

Christliche Business Ethics für die Start-up-Kultur

Jung, hip, kreativ, lässig und ehrgeizig – so könnte man die urbane Start-up-Kultur beschreiben, die sich in den letzten Jahren auch in Deutschland herausgebildet hat. Start-ups wollen „abstarten“: Mit einer idealerweise innovativen Geschäftsidee ausgestattete Start-up-Gründer trachten danach, im Geiste des Silicon Valley möglichst schnell in die Gewinnzone durchzustößen, damit ihr frisches Unternehmen wächst und gedeiht und sich der Unternehmenswert schnell vervielfacht.

Und warum auch nicht? Die Gesellschaft braucht junge Gründer, braucht unternehmenslustige und risikobereite Verantwortungsträger. Als Unternehmer aus Eigennutz Profit zu erzielen, ist ethisch und sozial – so das Credo des verstorbenen stramm liberalen Ökonomen Milton Friedman und seiner Anhänger. Social Entrepreneurship funktioniert demnach nur mit Gewinnorientierung als Leitziel – es zu erreichen spornt Unternehmer dazu an, Kundenwünsche zu erfüllen, Innovation voranzutreiben und damit Markt und Menschen mit guten Gütern und Dienstleistungen zu beglücken. Profitorientierung per se als unethisch zu verdammen, bedeutet dagegen nichts weniger als den wettbewerblichen Motor der So-

zialen Marktwirtschaft und ihre Wohlstandsproduktion gefährlich zum Stottern zu bringen. Gerade in Zeiten einer neuen Weltwirtschaftskrise durch Corona wäre das fatal.

Doch reicht das? Nicht so ganz, lässt sich auf Basis der Katholischen Soziallehre entgegenen. Gewiss, die kirchliche Sozialverkündigung ist der Stellung des freien Unternehmertums lange nicht gerecht geworden; erst Papst Johannes Paul II. würdigt 1991 „die Bedeutung der wirtschaftlichen Initiative“ (Nr. 32) in seiner Sozialenzyklika „Centesimus annus“ in wünschenswerter Deutlichkeit. Dennoch haben auch die üblichen ethischen Mahnungen ihre Berechtigung; es gilt das bewährte katholische „et – et“: sowohl



Impulsgeber

Lars Schäfers

Mag. theol. Lars Schäfers, 1988 geboren in Wuppertal, ist katholischer Theologe und Wissenschaftlicher Referent der Katholischen Sozialwissenschaftlichen Zentralstelle (KSZ) in Mönchengladbach sowie wissenschaftlicher Mitarbeiter am Seminar für Christliche Gesellschaftslehre an der Katholisch-Theologischen Fakultät der Universität Bonn. Auch macht er selbst bereits seit Studienzeiten im Nebenerwerb eigene Erfahrungen als Selbstständiger in Journalismus und digitaler Öffentlichkeitsarbeit unter der Marke „Worte mit Wert“.



Wertschätzung wohlstandsschaffenden Unternehmergeistes als auch Mementos zur Rücksicht gegenüber sozialen und ökologischen Belangen. Eine besonders dunkle Kehrseite der Start-up-Szene sind etwa die maßlosen Leistungserwartungen an junge, selbstaussbeuterische Mitarbeiter bei minimalem Gehalt, getarnt durch eine freizeilig-kumpelhafte Lässigkeitskultur auf Basis eines überbetonten Wir-Gefühls am klischeehaften Kickertisch. Hier zeigt sich die mangelnde Sozialverträglichkeit einer geschmeidig getarnten Fixierung auf den in der Start-up-Szene „Exit“ genannten, gewinnträchtigen Ausstieg von Investoren oder Gründern aus der Firma. Man muss aber weder heuchelnder Wolf im Schafspelz noch bekennend skrupelloses Schwein sein, um unternehmerischen Erfolg zu haben.

Schon Kardinal Höffner warnte vor dem „totalen Unternehmer“, der dem Gewinn-Götzen alles andere unterordnet. Gerade für junge Gründer mit ihren 80 plus x Wochenstunden Arbeitseifer im Dienste des Start-ups ist die Verabsolutierung ihres Schaffens eine beständige Versuchung. Ihr zu widerstehen und dabei trotzdem profitabel sein, geht aber nicht ohne ethische Orientierung. Das erkennt man dank

des Wirtschaftsethikbooms nach der Finanzkrise in immer mehr CEO-Büros – auch der Start-ups. „Business Ethics“ heißt der sich hierzu anbietende, aus den USA stammende Trend einer mondänen Moral, wie sie seither hochpreisigen Managerseminaren gelehrt und in schicken Ethikkodizes festgeschrieben wird. Doch reicht das?

Die heute durch quasireligiöse Managementratgeber als ein neuer Geist des Kapitalismus propagierte und durch Achtsamkeits- und Meditationsaufrufe minimalspirituell flankierte „Verberuflichung der Sinnstiftung“ (Michael Vollstädt) ist aus christlicher Perspektive auf Gott und den umfassenderen Sinnhorizont des Glaubens hin zu relativieren. Gegen Kapitalismus als Religionsersatz hilft nur das Original. Damit junge Unternehmer ein entsprechendes Ethos auch praktisch entfalten und dem Evangelium im Geschäftsalltag treu bleiben können, ist religiös-ethische Bildung essenziell. Ein besonderes Beispiel für die Vermittlung entsprechend christlich fundierter Business Ethics an die Generation Y und Z ist das Erasmus-Projekt „Youth for Entrepreneurship and Business Ethics“ (YEBE). Dieses von der EU geförderte und vom Bund Katholischer Unternehmer

(BKU) koordinierte, inzwischen abgeschlossene Projekt hat ein Trainingsprogramm zur Förderung ethischer Führungskompetenzen in engem Bezug zur Katholischen Soziallehre sowie zur ordnungsethischen Idee der Sozialen Marktwirtschaft entwickelt. Dieses Projekt zeigt beispielhaft, dass gerade die katholischen Sozialverbände bei der Vermittlung einer christlich imprägnierten Wirtschaftsethik Chancen nutzen sollten. Wo das traditionelle wirtschaftsmoralische Leitbild des „ehrbaren Kaufmanns“ jungen Menschen als zu altmodisch erscheint, bietet der im Rahmen von YEBE entwickelte „Code of Business Ethics“ überdies ein modernisiertes, jugendgerechtes Leitbild verantwortlichen Handelns in der Wirtschaft, das die jungen Menschen selbst kreiert haben. Nicht zuletzt ist die Orientierung an einem klaren ethischen Kompass auch eine Frage der Reputation und damit einer christlichen Unternehmeridentität, der Integrität bescheinigt werden kann. Und die ist wiederum sicher nicht schlecht fürs Geschäft.