

Die höchsten Leistungen der besten Verstände

Stephen R. C. Hicks

Übersetzung von Anja Hartleb-Parson

Ich sitze am Ufer des Ontario Sees. Es ist später Frühling und die Sonne stieg vor ungefähr fünf Minuten auf. Die Wasser, die vor der Morgendämmerung blauschwarz erschienen, haben jetzt einen Hauch von Grün. Die Luft ist wärmer, aber wenn ich schnell einatme, kann ich immer noch die Schärfe der Nacht schmecken. Ich höre mir den Anfang einer Symphonie an.

Neben mir auf dem Stein ist ein MP3-Player. Er ist weniger als die Hälfte meiner Hand groß und wiegt nur ein paar Gramm. Ich habe ihn, nach einigem Handeln, von einem Pakistanischen Einwanderer in New York City erworben. Die plastische Verkleidung wurde aus Öl aus dem Mittleren Osten gemacht, und die elektronischen Bestandteile wurden in Japan hergestellt. Die Musikaufnahme, die ich mir anhöre, wurde in London aufgenommen, in Deutschland hergestellt, und von einem Versandhaus in Toronto gekauft. Mein MP3-Player ist wirklich ein kosmopolitisches Produkt.

Ich halte dies normalerweise für selbstverständlich. Ich habe einen mittleren Verdienst, der ein bisschen höher im letzten Jahr war als der nationale Durchschnitt. Trotzdem kaufe ich routinemäßig Luxus, den kein mittelalterlicher König je hätte kaufen können. In meinem tragbaren MP3-Player, sind die höchsten Leistungen der besten Verstände in Musik, Elektronik, Herstellung, Transport, und Verkaufsförderung vereinigt, die es mir erlauben für weniger als ein Tagesgeld den Sonnenaufgang über Lake Ontario zu genießen, während ich die Leidenschaft eines russischen Musikalgenie des neunzehnten Jahrhunderts erfahren kann.

* * *

Dies ist ein Buch über Geschäftsethik. In der Ethik geht es um Werte und wie man sie erreichen kann. Jede von uns braucht physische Werte: Essen, Unterkunft und so weiter. Wir brauchen auch psychologische Werte: Herausforderungen, Leistungsstolz, Sicherheit, Freundschaften, und die Erfahrung von Schönheit. Aber um Werte zu erreichen, brauchen wir die Charakterzüge, die es uns ermöglichen, zu planen und wirksam zu handeln: die Bereitschaft, Tatsachen gegenüberzustehen, für uns selbst zu denken, nach unseren besten Urteilen zu agieren, Anerkennung zu geben, wenn sie verdient ist.

Mein musikalischer Sonnenaufgang wurde von tausenden solcher Individuen möglich gemacht. MP3-Spieler sind Produkte des gewaltigen Netzwerkes, das wir die Unternehmenswelt nennen, jenes kooperative System von Individuen, die Werte suchen und deshalb produzieren und zum gegenseitigen Vorteil handeln. Künstler, Geldgeber, Hersteller, Transport- und Verkaufsexperten – viele Individuen, jeder mit seinen eigenen Zielen – kooperieren als Käufer, Verkäufer, Kollegen, Chefs und Untergebene um MP3-Player herzustellen.

Fangen wir mit dem Orchester an. Jedes Mitglied des Orchesters erwarb spezialisierte Sachkenntnisse und fand einen Weg, seine Liebe für die Musik mit dem Bedürfnis zu integrieren, einen Lebensunterhalt zu verdienen. Die Mitglieder des Orchesters erschaffen einen Wert, indem sie kooperieren: schöne Musik. Das Orchester verkauft sein Produkt an den Hersteller von CDs. Um CDs herzustellen kooperieren die Hersteller mit Finanzmännern, die auch etwas von Wert zur Verfügung stellen: Kapital. Der Hersteller stellt Ingenieure ein, um etwas von Wert zu schaffen: eine CD. Der Hersteller kooperiert mit Experten in Transport, Reklame und Verkaufsförderung, die mit mir kooperieren. Ich gebe ihnen etwas von Wert: Geld. Im Gegenzug, geben sie mir etwas von Wert: Musik jederzeit, überall. Jeder, der involviert ist, versucht ein gutes Leben zu leben, und alle von uns sind im Ergebnis besser dran. Wenn es in der Ethik um Werte geht, dann geht es im Unternehmertum um kooperative Produktion und Handel von einer wichtiger Kategorie von Werten.

Für die meisten von uns ist die Unternehmenswelt die primäre Arena, in der wir unsere Werte verfolgen. Unsere Arbeit gibt uns die Mittel, unsere Bedürfnisse zufrieden zu stellen, und sie verlangt von uns unser höchstes Niveau von Verpflichtung, Energie und Kreativität. Erfolgreiche Arbeit wird am Wert des Produktes – die Ernte, die Hydraulikpresse, die Anleihe, die Skulptur – und des Stolzes und der finanziellen Belohnungen, die daraus folgen, gemessen.

Jenseits dieser Werte wird die Unternehmenswelt aus vielen anderen Gründen geschätzt. Für einige ist es die kosmopolitische Natur der Wirtschaft. Kanadier genießen im Januar südamerikanische Feigen. Briten fliegen nach Athen und reisen auf einem skandinavischen Kreuzfahrtschiff nach Istanbul. Amerikaner sehen sich australische Filme auf japanischen Fernsehern an, während sie bestelltes chinesisches Essen genießen. Für andere ist es die Aufregung von großen Unterfangen: Multiplexe und Milliarden-Dollar Fusionen. Für wieder andere ist es die Aufregung der Innovation: leistungsstärkere Computer, erschwingliche Brotmaschinen und geschmeidige neue Sportwagen. Doch ist diese Begeisterung für die Wirtschaft nicht auf das Internationale, das Großangelegte oder das Innovative beschränkt. Der Unternehmer, der ein Druckerei oder eine Schweißerei aufmacht hat normalerweise genauso viel Leidenschaft für sein Unternehmen wie die Führungskraft, die in drei Zeitzonen lebt. Das Unternehmen ist seine Erschaffung, das Ergebnis seiner Voraussicht, seiner Energie und seines Mutes zum Risiko.

* * *

Sehr wenig von dem, was über die Geschäftsethik geschrieben wird, erfasst die Aufregung und die Romantik des Unternehmertums. Noch weniger vermittelt den Eindruck, dass das Unternehmertum eine edle Berufung ist, die in Poesie und Lied zelebriert werden könnte. Stattdessen hängt oft ein Gefühl des Verdachtes und

gespannter Toleranz über dem Unternehmertum, das nicht über andern Berufen hängt. Viele bejubeln den Wissenschaftler, den Künstler, den Lehrer, sogar den Politiker, als einen, der aufregende und noble Arbeit tut, aber haben bestenfalls ein gleichgültiges Gefühl dem Unternehmer gegenüber.

Wir können darauf hinweisen, dass das Unternehmertum die Arena zur Verfügung gestellt hat, in der unzählige Individuen ihre Bedürfnisse zufrieden gestellt und ihre Träume erreicht haben. Darüber hinaus ist es vertretbar, dass Unternehmen mehr Erfolg als jeder anderer Beruf darin hatten traditionell religiöse, ethnische, rassische und geschlechtliche Hindernisse zu bewältigen. Das Unternehmertum sagt: Beurteilen Sie Individuen nach ihren *Fähigkeiten*. Die primäre Frage im Unternehmertum ist: Kann es die Ware liefern? Nur dort, wo die Geschäftsethik der Fähigkeit gegriffen hat, sind religiöse und ethnische Fehden, Rassismus und Sexismus auf die Defensive gegangen.

Als Beispiel: der Aufstieg der Geschäftsethik während und seit der Aufklärung hat viele ehemalige nationale Feinde zu der Entscheidung geführt, dass sie eher produzieren und handeln wollen als Krieg führen. Vergleichen Sie aktuelle Beziehungen zwischen England und Frankreich mit deren Vergangenheit. Das gleiche könnte über die Beziehungen zwischen Frankreich und Deutschland, Korea und Japan gesagt werden. Erwägen Sie die Tatsache, dass es von 1815 bis 1914, in der Blütezeit des Kapitalismus, keine internationale europäische oder nordamerikanische Kriege gab. Stellen Sie das den fast durchgehenden Kriegen von 1914 bis heute, während des Aufstieges verschiedener nationaler und internationaler Versionen des Sozialismus, gegenüber.

Das Unternehmertum besiegt auch religiöse Hindernisse. Die Tatsache, dass es viele Jahrhunderte lang den Juden anstatt den Christen erlaubt war, dem Bankgeschäft nachzugehen, war ein bedeutender Grund, warum Christen weniger aktiv die Vernichtung des Judentums verfolgten. Der andauernde islamische Jihad gegen den dekadenten Westen wird durch die Tatsache gedämpft, dass der Westen ein bedeutender Kunde für das Öl des Mittleren Ostens ist. Im Unternehmertum sorgen sich wenige darum, ob Sie mit Klapperschlangen oder Rosenkränze beten.

Die Fähigkeitsethik des Unternehmertums besiegt auch rassische und geschlechtliche Hindernisse. Zu unzähligen Gelegenheiten haben sich Individuen von unterschiedlicher Rasse und Geschlecht an den Konferenztisch gesetzt und Abmachungen friedlich verhandelt. Soweit die Ethik der Fähigkeit akzeptiert wird, ist die Blödheit, Leute nach Geschlecht oder Rasse zu beurteilen, offensichtlich.

Die Unternehmenswelt untergräbt irrationale gesellschaftliche Hindernisse, weil die wirtschaftlichen Interessen aller Menschen die gleichen sind. Jeder Mensch von jeder Farbe, Nationalität, Geschlecht oder Religion, der meine wirtschaftlichen Interessen zufrieden stellen kann, ist für mich von Wert. Daher bin ich wahrscheinlich eher bereit vernünftig, produktiv und friedlich mit ihm zu verhandeln.

Trotz all diesem, hängt in den Augen vieler ein Schatten des Verdachts über dem Unternehmertum. Der Grund ist, dass die moralische Tradition, aus der die Fähigkeitsethik des Unternehmertums stammt, im Konflikt mit einer konkurrierenden moralischen Tradition steht, die das Unternehmertum als unmoralisch, oder bestenfalls amoralisch, ansieht. Für jene, die diese letztere

moralische Tradition akzeptieren, geht es in der Ethik mehr darum, stoische Pflicht zu tun anstatt Spaß zu haben, Auflagen zu erfüllen anstatt eigene Interessen, Regeln zu befolgen anstatt dem, was praktisch ist, geben anstatt zu schaffen. Um sich auf Stereotypen herabzulassen, wenn die Ansicht dieser Tradition der Ethik personifiziert werden könnte, würde sie als eine Oberin erscheinen, die jeden missbilligend ansieht, der Spaß zu haben scheint. Vergnügen zu haben bedeutet maßlos zu sein. Stattdessen würde sie verkünden, dass wir nicht hier sind um Spaß zu haben. Wir sind hier um anderen zu dienen, um Verwalter für künftige Generationen zu sein, um nett zu sein, und so wenig Platz wie möglich in der Welt einzunehmen. Vor allem würde sie sagen, dass wir hier sind um selbstlos Opfern zu bringen – der gesamten Gesellschaft, Gott, dem größten Glück der größten Anzahl, der Pflicht, der Arbeiterklasse, dem Ökosystem.

Das Thema dieses Buches ist dass es in der Moralität nicht um menschliche Opfer geht. Die traditionelle Unternehmensfeindlichkeit ist völlig falsch. Wir sind nicht zum dienen geboren; wir sind, jeder einzelne von uns, ein Selbstzweck. Wir sind hier um unser eigenes Leben zu führen, Selbstverwirklichung zu erreichen, ehrgeizig zu sein, und so viele wertvolle Ressourcen wie möglich zu konsumieren. In der Ethik geht es nicht darum auf persönliche Werte zu verzichten und sie zu opfern. Es geht darum, sie zu produzieren und zu konsumieren. Im Leben geht es darum, im ernstesten philosophischen Sinn, Spaß zu haben.

* * *

„Geschäftsethik ist ein Widerspruch in sich.“ Dieses Klischee, normalerweise halb-ernsthaft ausgesprochen, ist eine extreme Form der traditionellen Unternehmensfeindlichkeit. Seine Befürworter werden zum Beispiel sagen: „Schauen Sie sich diese Führungskraft an: er hat den Kunden betrogen. So ist das Unternehmertum. Es ist eine niedrige Ellenbogengesellschaft.“

Niedriges Verhalten kommt sicher in Unternehmen vor. Es kommt auch in jedem anderen Beruf vor. Einige Wissenschaftler erfinden Daten. Einige Künstler wenden sich der Fälschung zu. Einige Politiker fordern Bestechungen. Doch wird der Wert von Wissenschaft, Kunst und Regierung nicht von diesen schlechten Taten besudelt. Es ist eher so, dass, insofern Leute solch schlechte Taten begehen, sie weder Wissenschaftler, Künstler noch Politiker sind. Der Wissenschaftler, der seine Daten fälscht, ist kein schlechter Wissenschaftler; er ist überhaupt kein Wissenschaftler, sondern, insofern er fälscht, ist er ein Verderber der Wissenschaft.

Nehmen Sie zum Vergleich an, dass Sie in einer Schule ermitteln und viele Schüler entdecken, die spicken, nur minimale Anstrengung hervorbringen, und sagen, dass sie dort nur deshalb sind, „um ein Stück Papier zu bekommen“. Nehmen Sie auch an, dass einige der Lehrer willkürlich zensieren, nur an der Indoktrination anstatt des Unterrichts interessiert sind, oder nur deshalb Lehrer wurden, weil sie gern Sex mit Kindern haben. Solch unmoralisches Verhalten entwertet nicht die Bildung. Es rechtfertigt keine zynischen Kommentare wie: „So ist die Bildung. Ethische Bildung ist ein Widerspruch an sich.“

Der Kern der Bildung liegt in dem Erwerb des Wissens. Wissen ist gut: es ist eine Form von Macht, die für menschliches Leben notwendig ist. Wissen kann nur durch ehrliche Methoden *gelernt* werden, obgleich ein Diplom, das Symbol des Wissens,

ehrlich oder unehrlich *erworben* werden kann. Das gleiche gilt für das Unternehmertum. Der Kern des Unternehmertums ist die Schaffung von Wohlstand. Wohlstand ist gut: es ist eine Form von Macht, die für menschliches Leben notwendig ist. Wohlstand kann nur durch ehrliche Methoden *produziert* werden, obwohl Geld, das Symbol des Wohlstandes, ehrlich oder unehrlich *erworben* werden kann.

Wir sagen nicht: „Er hat bei der Prüfung gespickt; das beweist, wie unmoralische Bildung ist.“ Eher sagen wir: „Bildung ist wunderbar, aber dieser Schwindler hat sie verdorben.“ Das gleiche sollte für das Unternehmertum gelten, und für jeden anderen Beruf. Der kaltherzige Geschäftsmann, die sexuell gehemmte Bibliothekarin und der streberhafte Wissenschaftler definieren nicht ihre Berufe.

Die ersten Fragen, die man über jeden Beruf stellen muss, sind: „Was ist das für ein Beruf?“, „Welche Werte schafft dieser?“ und „Wodurch erreicht dieser Werte?“ Nachdem wir jene Fragen beantwortet haben, beschäftigen wir uns mit den Problemen, die durch verdrehte oder falsche Werte und dubiose Methoden verursacht werden.

* * *

Das Unternehmertum besteht in der Produktion von Werten für den Handel. Sowohl Produktion als auch Handel sind für Unternehmen notwendig. Ein Mann, der auf einer einsamen Insel lebt und das produziert und konsumiert, was er braucht, bestreitet seinen Lebensunterhalt, aber ist kein Unternehmen. Aber wenn er ein extra Dingsbums produziert und es mit der Frau auf der benachbarten Insel für anderes Dingsbums tauscht, dann sind sie im Geschäft. Geschäfte fangen mit Handeln an: ein Käufer und ein Verkäufer formen eine Beziehung. Aus kleinen Anfängen können große Sachen entstehen.

Handel bereichert sowohl Käufer als auch Verkäufer und macht gesteigerte Produktion und Handel möglich. Durch den Anstieg in Produktion und Handel, wächst auch Spezialisierung, die Produktion und Handel weiterhin erhöht. Spezialisierung kann viele Formen annehmen. Eine Form ist durch Ware: Ich produziere nur Weizen und Sie produzieren nur Bohnen. Eine weitere Form kommt *innerhalb* eines Unternehmens durch Anstellung vor. Normalerweise stellt der Arbeitgeber Kapital und Strategie bereit und trägt das Risiko für das Unternehmen, während der Angestellte Arbeit und andere Fähigkeiten bereitstellt.

Durch das Wachstum im Umfang und Maßstab der Produktion und des Handels entstehen Unternehmen, die sich auf Dienstleistungen für Warenproduzenten spezialisieren: Transport, Reklame, Courtage, Bankgeschäfte, Finanzmärkte, Versicherung, Rechtsdienste. Alle diese Dienstleistungen produzieren Werte für den Handel. Werber und Makler bringen Käufer und Verkäufer zusammen, Anwälte stellen Wissen und Rat bereit, Versicherer stellen Risikoreduzierung bereit, Spekulanten stellen Kapital und Liquidität bereit, und so weiter.

Die erhöhte Kompliziertheit der Unternehmenswelt hat deren wesentliche Natur nicht verändert: von Dingsbumsen zu internationalen MP3-Spielern, das Unternehmertum besteht immer noch in der Produktion und dem Handel von Werten. Geändert haben sich die Kompliziertheit der involvierten menschlichen Beziehungen, der Maßstab und die Abstraktheit der Werte, die auf dem Spiel stehen, die Schwierigkeit, Vorzüge konkurrierender Werten einzuschätzen, und

dementsprechend die Leichtigkeit mit der Fehler gegenüber Werten und wie man sie erreichen kann gemacht werden können.

Der Zweck der Geschäftsethik ist es, die Werteprinzipien zu entdecken, die notwendig sind, um mit der komplexen Geschäftswelt umzugehen. Explizites, prinzipientreues Wissen gibt dem Unternehmer ein Gerüst, innerhalb dessen er denken, urteilen und konsequent handeln kann. Wissen ist Macht, sagte der Philosoph Francis Bacon. Ignoranz ist Machtlosigkeit. Nur mit Wissen kann das Gute erreicht, Fehler vermieden und Probleme diagnostiziert werden.

Verkaufen und Kaufen zum Beispiel werfen Fragen zum Betrug, zur Haftpflicht, zum Gewährleistungsausschluss und zur Täuschung auf. Anstellung wirft Fragen zum Verdienst gegenüber Minderheitsförderung, zum Gewerkschaftsstatus, zur Drogenprüfung gegenüber Privatsphäre und zur Korruptionsbekämpfung auf. Finanzielle Märkte werfen Fragen zum moralischen Status von Firmenübernahmen ohne Zustimmung des Managements der Zielunternehmung, zu hochverzinslichen Risikoanleihen und zum Eigentumsstatus von Information auf. Firmen genießen einen besonderen gesetzlichen Status und deshalb entstehen Fragen, warum Firmen diesen verdienen. Großangelegte Unternehmen werfen Fragen zur Massenmüllbeseitigung auf und wie man den Wert einer sauberen und schönen Umwelt aufwiegt. Und all diese Gebiete werden durch die Frage zur Angemessenheit von Regierungseingriffen kompliziert.

In jedem dieser Gebiete machen Unternehmer Fehler, einige von ihnen unehrlich. Verträge werden gebrochen, Lügen werden erzählt, Angestellte werden mit Willkür behandelt, Angestellte stehlen, vertrauliche Information wird enthüllt, Betrug abgezogen, Politiker werden bestochen, ungedeckte Schecks werden geschrieben.

Aber trotz der Fehler und der Unsittlichkeiten, die in der komplexen Welt großer Unternehmen vorkommen, ist die entscheidende Tatsache, dass die gleiche *fundamentale* moralische Bewertung für das Unternehmertum gültig ist. Eine Universität ist komplexer als ein Ein-Raum-Schulhaus, aber die gleiche positive moralische Bewertung der Bildung gilt für beide, egal wie viel mehr Gelegenheiten für Fehler und Korruption die komplexe Natur der Universität erlaubt.

Das Unternehmertum ist im Wesentlichen *gut*. In der Ethik geht es um Werte, und im Unternehmertum geht es um die Produktion und den Handel einer Hauptkategorie von Werten.

* * *

Stephen Hicks ist Professor der Philosophie am Rockford Universität in Illinois und ist Autor von Explaining Postmodernism: Skepticism and Socialism from Rousseau to Foucault (Scholarly Publishing, 2004) und Nietzsche and the Nazis (Ockham's Razor Publishing, 2006). Er kann über seine Webseite www.stephenhicks.org kontaktiert werden. Dieser Artikel erschien ursprünglich im der Juni 1994 Ausgabe des IOS Journal.

* * *