Forschungen	127
<i>Oliver Hinkelbein</i> Wirtschaftsethik als Gegenstand kulturwissenschaftlicher Forschungen	139

Zweiter Teil. Europäische Wirtschaftspraxis und ethische Auseinandersetzungen

<i>Aslam Guseinov</i> Business Practice: Positive and Distorting Impact of Economy on Morality	165
<i>Klaus Jürgen Bönkost</i> Globale Unternehmen: Europäische Handlungspraxis und ethische Auseinandersetzungen	179
<i>Wolfgang Kaden</i> Medienwirtschaft: Europäische Handlungspraxis und ethische Auseinandersetzungen....	201

Jim Dratwa

Business, Science and New Technologies: European Practice and Ethical Debate 213

Rolf Oberliesen/Sergey Plaksiy

Bildung als Business: Europäische Handlungspraxis und ethische
Auseinandersetzungen 223

Dritter Teil. Europäische Werte und ethische Anforderungen an die Wirtschaft

Alexander N. Krylov

Ethische Anforderungen an die Wirtschaft und soziale Sensibilisierung
des wirtschaftlichen Handelns 241

Peter Ulrich

Civilized Market Economy: Embedding Market Economy in Civil Society 257

Christoph Lütge

Europäische Werte: Wirtschaftspraxis vs. Ethik 267

Armin Laschet

Moral, Markt, Verantwortung: Das Erfolgsmodell der Sozialen Marktwirtschaft 281

Peter K. A. Cardinal Turkson

The Rightful Place of Ethics in Business and the Economy 289

Reinhard Kardinal Marx

Wirtschaftsethik im Horizont einer Option für die Armen 301

Metropolit Hilarion Alfeyev

Moderne Wirtschaft: Werte und geistliche Dimensionen 313

Anton Losinger

Das Konzept der Sozialen Marktwirtschaft in Europa und
das christliche Menschenbild 327

Alexander N. Krylov/Eberhart Schneider

Politische Bewegungen und Bürgerinitiativen: Ihr Einfluss auf europäische Wirtschaft .. 335

Christian Hecker

Soziale Gerechtigkeit als Herausforderung für die Wirtschaftspolitik 343

Matthias Karmasin/Michael Litschka

Wirtschaftsethik in der Medien- und Kommunikationsgesellschaft 351

Vierter Teil. Europäische Wirtschaftsethik: Nationale und regionale Spezifika

Axel Sell
 Ethische Verantwortung in europäischen Unternehmen: Internationaler Vergleich..... 367

Johannes Schuhmann
 Managed and Liberal Corporate Responsibility: Russian and German CR Approaches ... 385

Carlos Oliveira
 Entwicklung und Spezifika von Wirtschaftsethik in Deutschland..... 401

Alain Anquetil
 Evolution and Specifics of Business Ethics in France 427

Yury Petrunin/Vladimir Borisov
 Entwicklung und Spezifika von Wirtschaftsethik in Russland 439

*Wojciech Gasparski/Anna Lewicka-Strzalecka/Dariusz Bąk/
 Bolesław Rok/Iwona Kuraszko*
 Evolution and Specifics of Business Ethics in Poland 453

Wendy Drozenová
 Entwicklung und Spezifika von Wirtschaftsethik in der Tschechischen Republik
 und in der Slowakischen Republik 467

Nijolė Vasiljevienė/Vladimir Grinev
 Evolution and Specifics of Business Ethics in the Baltic States 481

Alla Voronkova/Emil Korenyev
 Entwicklung und Spezifika der Wirtschaftsethik in der Ukraine und Weißrussland..... 497

Fünfter Teil. Spezielle Fragen und konkrete Problemfelder der Wirtschaftsethik

George G. Brenkert
 National Security and Corporate Responsibility:
 the Limits of Self-Interest and Loyalty 513

Wim Dubbink/Jeffery Smith
 Corporate Beneficence: Societal Perception and Ethical Issues 535

Philip Kotler
 Marketing: Societal Perception and Ethical Issues 567

Igor Mintusov/Olga Filatova
 Government Relations – Beziehungen zwischen Wirtschaft und Politik:
 Gesellschaftliche Wahrnehmung und ethische Herausforderungen..... 575

Inhaltsverzeichnis

Guntram Kaiser

Werbung und Public Relations: Gesellschaftliche Wahrnehmung
und ethische Herausforderungen 585

Dmitry Tkachenko/Mathias Pulte/Dirk Rosenhagen

Ethische Kodizes der Berufsverbände: Entstehungsgeschichte, Status quo
und aktuelle Entwicklungen..... 595

Julius W. Habenschuss/Alexander Brink

Nachhaltigkeitsberichterstattung: Entstehungsgeschichte, Status quo
und aktuelle Entwicklungen..... 609

Autoren 629

Index of Universities and Research Institutions 635