

Früchte des Metaprofits

VON CRISTIAN R. LOZA ADAUI

Organisationen, die keine wirtschaftlichen Gewinnziele verfolgen, sind keine Neuheit. In der Tat ist die normale Art und Weise des Wirtschaftens nicht nur – oder nicht immer nur – der bloße Ausdruck von ökonomischer Eigennützigkeit. Klöster, Schulen, Universitäten, Krankenhäuser, Genossenschaften, Stiftungen et cetera, sind Organisationen, die zu gemeinnützigen Zwecken gegründet worden sind, die aber gleichzeitig „profitabel“ sein sollten, um im Laufe der Zeit überleben zu können.



Cristian R. Loza Adauí.

Foto: priv.

Selbst wenn von Unternehmen im engeren Sinne gesprochen wird, ist es nicht immer gegeben, dass Profitmaximierung der einzige verfolgte Zweck ist. Hierfür reicht es, die große Zahl von Managern kleiner und mittlerer Unternehmen oder die Leiter der vielen bestehenden Familienunternehmen – die, zusammengenommen, sicherlich ein wichtiger Teil der Wirtschaft sind –, zu den Zielsetzungen ihrer Handlungen zu fragen.

Die Entstehung der sogenannten „Social Entrepreneurs“, Unternehmer, die als Hauptziel ihrer Organisationen eine direkte Lösung von sozialen Problemen wie Armut, Umweltverschmutzung, Diskriminierung et cetera setzen, sind auch ein klares Beispiel dafür, dass die verschiedenen unternehmerischen „Ziele“ nicht auf den Aspekt der Gewinnerzielung reduziert werden können.

Es kann auch nicht darum gehen, die Profitmaximierung, als Merkmal unternehmerischer Tätigkeit, zu dämonisieren, als ob sie die Ursache der gesell-

schaftlichen Missstände, des Individualismus und des menschlichen Egoismus wäre. Vielmehr sollte sich der Verständnishorizont des organisatorischen Lebens erweitern, um die Begrenzung der Kategorien zu überwinden.

Die Vielfältigkeit der organisatorischen Formen und Zwecke in Organisationen ist eine Bestätigung der Ausführungen Papst Benedikts XVI.: „Betrachtet man die mit der Beziehung zwischen Unternehmen und Ethik befassten Themenbereiche sowie die Entwicklung, die das Produktionssystem durchmacht, so scheint es, dass die bisher allgemein verbreitete Unterscheidung zwischen gewinnorientierten (profit) Unternehmen und nicht gewinnorientierten (non profit) Organisationen nicht mehr imstande ist, über die tatsächliche Situation vollständig Rechenschaft zu geben oder zukünftige Entwicklungen effektiv zu gestalten“ (Caritas in veritate, n. 46).

Auf der einen Seite scheint die Identifikation zwischen Unternehmen und Profitmaximierung ideologisch zu sein. Auf der anderen Seite wird die verlorene Fähigkeit der Kategorien Profit und Non-Profit zur Beschreibung verschiedener Organisationen deutlich.

In diesem Sinne stellt sich die Frage was das „letztendliche Ziel“ von Managern und Unternehmern in einer Organisation ist und was sie „über den“ wirtschaftlichen Nutzen hinaus erzielen wollen? Diese Fragen bringen uns näher an die Realität der Unternehmen.

Wir dürfen nicht vergessen, dass nicht so sehr der Profit, sondern vielmehr der Metaprofit einige christliche Unternehmer, wie zum Beispiel Franz Brandts (1834–1914), dazu veranlasste, organisatorische Innovationen und soziale Wohlfahrtseinrichtungen für seine Mitarbeiter zu schaffen, noch vor der Publikation der Enzyklika Rerum novarum (1891) und der Entstehung der modernen christlichen Soziallehre. Ebenso dürfen wir nicht vergessen, dass die ersten Erfahrungen im Bereich der Sozialethik von Franz Hitze, dem ersten Professor für Christliche Gesellschaftslehre in Deutschland – und vielleicht in der ganzen Welt –, in seiner Zusammenarbeit mit einem gewissen Franz Brandts, einem Unternehmer, gemacht wurden.

Manchmal erzeugt das Transzendente immanente Ergebnisse.

Der Autor ist Doktorand an der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und Mitglied des International Observatory Card. Van Thuân for the Social Doctrine of the Church.