

Buchbesprechung

Wirtschaften geht auch anders

Stefan Federbusch ofm

Beim vorliegenden Werk des Kapuziners Thomas Dienberg handelt es sich um „den ersten Band der Reihe „Die Herausforderungen der Gegenwart und Spiritualität“ (17) des Kompetenzzentrums für christliche Spiritualität IUNCTUS in Münster. Dies ist allerdings weder über das Cover noch über die Innenseiten des Buches erkennbar, sondern findet seine Erwähnung lediglich im Vorwort. Es soll eine Reihe von Publikationen eröffnen, „die sich mit Gegenwartsfragen auseinandersetzen und sie mit der christlichen Spiritualität in Beziehung setzen“ (9).

Es geht dem Autor um den Zusammenhang von Wirtschaft und Ethik, in dem Spiritualität ein wichtiges Bindeglied darstelle; eine Einladung, Wirtschaft anders zu denken und in einem anderen Kontext zu reflektieren. „Das Buch richtet sich an Menschen, die sich kritisch mit den Strömungen der Zeit auseinandersetzen und sich auf die Suche nach einer Spiritualität in ihrem Alltag begeben haben. Es ist bewusst keine akademische Auseinandersetzung mit Theorien oder theologischen sowie ökonomischen Grundsätzen. Es soll eine Reflexionshilfe sein und Anregungen geben“ (9-10). Das Werk zielt keine neue Wirtschaftsethik an, sondern soll helfen, „den eigenen Alltag zu reflektieren, Wirtschaft, Business und Führung kritisch zu hinterfragen und durch einen anderen Blick Impulse für das eigene Leben und die eigene Praxis zu gewinnen. Es ist kein theologischer Entwurf einer spiritualitätstheologischen Wirtschaftsethik, es ist keine ‚praktische Theologie des Business‘. Gedankensplitter, Anmerkungen und Fragen prägen das Buch, gemeinsam mit einem Blick, der versucht, die Gegenwart und die Vergangenheit zu verbinden und die Spiritualität als ein Desiderat in dem Dialog von Wirtschaft und Ethik zu verorten“ (19). Da das Werk im Verlag Katholisches Bibelwerk erschienen ist, scheint mir letztlich nicht ganz klar, an welche Zielgruppe es sich richtet, ob es Verantwortliche in der Wirtschaft tatsächlich erreicht.

In einem 1. Kapitel werden die drei Hauptfaktoren Wirtschaft, Ethik und Spiritualität unter der Überschrift „Blitzlichter, Schlagworte und Perspektiven“ beleuchtet (21-68). Das 2. Kapitel stellt den wegweisenden Impuls der katholischen Soziallehre vor (69-84), das 3. Kapitel die Bedeutung der Spiritualität (85-160). Das 4. Kapitel versammelt dann Quellentexte und Impulse (161-203). Eine Literaturliste rundet das Werk ab (204-208).

Im ersten Kapitel wird die Frage nach der Corporate Social Responsibility, der unternehmerischen Sozialverantwortung gestellt (33). Dazu bedarf es der Diskussion und Definition des Wertbegriffs, da Werte jeweils kontextuell und individuell bestimmbar sind (vgl. 25). Die Notwendigkeit einer neuen Wirtschaftsethik wird an vielen aktuellen Beispielen aufgezeigt: am Abgasskandal bei VW (11 ff.; 35 f.), am FIFA-Skandal (13 ff.; 26 ff.), an Nokia (36 f.), an Helios (38 ff.), am Rückzug der Familie Rockefeller aus dem Ölriesen Exxon Mobil (45 ff.), an der SuperBio-Markt-Kette (48 ff.), am französischen Sportartikelhersteller Decathlon (50 ff.). „Was hilft eine neue Bescheidenheit oder Compliance?“ stellt sich daher die Frage, wenn die Unternehmen ihren eigenen Wertekodex nicht einhalten. Es braucht Transparenz und Kontrolle, ohne dass dies zu einem Verlust von Kreativität und Innovationsbereitschaft führt. Compliance setzt bei der Führungsebene an, denn: „Der Fisch stinkt vom Kopf“ (56). Im Sinne von „Selbstführung“ sollte das Selbstbild in Richtung „Bescheidenheit und Demut“ (57) gehen. „Menschliche Dimensionen wie Vertrauen, Wertschätzung und Respekt sind in diesem Zusammenhang weitaus wichtiger... als

monetäre oder materielle Anreize“ (57). Der Führende steht hier in einer zunehmenden Spannung zwischen gutem Personalmanagement und ökonomischer Verantwortung. Er ist ebenso der Gesellschaft und dem Gemeinwohl verpflichtet. Eine Anfrage an das eigene Menschenbild der Führungskraft: „Wie sieht sie sich, wie sieht sie den Menschen und wie begegnet sie ihm? Man kann wohl sagen: Wer sich selbst nicht liebt, kann auch schwerlich den anderen lieben – und wer den Menschen nicht liebt, sollte wohl lieber keinen Führungsposten annehmen“ (59). Eine gute Führung verbindet wirtschaftlichen Erfolg, systemisches Denken und Menschenkenntnis miteinander. Zudem bedarf sie der Empathie, deren Grenzen aber deutlich benannt werden. Abschließend erörtert der Autor die Frage, ob Wirtschaftsethik als Reflexionskategorie nicht etwas für Träumer und Unverbesserliche ist. In der Ausbildung von Managern kommt sie oft nicht vor. Unterschieden wird häufig zwischen Mitarbeiterführung, in der Ethik eine Rolle spielt, und Unternehmensführung, die auf den Profit zielt. Beides gehört für den Autor zusammen. Hinzu kommt die Dimension der sozialen Verantwortung, die auch die Frage der Nachhaltigkeit und der Ökologie impliziert. Das zentrale Thema jedweder Form von Wirtschaftsethik, ob mit dem Focus auf Unternehmensführung, Personalführung oder Nachhaltigkeitsführung, liegt in ihrem Aspekt der Beziehung und Beziehungsgestaltung... Das Stichwort schlechthin lautet: being connected, verbunden sein“ (66-67).

Im 2. Kapitel wird auf die 7 Prinzipien der katholischen Soziallehre verwiesen: Personalprinzip, Solidaritätsprinzip, Subsidiaritätsprinzip, Soziale Gerechtigkeit, Option für die Armen, Gemeinwohl aller sowie Nachhaltigkeit. Zitiert wird Papst Franziskus, für den neben dem Zugang zum Gesundheits- und zum Bildungswesen die drei „T“s gehören: Tierra (Land), Techo (Dach / Wohnung) und Trabajo (Arbeit). Er fordert ein, die Wirtschaft in den Dienst der Völker zu stellen, die Völker auf dem Weg der Gerechtigkeit und des Friedens zu vereinen sowie die Verteidigung der Mutter Erde (vgl. die Enzyklika Laudato si). Wie eine Konkretion aussehen könnte, zeigt das Dokument „Zum Unternehmer berufen! Eine Ermutigung für Führungskräfte in der Wirtschaft“ von 2012 mit dem Dreischritt von Sehen, Urteilen und Handeln.

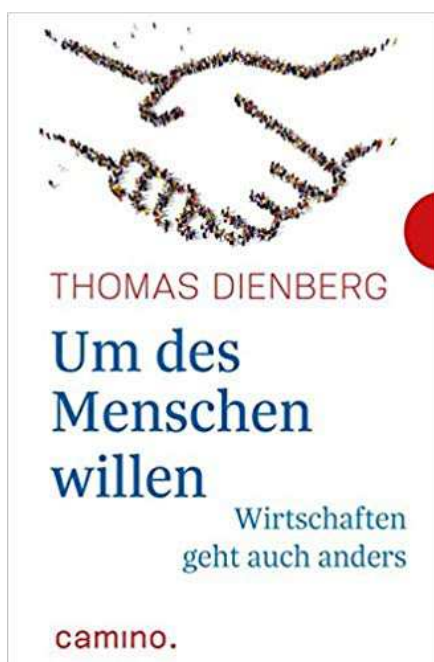
Das dritte Kapitel geht zunächst der Frage einer Definition von Spiritualität nach. Es gibt viele verschiedene Spiritualitäten auch innerhalb der einen christlichen Spiritualität. Sie kann verstanden werden als Synonym für die christliche Existenz. „Spiritualität ist die fortwährende Umformung eines Menschen in leidenschaftlicher und engagierter Beziehung zur Welt, zum Menschen und zu Gott (dem Unverfügbaren“ (91). Es werden dann einige spirituelle Schulen und Gestalten in den Blick genommen, um sie auf Impulse für eine Wirtschaftsethik abzuklopfen. Gewählt wurden: „Practical Wisdom“ (95-97), die Wüstenväter (98-103), Benedikt von Nursia (103-109), Franziskus von Assisi (109-119), Ignatius von Loyola (119-125), Katharina von Siena (125-130). Als Quintessenz wird deutlich, dass es beim „guten, anderen Wirtschaften nicht um Methoden und Techniken geht, sondern um Grundtugenden und Grundhaltungen des Lebens, die sich aus einer tiefen Spiritualität heraus ergeben“ (130). Für Thomas Dienberg kann Spiritualität in Zeiten großer Verunsicherung und schneller Veränderungen für Stabilität sorgen, Ethik dagegen nicht (vgl. 132). Dies u.a. deshalb, weil der Führende sein Leben nicht nur vom Erfolg, von Effizienz und Leistung her definiert, „sondern von tieferen Werten und Abhängigkeiten, die ihm eine notwendige Frustrationstoleranz verleihen“ (132-133). Da es bei christlicher Spiritualität immer um Umformungsprozesse geht, werden die unterschiedlichen Implikationen von „Veränderung“ und „Verwandlung“ diskutiert. Wirtschaftlich bedeutet dies die Notwendigkeit einer kreativen Innovationskultur.

Erörtert wird schließlich die Frage, ob sich Spiritualität lediglich auf den Einzelnen bezieht oder auch durch eine ganze Organisation und Institution praktiziert werden kann. „Die Spiritualitätsperspektive im Management lenkt den Blick weg von der Verzweckung und der Mittel-Zweck-Perspektive hin zu der Suche nach Sinn, Identität und darin dann nach Erfolg“ (140). Im Sinne einer „Corporate Identity“ profiliert Spiritualität eine Organisation. Als fundamentale Haltung und Seinsweise, als „Grundexistential

jedes Menschen“ (142) durchdringt sie alle Bereiche eines Unternehmens und bewirkt einen bestimmten „Geist“, ein Klima, eine Atmosphäre. Bei der Gestaltung „heiliger Räume“ gehe es „nicht zwangsläufig um Religion und religiöse Spiritualität, sondern um die Sehnsucht im Menschen nach dem Mehr, dem anderen, dem, was im Leben trägt und dem Leben einen Sinn verleiht“ (143). Angezielt werden sollte, die Vielfalt der Spiritualitäten der Mitarbeitenden zu fördern durch „Wertschätzung, Vertrauen und Zutrauen, Freiheit und Förderung von Kreativität und Innovationsbereitschaft, Respekt und Ehrfurcht voreinander“ (144-145). Als praktische Umsetzung wird auf die „Ökonomie der Gemeinschaft“ verwiesen, die ihren Ursprung in der Fokular-Bewegung hat. „Wirtschaft um des Menschen willen, das bedeutet nichts anderes als die Pflege der Beziehungen in einem Unternehmen, mit dem gesellschaftlichen Kontext, den Kunden, den Zulieferern“ (157-158). Das „being connected“ mit den Dimensionen „innere Umkehr“ und „Beziehungskultur“ ist die Basis für soziales Unternehmertum und Nachhaltigkeit. Wichtig scheint mir, dass es letztlich nicht um eine rein private, individualistische Spiritualität geht, sondern um das Bewusstsein für „politische Prozesse, um die „Option für die Armen, ein Bewusstsein von Verlinkung in der globalisierten Welt und das Wissen um die Zusammenhänge von Produktion, Konsum und den Wirtschaftsverlierern... Die Fragen der Gerechtigkeit und Fairness, der gerechten Güterverteilung, der Solidarität und des Zugangs aller zu den Gütern der Welt sind treibende Dimensionen der katholischen Soziallehre und der verschiedenen Schulen der Spiritualität... Alle sollen an der Fülle des Lebens teilhaben können, das ist der Kernsatz einer Spiritualität des „being connected“ (158).

Die Quellentexte und Impulse des vierten Kapitels beinhalten Akzente der Wüstenväter, von Franz von Assisi, Madeleine Delbrel, Dag Hammarskjöld, Katharina von Siena, Teresa von Avila, Benedikt von Nursia, Franz von Sales, Fulbert Steffensky, Ignatius von Loyola sowie Papst Franziskus.

Alles in Allem wichtige Gedankenanstöße zu einer solidarischen Ökonomie – Um des Menschen willen!



Bibliografie

Thomas Dienberg
Um des Menschen willen
Wirtschaften geht auch anders
Camino, Katholisches Bibelwerk,
Stuttgart 2016
ISBN 978-3-460-50038-8
Preis: 16,95 Euro