

**Dr. Joachim Fetzer:**

## **Soziale Unternehmensverantwortung – theologisch reflektiert**

Theologische Wirtschaftsethik. Stand, Aufgaben, Perspektiven

Tagung zum 100. Geburtstag von Arthur Rich  
Theologische Fakultät, Zürich, 22. Januar 2010

# CSR Germany

Unternehmen tragen gesellschaftliche Verantwortung



ÜBER UNS | ÜBER CSR | HANDLUNGSFELDER | INSTRUMENTE | CSR IN DER PRAXIS | INFOPOOL | PRESSE

- Praxisbeispiele von Unternehmen
- Unternehmensverzeichnis
- Banken und Versicherungen
- Bauindustrie
- Chemische und pharmazeutische Industrie
- Dienstleistungsunternehmen
- Druck und Medien
- Ernährungsindustrie
- Energie- und Versorgungswirtschaft
- Gastgewerbe
- Groß- und Einzelhandel
- Handwerk
- Holz und Kunststoff verarbeitende Industrie
- Informationswirtschaft und Telekommunikation
- Metall- und Elektroindustrie
- Mittelstand
- Tabakindustrie
- Textil- und Modeindustrie
- Transport und Touristik

Startseite > CSR in der Praxis > Praxisbeispiele von Unternehmen

## Praxisbeispiele: Banken und Versicherungen

### Allianz

„Haus am Strom“ bei Passau

[weiter >>](#)

### AXA Konzern AG

„AXA von Herz zu Herz e.V.“ gründet auf einer Idee von Claude Bébéar (ehem. Vorstandsvorsitzender der AXA Gruppe), der die Initiative 1991 in Paris unter dem Namen „AXA Atout Coeur“ ins Leben rief. Die Initiative verfolgt den Gedanken, das Wertvollste der AXA Gruppe – ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – für ein ehrenamtliches Engagement zu gewinnen. Bébéars Vision war, jeden Mitarbeiter der AXA weltweit einmal im Jahr zu motivieren, den Menschen zu helfen, die nicht auf der Sonnenseite des Lebens stehen.

[weiter >>](#)

### B. Metzler seel. Sohn & Co. KGaA (Bankhaus Metzler)

Das Bankhaus Metzler engagiert sich über die Metzler-Stiftung mit dem Netzwerk für Gehirnforschung und Schule für sein Stiftungsziel: Die ganzheitliche Entwicklung von Kindern und Jugendlichen in den Bereichen Hören, Sehen und Lernen.

[weiter >>](#)

### Commerzbank AG

Die Übernahme unternehmerischer Verantwortung ist wesentlicher Bestandteil der Unternehmenskultur der Commerzbank. Unser vielfältiges Engagement erstreckt sich auf die vier Handlungsfelder Gesellschaft, Mitarbeiter, Ökonomie und Ökologie.

[weiter >>](#)

Suche

[>> Profisuche](#)



- Praxisbeispiele von Unternehmen
- Unternehmensverzeichnis
- Banken und Versicherungen
- Bauindustrie
- Chemische und pharmazeutische Industrie
- Dienstleistungsunternehmen
- Druck und Medien
- Ernährungsindustrie
- Energie- und Versorgungswirtschaft
- Gastgewerbe
- Groß- und Einzelhandel
- Handwerk
- Holz und Kunststoff verarbeitende Industrie
- Informationswirtschaft und Telekommunikation
- Metall- und Elektroindustrie
- Mittelstand
- Tabakindustrie
- Textil- und Modeindustrie
- Transport und Touristik

Startseite > CSR in der Praxis > Praxisbeispiele von Unternehmen

## Praxisbeispiele: Banken und Versicherungen

Allianz

Ha

AX

"AX

Vor

Ator

- ih

Bét

Me

B. I

Da:

Ge

unc

Cor

Die

Unternehmenskultur der Commerzbank. Unser vielfältiges Engagement erstreckt sich auf die vier Handlungsfelder Gesellschaft, Mitarbeiter, Ökonomie und Ökologie.

[weiter >>](#)

Suche

[>> Profisuche](#)

**(1) Kosmetik ?**

**(2) Ordnungspolitischer Sündenfall?**

**(3) Kommunikationsform zwischen Unternehmen und Gesellschaft ?**

# Überblick

**(1) Verantwortung und das Unternehmen als Verantwortungsträger**

**(2) Inhaltliche Bestimmung der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung in einer Marktwirtschaft**

**(3) Erwägungen zur Rolle der christlichen Ethik in Bezug auf Unternehmensverantwortung**

Die folgenden Thesen stammen sämtliche aus:

Joachim Fetzer: Die Verantwortung der Unternehmung. Eine wirtschaftsethische Rekonstruktion, Gütersloh 2004, S. 396-402.

Das Buch ist kostenfrei über [www.wirtschaftsethik.com](http://www.wirtschaftsethik.com) als Download erhältlich. Es gelten die üblichen Regeln des Urnehberschutzes.

# Verantwortung und das Unternehmen als Verantwortungsträger

**Verantwortung** bedeutet, dass ein Subjekt (näher zu bestimmen) für ein (näher zu bestimmendes Objekt) eintritt oder eintreten muss..

**Voraussetzungen** der Verantwortungszuschreibung:

Voraussetzung 1:



**Identifizierbares Subjekt (der Verantwortung) mit diachroner Identität**

Voraussetzung 2:



**Teilhabe an der menschlichen Sozialität; Sprachfähigkeit**

Voraussetzung 3:



**Keine externe Determination; innere Struktur, welche Handlungsorientierung mitbestimmt**

Voraussetzung 4:



**Veränderungsfähigkeit der orientierenden inneren Struktur**

# Verantwortung und das Unternehmen als Verantwortungsträger

**Die Kommunikation von Verantwortung setzt eine von außen wahrnehmbare diachrone Identität des in Frage stehenden Verantwortungssubjekts voraus. Wenn eine psychophysische Identität fehlt, kann und muss die diachrone Identität durch geeignete Maßnahmen gewährleistet werden.**

**Für Unternehmen und Individuen (hier trotz vorhandener Körperlichkeit) ist die Ausbildung einer verantwortungsfähigen Identität nicht Voraussetzung, sondern immer auch eine Aufgabe. In allen Fällen handelt es sich um eine Interpretationskontinuität und insofern um eine (Fremd- und Selbst-)Zuschreibung.**

Quelle: Joachim Fetzer: Die Verantwortung der Unternehmung. Eine wirtschaftsethische Rekonstruktion, Gütersloh 2004, S. 396-402.

# Verantwortung und das Unternehmen als Verantwortungsträger

**Die Kategorien der föderaltheologischen Tradition sind zur theologischen Interpretation korporativer Akteure besonders geeignet, auch dann wenn letztere sich selber nicht in christlich-theologischen Kategorien beschreiben.**

**Die innere Orientierung einer Organisation ergibt sich aus den geschichtlich geprägten und begrenzt änderbaren impliziten und expliziten Bundesregeln.**

**Diese orientieren das Handeln des korporativen Akteurs und sorgen für unterschiedliche Unternehmensreaktionen auf externe Verantwortungszuschreibungen.**

**Verantwortungsfähigkeit von Unternehmen ist Aufgabe von Management-Prozessen, nicht selten angestoßen von externen Schocks.**

Quelle: Joachim Fetzer: Die Verantwortung der Unternehmung. Eine wirtschaftsethische Rekonstruktion, Gütersloh 2004, S. 396-402.

# Inhaltliche Bestimmung der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung in einer Marktwirtschaft

**Verantwortungszuschreibungen an Unternehmen müssen – auch aus Gründen der theologischen Unterscheidung von Relativem und Absolutem – die Begrenztheit von Unternehmen in Rechnung stellen. Wenn implizit oder explizit die Lösung aller gesellschaftlichen Probleme von Unternehmen erwartet wird oder alle Missstände ihrem Wirken zugerechnet werden, werden sie faktisch in die Position Gottes erhoben.**

Quelle: Joachim Fetzer: Die Verantwortung der Unternehmung. Eine wirtschaftsethische Rekonstruktion, Gütersloh 2004, S. 396-402.

# Inhaltliche Bestimmung der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung in einer Marktwirtschaft

## Aufgabenverantwortung:

- Produktion und Distribution von Gütern und Dienstleistungen
- in effizienter und ressourcenschonender Weise;
- Entwicklung und Durchsetzung von Innovationen;
- Übernahme der entstehenden Risiken.

Die Erzielung oder Maximierung von Gewinnen ist als Verantwortungszuschreibung an Unternehmen nicht unmittelbar sinnvoll. Mittelbar ist Gewinnerzielung ein guter Gradmesser für die ethisch begründbare Aufgabenerfüllung und ein wichtiges Feedbackinstrument.

Quelle: Joachim Fetzer: Die Verantwortung der Unternehmung. Eine wirtschaftsethische Rekonstruktion, Gütersloh 2004, S. 396-402.

# Inhaltliche Bestimmung der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung in einer Marktwirtschaft

**Die Funktion der Gewinne, Indikatoren erfolgreicher Verantwortungsübernahme zu sein, setzt spezifische (wettbewerbliche) Rahmenordnungen voraus.**

**Dass diese Voraussetzungen nie vollständig vorliegen, ist als solches in einer unvollkommenen Welt kein Argument gegen die Orientierung am Gewinnprinzip, sondern ein Argument gegen dessen Verabsolutierung und für die Mitverantwortung von Unternehmen zur Weiterentwicklung der Rahmenordnungen.**

Quelle: Joachim Fetzer: Die Verantwortung der Unternehmung. Eine wirtschaftsethische Rekonstruktion, Gütersloh 2004, S. 396-402.

# Inhaltliche Bestimmung der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung in einer Marktwirtschaft

**Die begleitende Reflexion auf die Legitimität des eigenen Handelns gehört – als Verantwortung für die eigene Identität – zu den Verantwortungsdimensionen von Individuen wie Unternehmen und kann nicht prinzipiell an „den Markt, die Politik, die anderen“ abgeschoben werden.**

**Die Legitimität der Unternehmenshandlungen hängt jedoch nicht von dieser Reflexion oder gar ihrer fortwährenden Kommunikation ab.**

**Eine unumgängliche Herausforderung wird diese Selbstbestimmung zur Verantwortung von Unternehmen unter Bedingungen zunehmender Globalisierung.**

Quelle: Joachim Fetzer: Die Verantwortung der Unternehmung. Eine wirtschaftsethische Rekonstruktion, Gütersloh 2004, S. 396-402.

# Erwägungen zur Rolle der christlichen Ethik in Bezug auf Unternehmensverantwortung

**In den unterschiedlichen Antworten auf die Frage, ob sich ernst gemeinte Corporate Social Responsibility, ob sich die Investition in ein fundiertes Wertemanagementsystem „lohnt“, kommt auch eine argumentativ unterstützbare, aber nicht mehr beweis- oder widerlegbare bestimmende Weltsicht zum Ausdruck.**

**Religiöse Deutungen der Gesellschaft, der Kultur und Geschichte, kurz: „der Welt“, können – sofern kulturprägend – die Entwicklung freiwillig übernommener Unternehmensverantwortung unterstützen (oder auch behindern). Als Interpretationsgemeinschaften tragen Kirchen Mitverantwortung für die Ausbildung und Verbreitung solcher Interpretationsschemata, welche konsistente Verantwortungszuschreibung und –übernahme ermöglichen. Nicht alle Interpretationsschemata sind dafür gleich gut geeignet.**

Quelle: Joachim Fetzer: Die Verantwortung der Unternehmung. Eine wirtschaftsethische Rekonstruktion, Gütersloh 2004, S. 396-402.

# Erwägungen zur Rolle der christlichen Ethik in Bezug auf Unternehmensverantwortung

**„Das Spezifische der christlichen Ethik liegt nicht in den Maximen ... Es liegt ... nicht einmal bei den Kriterien. Letztlich liegt es darin, dass die Glaubenshumanität mit ihrer Ethik nie bloß Ethik ist, nie bloß ein reflektiertes Sollen, ..., sondern ein geschenktes Sein, das aus dem Kommenden stammt. ...**

**Christliche Ethik ... ist immer auch und wesentlich Gebot, Anruf zum Tun des Gerechten in der Welt. Aber sie ist Gebot im Horizont der guten Botschaft, von der alles lebt.“**

Quelle: Arthur Rich, Wirtschaftsethik, Bd. 1, 3. Aufl., S. 242f.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

**DNWE-Jahrestagung 2010:**

**Religion – Störfaktor oder Ressource  
für die Wirtschaft?**

19.-20. März 2009

Bonn

Internet: [www.dnwe.de](http://www.dnwe.de)