

Pressestimmen

Börsen-Zeitung

Zeitung für die Finanzmärkte

» Streit über Europas Bankenaufsicht – Verbände wettern gegen Barnier

(...) Stephan Götzl, Präsident des Genossenschaftsverbands Bayern (GVB), hält es für notwendig, dass das Europäische Parlament mit in die Entscheidung über eine zentrale Bankenaufsicht einbezogen wird: „Die Abgeordneten müssen den Irrsinn von Barnier stoppen.“ (...) «

Börsen-Zeitung • 13. 9. 2012

Münchner Merkur

Münchner Zeitung

» Deutsche Sparer sollen für EU-Banken haften

(...) Auch die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken laufen Sturm gegen die Pläne von EU-Kommissar Michel Barnier. Der Präsident des Genossenschaftsverbands Bayern, Stephan Götzl, forderte das Europäische Parlament zum Eingreifen auf. (...) Die EZB solle nur international tätige Großbanken kontrollieren. Regionalinstitute dagegen sollten weiter von der deutschen Finanzaufsicht überwacht werden. Sonst drohe deren bewährtes Geschäftsmodell vom internationalen Banking verdrängt zu werden, sagte Götzl. (...) «

Münchner Merkur • 13. 9. 2012



» EU-Barroso: Banken an die Kandare!

(...) Der Genossenschaftsverband Bayern sprach von einem „Irrsinn“, dass auch regionale Banken unter EZB-Aufsicht kommen sollen. Hier habe sich die deutsche Aufsicht alleine bewährt. Es müsse verhindert werden, dass die EU-Kommission ihren Einflussbereich ohne demokratische Kontrolle vergrößert, sagte Verbandspräsident Stephan Götzl. (...) «

tz • 13. 9. 2012

NZ NURNBERGER ZEITUNG

» Gegenwind für Superaufsicht

(...) Der Präsident des Genossenschaftsverbands Bayern, Stephan Götzl, forderte das Europäische Parlament zum Eingreifen auf: „Die Abgeordneten müssen den Irrsinn stoppen“, sagte Götzl (...) in München. (...) «

Nürnberger Zeitung • 13. 9. 2012

Bayerische Gemeindezeitung

Kommunales politisches, rechtliches, technisches, privates

» Götzl nimmt Bundesregierung in die Pflicht

(...) Zudem verweist Götzl darauf, dass mehr als ein Drittel der von der EZB zu beaufsichtigenden Banken deutsche Institute seien, wenn sich Barnier mit seinem Vorhaben durchsetzt. „Deutschland wäre damit der von der EZB-Aufsicht am stärksten betroffene Bankenmarkt. Und das, obwohl er der stabilste in der Euro-Zone ist sowie im Verhältnis die geringste Anzahl systemrelevanter Banken hat. Angesichts dieser Fakten sind die Pläne Barniers rational nicht nachvollziehbar.“ (...) «

Bayerische Gemeindezeitung • 13. 9. 2012

Vom Staubfuß

Der Wertekatalog der Kaufmannschaft war über die Jahrhunderte großen Verän



Händler in Danzig: Im späten Mittelalter bildeten reiche Kaufherren die Oberschicht in den Städten.

Vertrauen ist die Grundlage des Handels. Nur wer seinem Gegenüber darin vertraut, nicht übervorteilt zu werden, verkauft ihm seine Güter oder kauft ihm Waren ab. Von daher sollte man also annehmen, dass Kaufleute seit jeher als besonders ehrbarer Menschenschlag wahrgenommen wurden. Das war allerdings nicht immer so. Händler galten in der Antike und im frühen Mittelalter als das Gegenteil eines vertrauenswürdigen Menschen. Sie seien zum Beispiel immer auf ihren eigenen Vorteil bedacht, betrieben nicht selten Falschmünzerei, einige seien gar mit dem Teufel im Bunde, so das gängige Bild der einfachen Leute. „Staubfüße“ war ein mittelalterliches Schimpfwort für Kaufleute. Demnach galten sie zumindest außerhalb ihrer eigenen Heimatstädte als nicht viel mehr wert als fahrendes Volk. Sie rangierten damit nahezu auf einer Stufe mit Söldnern, Gauklern und anderem fahrendem Volk.

Dies führte zur Herausbildung des sogenannten Repressalienrechts: Hatte ein

Kaufmann bei einem Bürger Schulden, konnte dieser von einem x-beliebigen anderen Händler die Herausgabe des Geldes verlangen. Der Händler erhielt dafür einen Schuldschein, den er wiederum beim eigentlichen Schuldner einlösen konnte. In einer Zeit, in der Überweisungen oder Telefone noch lange nicht erfunden waren und Dispute oft per Gottesurteil entschieden wurden, war diese Rechtslage eine existenzielle Bedrohung für Händler.

Aus diesem Grund schlossen sich Kaufleute im Hochmittelalter zu Gilden zusammen und kontrollierten gegenseitig ihre „Ehrbarkeit“. Diese beruhte zunächst vor allem auf einem Grundsatz: Ehrlichkeit gegenüber den Handelspartnern. Auf diese Weise wollte man verhindern, dass Städter ihre „Repressalien“ verlangten.

Der wahre und gute Kaufmann

Ab dem 13. Jahrhundert fanden sich in Italien die ersten Bücher, die ein Leitbild

zum Patrizier

derungen unterworfen: Nur das Prinzip „Treu und Glauben“ blieb unangetastet

des „wahren und guten Kaufmanns“ darlegten. Ihr Schwerpunkt lag vor allem auf den handwerklichen Aspekten des Händlerberufs, dennoch enthalten viele Werke auch Tugendkataloge. Diese verlangen eine gute Reputation, Frömmigkeit und Höflichkeit sowie gute Erscheinung und Erziehung. Gott spielte eine wichtige Rolle und wurde sogar als dritter Partner in Verträgen genannt.

Mit dem Aufstieg der Hanse wurden die Fernhändler und Kaufherren in vielen Städten Deutschlands zur wichtigsten Bürgerschicht. Das Leitbild des ehrbaren Kaufmanns, das weitgehend von den Italienern übernommen wurde, prägte ihr Handeln. In vielen Städten schlossen sich die Kaufleute zusammen, wie zum Beispiel 1517 in Hamburg im „gemeinen Kopman“.

Die mittlerweile unter dem Namen „Versammlung Eines ehrbaren Kaufmanns zu Hamburg“ firmierende Gesellschaft besteht bis heute. In ihrem Leitbild, das sich auf die mittelalterlichen Traditionen beruft, stehen Weltoffenheit, ehrbares Handeln und kaufmännisches Urteilsvermögen im Mittelpunkt. Und genossenschaftliche Werte wie Selbstverwaltung und Selbstverantwortung.

Während die reichen Kaufleute die Spitze der städtischen Ständeordnung bildeten, galt der Kaufmannsberuf im späten Mittelalter nicht zwangsweise als vollkommen ehrbare Angelegenheit. Die Spuren dieser Zeit finden sich bis heute in der deutschen Spra-

che wieder: Die „Krämerseele“ beschreibt vermeintliche Kleingeister. In der Sozialhierarchie nochmal eine Stufe tiefer als kleine Ladenbesitzer standen die Hausierer und Bauchladenverkäufer: die Höcker („verhökern“). Ihr Treiben ist bis heute stigmatisiert. Sogar der Begriff „Händler“ ist nicht unbelastet: Bei wem kauft man wohl eher seinen Neuwagen: Beim „Automobilkaufmann“ oder beim „Autohändler“?

Über die Jahrhunderte war das Bild des ehrbaren Kaufmanns einem steten Wandel unterworfen. Seit dem 17. Jahrhundert verschwand mehr und mehr Frömmigkeit aus dem Katalog der Kaufmannstugenden. Beibehalten wurde dagegen der Primat von „Treu und Glauben“, der die Kreditwürdigkeit eines



Industriearbeiter: Im 19. Jahrhundert übernahmen Unternehmer das Leitbild des ehrbaren Kaufmanns. Fotos (2): Wikipedia

Pressestimmen

BSZ Bayerische Staatszeitung
und Bayerischer Staatsanzeiger

» Bayern lehnt EU-Bankenpläne ab

(...) Auch die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken laufen Sturm gegen die Pläne von EU-Kommissar Michel Barnier. (...) „Regionalinstitute wie Sparkassen, Volksbanken und Raiffeisenbanken (...) sollten weiter von der deutschen Finanzaufsicht überwacht werden. Sonst drohe deren bewährtes Geschäftsmodell vom angelsächsisch geprägten internationalen Banking verdrängt zu werden, sagte Götzl.“ (...) «

Bayerische Staatszeitung • 14. 9. 2012

Frankenpost

» Die Kleinen stellen Bedingungen

(...) „Wir brauchen endlich eine aufsichtsrechtliche Differenzierung bei den Instituten nach Größe, Geschäftsgebiet sowie Art und Risiko ihrer Geschäfte“, fordert Götzl. Die Aufsicht über Regionalinstitute wie Volksbanken und Raiffeisenbanken oder Sparkassen sollen ihm zufolge national bleiben. (...) «

Frankenpost • 21. 9. 2012

Bank intern

Der • aktuelle • kritische • anzeigefreie • Insiderreport für Banker
DÜSSELDORF • BERLIN • ZÜRICH • NEW YORK • VADUZ

» GVB

(...) In einem aktuellen Statement wendet sich Götzl nun gegen die EBA, welche die Eigenkapitalanforderungen für Mittelstandskredite nach Basel III weiterhin verschärfen möchte und damit entsprechende entgegenlaufende Bemühungen torpediert. (...) Götzl rief die europäischen Institutionen dazu auf, sich von der EBA nicht beirren zu lassen. (...) «

Bank intern • 40/2012

Czerwensky^{intern}

» Mittelstandskredite: Götzl warnt vor Verteuerung

(...) „Unsere Erfahrungen der letzten 20 Jahre bestätigen, dass die bestehenden Eigenkapitalvorgaben für unsere Firmenkredite mehr als ausreichend sind“, sagt Götzl. Eine Verknappung und Verteuerung sei deswegen sachlich nicht gerechtfertigt: „Sonst werden am Ende des Tages kleine Familienunternehmen für die Fehleinschätzungen der EBA zahlen müssen.“ «

Czerwensky intern • 28. 9. 2012

Passauer Neue Presse

» Bauern trauen Geno-Banken

(...) „Die Zahlen zeigen einmal mehr: Die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken sind zentraler Finanzierungspartner für die Landwirte in den Regionen“, sagt GVB-Präsident Stephan Götzl. (...) Gerade im Flächenstaat Bayern sei der Agrarsektor traditionell ein bedeutender Wirtschaftszweig, so Götzl: „Und seit jeher stehen die bayerischen Kreditgenossenschaften den Landwirten bei Investitionsvorhaben verlässlich zur Seite.“ «

Passauer Neue Presse • 27. 9. 2012

Pressestimmen

Frankenpost

» Mehr Kredite für Agrarbetriebe

(...) Die bayerischen Bauern stehen bei den Volksbanken und Raiffeisenbanken immer tiefer in der Kreide. Die Kredite an land- und forstwirtschaftliche Betriebe stiegen im ersten Halbjahr um 2,3 Prozent. (...) „Mit einem Marktanteil von rund 63 Prozent sind sie damit Marktführer bei Landwirtschaftskrediten“, teilte der Genossenschaftsverband Bayern (...) in München mit. «

Frankenpost • 27. 9. 2012

MAIN POST

» Firmen & Fakten

(...) „Insgesamt haben die Genossenschaftsbanken im Freistaat nun Kredite in Höhe von 5,3 Milliarden Euro an den Agrarsektor ausgereicht. Mit einem Marktanteil von rund 63 Prozent sind sie damit Marktführer bei Landwirtschaftskrediten“, teilte der Genossenschaftsverband Bayern (...) mit. «

Main Post • 27. 9. 2012

top agrar ONLINE

» Bayerische Genossenschaftsbanken Marktführer bei Agrarkrediten

Die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken konnten ihre Kreditvergabe an land- und forstwirtschaftliche Betriebe im ersten Halbjahr 2012 erneut ausweiten. Von Januar bis Juni stiegen die Ausleihungen unter den Mitgliedsbanken des (...) GVB um 119 Millionen Euro. (...) Laut GVB-Präsident Stephan Götzl konnten sie ihre Position in den vergangenen Jahren stetig ausbauen. (...) «

Top agrar online • 27. 9. 2012

Fränkischer Tag

» Meine Wende

(...) In Energiegenossenschaften schließen sich Bürger zusammen, um Fotovoltaikanlagen, Windräder oder Biogasanlagen zu errichten. (...) Laut Genossenschaftsverband Bayern wurden 2009 in Bayern 22 Energiegenossenschaften gegründet. Allein im ersten Halbjahr 2012 waren es schon 34. In Bayern gibt es insgesamt 158, in Franken 70. «

Fränkischer Tag • 19. 9. 2012

NZ NURNBERGER ZEITUNG

» Renaissance einer Rechtsform

(...) „Die Genossenschaft hat den großen Vorteil, dass sie sich nicht am schnellen monetären Vorteil orientieren muss“, erklärt Manfred Geyer, Bezirkspräsident des Genossenschaftsverbands in Mittelfranken. (...) „Wir achten darauf, dass eine Genossenschaft vielleicht nicht nur ein Jahr existiert, sondern dauerhaft funktioniert. Dazu gehört neben dem Prinzip der gegenseitigen Helfens der wirtschaftliche Erfolg – für Sozialromantiker ist das also eher nichts“, erklärt Geyer. (...) «

Nürnberger Zeitung • 22. 9. 2012

Händlers bestimmte, und weiterhin das Fundament des Leitbilds bildete. Gleichzeitig zogen neue, vom Protestantismus geprägte Werte in die Handelshäuser ein – „bürgerliche Werte“ wie Fleiß, Ordnung und Genügsamkeit.

Der Unternehmer betritt die Bühne

Im 19. Jahrhundert brachte die industrielle Revolution die nächste fundamentale Neuerung mit sich. Bis dahin fand das Wirtschaftsleben über das Zusammenspiel von Bauern, Handwerkern und Händlern statt. Nun tritt der Unternehmer auf die Bühne der Weltgeschichte. Dieser ist Gründer und Inhaber immer stärker wachsender Unternehmen, die bald die Geschicke der Wirtschaft prägen. Das Unternehmertum adaptiert die Werte der Kaufleute und erweitert diese um neue Tugenden, etwa Bildungsbefähigung und Verantwortung gegenüber den Angestellten, aber auch Autorität und Strenge. Das Ideal des „ehrbaren Unternehmers“ war geboren.

Im 20. Jahrhundert gab es die letzten großen Einschnitte für das Leitbild des ehrbaren Kaufmanns. Einerseits diskreditierte der Nationalsozialismus sowohl den Ehrbegriff als Ganzes als auch viele weitere der als kaufmännisch geltenden Werte: Pünktlichkeit, Ordnung und Fleiß. Andere Werte traten in den Vordergrund und ergänzten das Bild des Unternehmers: Solidarität, Nachhaltigkeit, Fairness. Erst seit den 90er Jahren erleben

auch die „bürgerlichen“ Werte eine Renaissance und finden zunehmend größere Aufmerksamkeit in Betrieben – besonders bei der Ausbildung.

Herausforderung Management

Andererseits tritt die Bedeutung des Unternehmens in der Gegenwart immer weiter zurück. Die Wirtschaft erlebte den Aufstieg eines neuen Akteurs: des Managers. Denn mit dem Wachstum vieler mittelständisch geprägter Unternehmen zu Weltkonzernen benötigten Unternehmer Hilfe bei der Steuerung der immer größer werdenden Betriebe.

Diese neue Figur stellte das Leitbild des ehrbaren Kaufmanns oder des ehrbaren Unternehmers vor eine große Herausforderung. Denn für den Kaufmann verhielt unehrenhaftes Verhalten den baldigen Bankrott. Das Gleiche gilt für den scheiternden Unternehmer. Management bedeutet dagegen oftmals, dass derjenige, der die Entscheidungen trifft, nicht mehr unmittelbar davon betroffen ist, wenn seine Entschlüsse falsch sind. Dem Manager gehört das Unternehmen nicht. Führt er es in die Pleite, sucht er sich einen neuen Job.

Diese Veränderung macht eine neue Unternehmensethik erforderlich. Das heißt nicht, dass das Leitbild des ehrbaren Kaufmanns für das 21. Jahrhundert nicht mehr aktuell wäre. Aber es muss klug um neue Werte und Tugenden ergänzt werden. hh

Das Titelbild: Der Kaufmann Georg Gitze



Den aktuellen Titel von „Profil“ ziert das Porträt des Hanse-Kaufmanns Georg Gitze. Entstanden ist es in England, gemalt wurde es von einem Deutschen: Hans Holbein dem Jüngeren. Um 1497 in Augsburg geboren wuchs

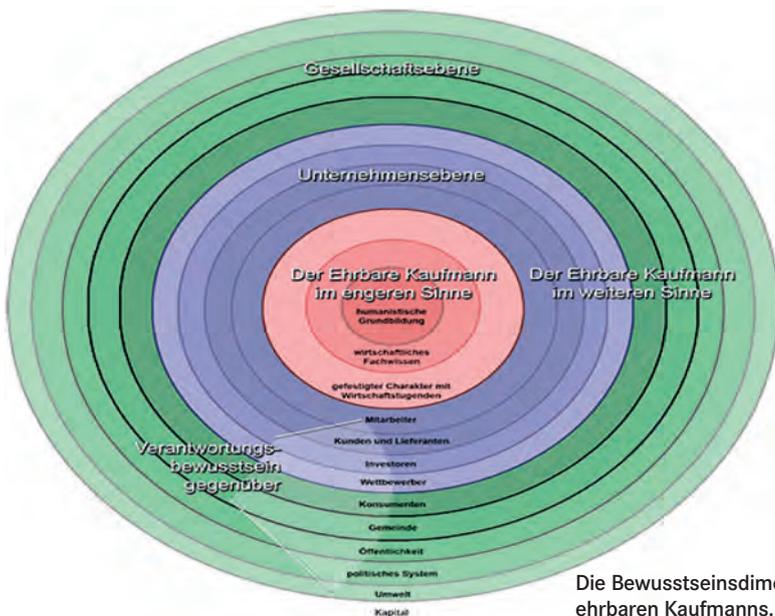
er als Kind einer bekannten Künstlerfamilie in Basel auf.

1532 ging er über Stationen in Frankreich nach London. Noch im selben Jahr entstand das Bild. Der Danziger Kaufherr Gitze hielt sich zu dieser Zeit geschäftlich in der englischen Hauptstadt auf.

Das Gemälde zeigt zahlreiche Utensilien wie Rechnungsbuch, Waage und Siegel, die symbolisch für den Kaufmannsberuf stehen. Aufgrund von Größe, Farbgebung und Detailgenauigkeit gilt Holbeins Werk, das heute in der Gemäldegalerie in Berlin hängt, als ein Höhepunkt der nordalpinen Porträtmalerei und begründete den Nachruhm des Künstlers als einer der einflussreichsten Renaissance-Maler mit. Holbein konnte sich allerdings schon zu Lebzeiten nicht über mangelnde Anerkennung beschweren: Nach einigen Auftragsarbeiten für andere Kaufherren wurde Holbein Hofmaler des wohlbeleibten und viel beweihten Heinrich VIII. von England. hh

Ein Leitbild für das 21. Jahrhundert?

Warum die Ideale, die mit dem ehrbaren Kaufmann verbunden werden, in den Zeiten von Finanz- und Wirtschaftskrise wichtiger denn je sind



Die Bewusstseinsdimensionen des ehrbaren Kaufmanns. Dargestellt im Diagramm. Foto: Wikipedia/Daniel Klink

Spieler, Spekulanten und Firmenjäger: An den Finanzmärkten und in der Realwirtschaft treiben sie ein gefährliches Spiel. Sie machen schnelle Gewinne, oftmals auf Kosten der Allgemeinheit, zum Schaden eines Unternehmens oder durch Raubbau an der Umwelt – das jedenfalls behaupten zahlreiche Medien. Politiker wiederum warnen vor Heuschrecken in Anzügen, nachdem sie selbst den gesetzlichen Rahmen für Raubtierkapitalismus gestaltet haben. Es steht offenbar schlecht um die Werte in der Wirtschaft. Aber ist das wirklich so? Regiert die Gier? Zählt das Leitbild des „ehrbaren Kaufmanns“ beziehungsweise des „ehrbaren Unternehmers“ gar nichts mehr?

Was Ehrbarkeit ausmacht

Bevor man dieser Frage nachgeht, sollte man sich darüber im Klaren sein, was das Leitbild des ehrbaren Kaufmanns heute überhaupt ausmacht. Davon haben die Kaufleute selbst ganz konkrete Vorstellungen. Die „Versammlung Eines Ehrbaren Kaufmanns zu Hamburg“ (VEEK) ist mit über 1.000 Mitgliedern die größte wirtschaftsethische Vereinigung Deutschlands. Ihr Leitbild zeichnet den ehrbaren

Kaufmann als einen Geschäftsmann mit großem Urteilsvermögen. Als Partner, dessen Handschlag gilt, und der das Prinzip von Treu und Glauben aufrechterhält. Es beschreibt zudem einen Menschen, der durch sein Handeln zum Vorbild für andere wird und gleichzeitig sicherstellt, dass Werte auch von seinen Mitarbeitern gelebt werden können.

Ein zentraler, aber entscheidender Absatz steht dabei etwas abseitig im Leitbild des Vereins – so, als schäme man sich ein wenig für ihn: Erfolg sei kein Gradmesser für Ehrbarkeit, weder im positiven noch im negativen Sinne, heißt es da. „Für den Ehrbaren Kaufmann sind die beiden Begriffe ‚Ehrbar‘ und ‚Kaufmann‘ jedoch untrennbar miteinander verbunden. Der kaufmännische Sinn für Realitäten und die Orientierung an ethischen Werten müssen zusammenspielen.“ Will heißen: Die Zahlen stehen nicht für sich – aber sie müssen stimmen.

Der Wirtschaftswissenschaftler Daniel Klink (Interview Seite 18) geht sogar einen Schritt weiter, wenn er die Bedeutung des Leitbilds umschreibt. Er sieht den ehrbaren Kaufmann beziehungsweise Unternehmer als den „Erfüllungsgehilfen der Sozialen Marktwirtschaft“, der somit

Pressestimmen



» Regionalität und Mehrwert für die Menschen

(...) Götzl: Überall dort, wo es nicht um Gewinnmaximierung geht, sondern der Mehrwert für die Menschen im Mittelpunkt steht, wo die regionale Verbundenheit und das Verantwortungsbewusstsein für die Mitmenschen Antrieb der Unternehmensgründung sind – da eignen sich Genossenschaften. All den engagierten Gründern ist es letztlich auch zu verdanken, dass schon heute 2,7 Millionen Bayern Mitglied einer der 1.200 Genossenschaften sind. «

IHK Wirtschaft • 10/2012

Passauer Neue Presse

» Weg frei für das Erlebnis Wald

(...) Der neue Walderlebnispfad im Waldstück der VR-Bank Landau (...) ist (...) von Staatsminister Brunner offiziell eröffnet worden. (...) In der Tradition von Friedrich Wilhelm Raiffeisen sieht Dr. Jürgen Gros, Pressesprecher des GVB (...), die Landauer VR-Bank: „Er hat sich seinerzeit um die Wälder in seiner Heimat (...) verdient gemacht. Nun erklärt die VR-Bank Landau uns, was jeder einzelne tun kann, damit die Wälder fit für die Zukunft werden.“ (...) «

Passauer Neue Presse • 21. 9. 2012

Straubinger Tagblatt

» Der „Raiffeisen-Hermann“ verlässt die Bühne

(...) Im Anschluss sprach der Präsident des Genossenschaftsverbands Bayern, Professor Stephan Götzl. Er bezeichnete Mirtl als „Genossenschaftsbänker von Schrot und Korn“, der durch sein nachhaltiges Wirtschaften der Bank Gesicht und Profil verliehen habe. Mirtls Strategie habe gezeigt, dass es möglich sei, auch ohne Spekulationen Erfolg zu haben, betonte Götzl. (...) «

Straubinger Tagblatt • 24. 9. 2012

Der Bayerwald-Bote

» 1.500 Euro für die Lebenshilfe

(...) Das Geld kommt von der GenoBank DonauWald und der Raiffeisen/Schulze-Delitzsch-Stiftung. Die Stiftung stellt bayernweit jährlich 35.000 Euro für derartige Projekte zur Verfügung, die durch das Mitwirken von regionalen Volksbanken und Raiffeisenbanken auf 70.000 Euro verdoppelt werden. (...) «

Der Bayerwald-Bote • 25. 9. 2012

Süddeutsche Zeitung

» Genossen-Saft

(...) Die Umwandlung eines Betriebs in eine Genossenschaft ist eher die Ausnahme, weiß Jürgen Gros. In der Regel starten Unternehmen in dieser Rechtsform: 2010 waren es in Bayern 53 Firmen, 2011 waren es 51. Der Sprecher des Genossenschaftsverbandes Bayern sieht in der Umwandlung ein interessantes Zukunftsmodell: „Wegen der vielen anstehenden Betriebsübergaben ist diese Möglichkeit vor allem für Firmeninhaber interessant, die keinen Nachfolger haben.“ (...) «

Süddeutsche Zeitung • 29. 9. 2012

für das Prosperieren der Wirtschaft als Ganzes unerlässlich ist.

Bei der Frage, was den ehrbaren Kaufmann ausmacht, unterscheidet Forscher Klink zwischen dem ehrbaren Kaufmann als Person und als handelndem Subjekt. Als Person hat der ehrbare Kaufmann eine humanistische Grundbildung genossen, eine umfassende kaufmännische Ausbildung oder ein Studium absolviert und dieses Fundament durch einen tugendhaften Charakter gefestigt. Ihn prägen Werte wie Redlichkeit, Sparsamkeit, Gerechtigkeit und Entschlossenheit.



Lehman-Banker nach der Pleite: Was macht den ehrbaren Kaufmann aus? Foto: dpa

Als handelndes Subjekt steht für den Kaufmann das Wohl seines Unternehmens im Vordergrund – er hat ein tiefes Bewusstsein dafür entwickelt, dass dies untrennbar mit loyalen Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten verbunden ist. Ihnen und auch seinen Wettbewerbern gegenüber verhält er sich fair. Zudem weiß der ehrbare Kaufmann, dass der Unternehmenserfolg maßgeblich von gesellschaftlichen Faktoren abhängig ist. Er sieht sein Handeln daher nicht unabhängig von sozialen Entwicklungen, sondern empfindet stattdessen Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit, dem Gemeinwesen und der Umwelt.

Verlorene Ideale

Gelten nun aber diese Ideale in der Wirtschaft nichts mehr? Haben sie vielleicht sogar nie gegolten? Die Medien scheinen zu differenzieren. Auf der einen Seite malen sie ein Bild von integren Ethikbanken und mittelständischen Unternehmen – und Großbanken, gesichtslosen

Hedgefonds und international tätigen Konzernen auf der anderen. Die einen sind gut, die anderen böse. Aber diese Sichtweise ist zu verkürzt.

Zahlreiche große Konzerne bemühen sich, soziale, ökologische und ökonomische Belange in Einklang zu bringen und hausinterne ethische Standards zu setzen. Die Schlagwörter hierfür lauten: Nachhaltigkeit, Corporate Social Responsibility (CSR) und Compliance. In vielen Bereichen sind sie aufgrund ihrer Ressourcen oder höherer gesetzgeberischer Anforderungen sogar Treiber positiver Entwicklungen. Gleichzeitig gibt es mittelständische Unternehmen, in denen kaufmännische Grundsätze, Personalfragen oder Umweltaspekte sträflich vernachlässigt werden. Reine Wirtschaftsschelte ist daher genauso unangebracht, wie pauschale Glorifizierung kleinteiliger Strukturen – ehrbare und ehrlose Kaufleute, Unternehmer und Manager finden sich überall in der Wirtschaft, unabhängig von der Betriebsgröße.

Fest steht allerdings auch, dass in den letzten Jahren viele Wirtschaftsakteure aus Großindustrie und Hochfinanz nicht nach den Grundsätzen des ehrbaren Kaufmannstums gehandelt haben. Die Entstehung der Finanzkrise ist hierfür ein, aber bei Weitem nicht das einzige Beispiel.

Negativbeispiel Finanzkrise

Zur Erinnerung: Die Krise war eine Folge von Fehlspekulationen am amerikanischen Hypothekenmarkt. Kurz vor dessen Zusammenbruch durchblickten nur noch wenige Akteure das komplexe Wechselspiel aus Finanzvehikeln, Zweckgesellschaften und Banken. In den Führungsetagen jener Kreditinstitute, die sich am Subprimegeschäft beteiligten, fehlte somit eine wichtige kaufmännische Grundlage: Das Verständnis um das eigene Tun und Handeln.

Dies schärft den Blick für den wahrscheinlich wichtigsten Grundsatz des ehrbaren Kaufmanns, den bereits die Italiener kannten, als sie das Leitbild im 14. Jahrhundert entwickelten: Ohne Fachkompetenz geht gar nichts. Einige der Banken, die in der Krise taumelten, hatten fantastische Nachhaltigkeitsprogramme, bezahlten ihre Mitarbeiter gut und überwiesen hohe Spenden an soziale Einrichtungen. Das alles hilft jedoch nichts, wenn man das Kerngeschäft nicht beherrscht.

Der Grund, warum sich zahlreiche Banker auf diese riskanten Geschäfte

eingelassen haben, war in den allermeisten Fällen unverhohlene Gier. Damit wichen sie ein zweites Mal vom Leitbild des ehrbaren Kaufmanns ab. Denn wie heißt es doch im Leitbild des VEEK: Erfolg ist kein Gradmesser für Ehrbarkeit. Entscheidend ist, dass das Unternehmen nachhaltig Erfolg hat.

Andere Finanzjongleure beherrschten wiederum ihr Geschäft so gut, dass ihre Banken bereits kurz nach Beginn der Krise wieder hohe Gewinne schreiben konnten. Sie übersahen allerdings einen dritten wichtigen Aspekt des Kaufmannstums: Die Verantwortung gegenüber der Gesellschaft. Ihr Handeln trieb die Menschen auf die Straße und entzweite ganze Völker. Nun könnte man sagen, dass dies kein Problem darstellt, solange die Rendite stimmt. Die Aktionäre zahlreicher Banken sehen dies allerdings sicherlich anders. Denn seit Beginn der Krise verharren die Aktienkurse der meisten Geldhäuser im Keller. Das Geschäft findet eben nicht völlig losgelöst von gesellschaftlichen und realwirtschaftlichen Entwicklungen statt – darben Menschen und Unternehmen, hat das Auswirkungen auf Kreditinstitute.

Nicht alle über einen Kamm scheren

Dass Bankgeschäft anders gehen kann, zeigten dagegen die regional agierenden Genossenschaftsbanken. Ihre Führungskräfte und Mitarbeiter blieben vor und während der Krise ihren Werten treu: Besinnung aufs Kerngeschäft, wirtschaftlich solides Handeln sowie Verantwortung gegenüber der Region und den Menschen. Sie stehen damit in einer Reihe mit einer Vielzahl von Akteuren in der Industrie, im Handwerk und im Handel, die versuchen, das Ideal des ehrbaren, verantwortungsvollen Unternehmers jeden Tag zu leben.

Gleichzeitig gilt leider auch, dass Abenteurer und Hasardeure immer wieder versuchen werden, schnelle Gewinne zu machen, die neue risikoreiche Anlageprodukte erfinden oder Rendite auf Kosten von Umwelt und Mitarbeitern erzielen. Dies sollte allerdings nicht an der Wirtschaft per se zweifeln lassen: Für ein Konzept, das vor knapp 700 Jahren erfunden wurde, ist der ehrbare Kaufmann heute gefragter denn je. Auch, weil die Kernbotschaft des Leitbilds so einfach ist: Beherrsche dein Geschäft, hege und pflege dein Unternehmen und habe ein Auge auf deine Mitmenschen!

hh/jp

Am Anfang stand der ehrbare Kaufmann

Warum Daniel Klink ein von Google vergessenes Leitbild ins Internet brachte



Daniel Klink. Foto: Helen Nicolai

Über 70 Seiten hat Daniel Klink in seiner Diplomarbeit über den ehrbaren Kaufmann geschrieben. Der Berliner Wissenschaftler, Berater und Trainer hat sich „dem Leitbild verschrieben“, wie er es selbst formuliert. Klink betreut zum Beispiel das Informationsportal www.der-ehrbare-kaufmann.de des Instituts für Management an der Humboldt-Universität zu Berlin. „Profil“ hat mit ihm über sein Steckbrief gesprochen.

Profil: Herr Klink, wie sind Sie zum Thema „ehrbare Kaufmann“ gekommen, über das Sie ja auch promovieren?

Daniel Klink: Nach meinem Grundstudium war ich ein Jahr in New York. Ich habe mich damals für Führungsverhalten interessiert und einen Aufsatz in der „Harvard Business Review“ dazu gelesen. Dabei ist mir aufgefallen, dass das Thema unternehmerische Verantwortung dort nicht vorkommt. In den USA gibt es in dem Bereich keine Tradition, aber auch hier in Deutschland fehlen gesellschaftliche Verantwortung und Ethik

im BWL-Studium. Die ökonomische Theorie sieht Mitarbeiter nicht als Menschen, sondern als Humankapital. Es fehlt eine Führungskultur. Deswegen hatte nach meiner Rückkehr an die Humboldt-Universität das Leitbild des ehrbaren Kaufmanns eine große Anziehungskraft auf mich.

Profil: Weshalb betreibt die Universität ein von Ihnen betreutes Informationsportal zum Leitbild des ehrbaren Kaufmanns?

Klink: Als wir im Jahr 2007 die Idee dazu hatten, lag es für mich auf der Hand, im Internet über das Leitbild aufzuklären. Denn das Thema ist viel wichtiger, als es in der Öffentlichkeit wahrgenommen wird. Wenn Sie damals „ehrbare Kaufmann“ bei Google eingegeben haben, waren nur zwei wirkliche Treffer unter den ersten zehn Ergebnissen. Mit der Seite www.der-ehrbare-kaufmann.de dokumentieren wir seitdem, wie weit das Thema reicht. Nicht nur Ihre Interviewanfrage hat gezeigt, dass uns die Aufklärung über das Leitbild gelungen ist. Deswegen denken wir auch darüber nach, das Portal weiter auszubauen.

Profil: Nach welchen Grundprinzipien führt ein ehrbarer Kaufmann sein Unternehmen?

Klink: Der ehrbare Kaufmann ist ein Anspruch. Der zentrale Gedanke dahinter ist das Verantwortungsbewusstsein des Unternehmers – gegenüber sich selbst, seinem Betrieb sowie seinen Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten, Investoren, Wettbewerbern und gegenüber der Ge-

sellschaft. Zu dem Leitbild gehört aber auch das, was man heute gerne als Corporate Social Responsibility (CSR) bezeichnet. Demnach hat der ehrbare Kaufmann auch Verantwortung gegenüber seinem regionalen Umfeld und der Umwelt. Und er macht seinen Einfluss als Unternehmer auch gegenüber der Politik geltend – nicht nur in seinem eigenen Interesse. Zu dieser großen Verantwortungsskala kommen noch ein gefestigter Charakter und wirtschaftliche Tugenden wie Redlichkeit, Sparsamkeit, Weitblick, Ehrlichkeit, Mäßigkeit, Schweigen, Ordnung, Entschlossenheit, Genügsamkeit, Fleiß, Aufrichtigkeit, Gerechtigkeit, Reinlichkeit oder Gemütsruhe. Diese Tugenden dienen nicht unbedingt dazu, gute Taten zu vollbringen. Sie sollen der körperlichen und seelischen Gesundheit dienen und ein erfülltes Leben mit einer langfristig ausgerichteten Geschäftstätigkeit ermöglichen. Und sie dienen natürlich dazu, Vertrauen zu schaffen und aufzubauen. Das wiederum sichert langfristigen Erfolg und ein gutes Führungssystem.

Profil: Den ehrbaren Kaufmann gibt es bereits seit dem Mittelalter. Warum hat das Leitbild heute immer noch seine Gültigkeit?

Klink: Ganz einfach: Menschen bleiben Menschen, egal in welchem Jahrhundert. Nur Ansätze wie der des ehrbaren Kaufmanns, bei denen der Mensch im Mittelpunkt steht, werden sich auf Dauer durchsetzen. Für die Genossenschaftsorganisation ist das natürlich nichts Neues – Friedrich Wilhelm Raiffeisen und Hermann Schulze-Delitzsch haben das ja genauso gesehen. Unmenschliche Ansätze werden scheitern, das hat die Geschichte gezeigt: Monarchien und Diktaturen scheitern immer – früher oder später.

Profil: Wie hängen CSR-Konzepte mit dem ehrbaren Kaufmann zusammen?

Klink: CSR ist ein akademisches Konzept für Großunternehmen. Der ehrbare Kaufmann ist, wenn man so will, die Mikrovariante davon. Der Unterschied ist, dass CSR nicht aus dem Unternehmen heraus gewachsen und kein Teil der Unternehmenskultur sein muss, sondern meistens von oben verordnet wird. Von den Grundprinzipien passen CSR und der ehrbare Kaufmann schon zusammen – nur wird die Verantwortung anders, persönlicher gelebt. Die Öffentlichkeit durchschaut natürlich sehr wohl, ob das

Handeln eines Unternehmens auf Werten basiert – oder ob der Nachhaltigkeitsbericht nur halbherzig herausgegeben wird, weil man das jetzt eben auch machen muss.

Profil: Sind bestimmte Unternehmensformen ehrbarer als andere?

Klink: Ich würde schon sagen, dass gewisse Organisationsformen Vorteile haben. Bei der eG, der gemeinnützigen GmbH oder einem mittelständischen Familienunternehmen steht nicht unbedingt die Gewinnmaximierung im Vordergrund. Geld dient in erster Linie dazu, als Rückstellung oder Investition für eine langfristig erfolgreiche Entwicklung zu sorgen. Hier steht keine Compliance im Vordergrund, sondern eine werdebasierte Führung. Und die macht die Unternehmen dynamisch.

Profil: Wie passt das Leitbild des ehrbaren Kaufmanns zu einem Manager von heute?

Klink: Für den Manager eines kapitalmarktorientierten Unternehmens lohnt

es sich nicht, nachhaltige Entscheidungen zu treffen. Das liegt am Vergütungssystem: Wer kurzfristige Boni bekommt, handelt nicht langfristig. Außerdem sind die Manager ja wegen ihrer Mandatsperiode Angestellte und keine Eigentümer – wie bei einem Familienunternehmen oder einer Genossenschaft. Dort wiederum sind Mitglieder oder Unternehmerfamilie unmittelbar von Erfolg oder Misserfolg betroffen. In Großunternehmen müsste man stattdessen andere Anreize schaffen oder eine entsprechende Unternehmenskultur etablieren, um die Tugenden des ehrbaren Kaufmanns zu verankern.

Profil: Warum besinnt sich die deutsche Wirtschaft seit der Finanzkrise wieder bewusst auf den ehrbaren Kaufmann und seine Tugenden?

Klink: Ich glaube, das war ein intellektueller Reflex. Schon während der Dot-com-Blase haben die Menschen begonnen nachzudenken. Das rege Interesse am ehrbaren Kaufmann kam dann nach dem Lehman-Zusammenbruch und der

Zur Person

Daniel Klink studierte Volkswirtschaft, Betriebswirtschaft und Wirtschaftsrecht an der Humboldt-Universität zu Berlin. Nach seinem Abschluss als Diplom-Kaufmann promoviert er derzeit am Institut für Management über das Leitbild des ehrbaren Kaufmanns, dem er sich bereits in seiner Diplomarbeit widmete. Seit 2008 ist er Projektverantwortlicher des Portals www.der-ehrbare-kaufmann.de und arbeitet freiberuflich als Berater und Trainer.

Diskussion über hochkomplexe Finanzprodukte. Es herrscht eine Sehnsucht nach Werten und nach dem roten kulturellen Faden. Der ehrbare Kaufmann bietet hier einen Ausweg: Er ist in der Realwirtschaft verwurzelt und orientiert sich am Menschen. Genossenschaftsbanken sind das auch: Sie sorgen dezentral beispielsweise dafür, dass die Unternehmen in der Region Mittel für Investitionen bekommen.

Profil: Herr Klink, herzlichen Dank für das Gespräch! cs

Ihre Kunden kaufen keinen Bausparvertrag. Ihre Kunden kaufen den wichtigsten Ort der Welt.

Sie kaufen die Sonne, die abends auf die eigene Terrasse scheint, und die Nachbarin, die ihnen immer Eier leiht. Sie kaufen das Kino, das Museum, das Café um die Ecke und den Abenteuerspielplatz für die Kinder. Verhelpen Sie Ihren Kunden mit Bausparen zum wichtigsten Ort der Welt.

Jetzt mit Bausparen niedrige Kreditzinsen sichern

- Zinssicherheit von Anfang an
- Jederzeit Sonderzahlungen möglich
- Zum Bauen, Renovieren und Energiesparen

Sprechen Sie
Ihre Kunden
auf die Vorteile
des Schwäbisch Hall-
Bausparens an.



Der Traum von der ehrbaren Bank

Es gibt sie tatsächlich: Kreditinstitute, die das Bankgeschäft mit ehrbarer Unternehmensführung verbinden

Hohe Fachkompetenz, ein geradliniger Charakter, die verantwortungsvolle Führung des Unternehmens und Bewusstsein für gesellschaftspolitische Fragestellungen. Das sind die Eigenschaften, die den „ehrbaren Kaufmann“ ausmachen. Interessanterweise lassen sich diese Charakterzüge auch auf Unternehmen übertragen. Das Konzept einer „ehrbaren Bank“ stellt hierbei keinen Widerspruch in sich dar.

Einige Skeptiker mögen hier zunächst argwöhnisch die Augenbrauen heben: Schließlich gibt es derzeit kaum eine Branche, die so sehr in der Kritik von Politik, Verbraucherschützern, Aktivisten und geprellten Kunden steht, wie Banken und Versicherungen. Noch dazu sind viele Vorwürfe berechtigt. Zockereien haben die Finanzkrise heraufbeschworen, Spekulationen beheizten seit 2010 die Eurokrise. Fehlberatungen haben zahlreiche Anleger um ihr hart verdientes Ersparnis gebracht.

Doch wo Schatten ist, da ist auch Licht. Das Beispiel der Volksbanken und Raiffeisenbanken zeigt, dass es möglich ist, Bankgeschäft mit verantwortungsvollem Unternehmertum zu verbinden. Hierbei finden sich deutliche Parallelen zum Leitbild des ehrbaren Kaufmanns. So stellt dieses den Menschen in den Mittelpunkt. Bei Genossenschaftsbanken ist das nicht anders. Sie rücken allerdings eine ganze Reihe von Personengruppen ins Zentrum ihres Handelns: die Mitarbeiter, die Vorstandschaft, den Aufsichtsrat, Vertreter, Mitglieder und Kunden.

Im Idealbild des ehrbaren Kaufmanns genießen Ausbildung und Kompetenz einen extrem hohen Stellenwert. Das Gleiche gilt für Kreditgenossenschaften. Denn ohne fachkundiges Personal ist für sie eine Positionierung als Qualitätsanbieter unmöglich. So bilden Volksbanken und

Raiffeisenbanken derzeit rund 2.500 junge Menschen zu Bankkaufleuten aus. Die ABG Akademie veranstaltet jedes Jahr Hunderte Seminare, um den Wissensschatz aktuell zu halten. Über die Aufsichtsräte wird einerseits bankfremdes Praxiswissen ins Geschäft eingebunden. Andererseits werden auch die Mitglieder des Gremiums ständig weitergebildet, um ihren Kontroll- und Beratungsaufgaben gerecht werden zu können.

Der geradlinige Charakter, der auch den ehrbaren Kaufmann auszeichnet, fußt bei Volksbanken und Raiffeisenban-

für sie daher weniger ein Thema, sondern eher die Frage, wie man nachhaltig wachsen und den erworbenen Wohlstand der Mitglieder sichern kann.

Ähnlich wie beim idealen Kaufmann schwingt dabei immer der Gedanke mit, wie die Interessen der unterschiedlichen Personengruppen, die mit seinem Unternehmen interagieren, am besten unter einen Hut gebracht werden können. Volksbanken und Raiffeisenbanken sind zahlreichen Anspruchsgruppen gegenüber verpflichtet und meistern den Spagat, allen gerecht zu werden, bislang mit Bravour. Sie sind faire Arbeitgeber, die sichere und gut entlohnte Jobs bieten. Ihren Kunden bieten sie Bankdienstleistungen zu fairen, verbindlichen Konditionen an. Geschäftspartnern begegnen die Institute mit Verlässlichkeit und Integrität.

Nicht zuletzt im Umgang mit der Gesellschaft zeigt sich eine letzte Parallele zwischen dem Wertekodex von Genossenschaftsbanken und dem Leitbild des ehrbaren Kaufmanns. Denn eine Genossenschaft existiert nicht im luftleeren Raum. Sie ist immer auch Teil des Wirtschaftskreislaufs vor Ort. Daraus ergibt sich Verantwortung für die Region.

Dieser kommen Volksbanken und Raiffeisenbanken auf vielerlei Weise nach. Ihre weitverzweigten Filialnetze sorgen dafür, dass Bankdienstleistungen jedermann zugänglich sind. Sie unterstützen über Spenden soziale und karitative Einrichtungen in ihren Geschäftsgebieten. Und sie sind Ansprechpartner der Politik und Bürgerschaft, wenn es darum geht, die Zukunftsfähigkeit des Standorts zu erhalten – sei es als Unterstützer bei der Etablierung von Bürgerstiftungen oder als Berater bei der Gründung neuer Genossenschaften, etwa im Energiesektor oder im sozialen Bereich. Denn wie beim Kaufmannsbetrieb gilt auch im Bankgeschäft: Geht es den Menschen gut, laufen die Geschäfte. *hh*



Protest der Occupybewegung in New York: Überall auf der Welt wächst die Sehnsucht nach ehrbaren Banken – es gibt sie allerdings schon. Foto: dpa

ken auf den genossenschaftlichen Werten Selbsthilfe, Selbstverwaltung und Selbstverantwortung. Über die Jahre ist allerdings dieser Tugendkatalog gewachsen. So ergänzen heute Solidarität, Solidarität und Fairness das genossenschaftliche Wertegerüst.

Genossenschaftsbanken sind aber auch Unternehmen, die in einem marktwirtschaftlichen Umfeld aktiv sind. Wie beim ehrbaren Kaufmann müssen am Ende des Jahres die Zahlen stimmen. Dafür, dass Rendite jedoch nicht alles ist, sorgt der genossenschaftliche Förderauftrag. Volksbanken und Raiffeisenbanken sind keinen Aktionären gegenüber verpflichtet, sondern nur ihren Mitgliedern: Übertriebene Gewinnerwartungen sind

Zu den Werten bekennen

Peter Driessen, Hauptgeschäftsführer der IHK für München und Oberbayern, über den ehrbaren Kaufmann

Der „ehrbare Kaufmann“ ist im gesetzlichen Auftrag der Industrie- und Handelskammern verankert. Peter Driessen, Hauptgeschäftsführer der IHK für München und Oberbayern, erläutert, was das Leitbild für die Unternehmer im Freistaat bedeutet.

Profil: Herr Driessen, als erste IHK in Deutschland hat die IHK für München und Oberbayern ihren gesetzlichen Auftrag, für „Anstand und Sitte des ehrbaren Kaufmanns“ zu wirken, in der Organisationsstruktur verankert – mit einer Referentin für die Themenbereiche ehrbarer Kaufmann und Corporate Social Responsibility (CSR). Warum?

Peter Driessen: Seit 1956 haben die IHKs den gesetzlichen Auftrag, für „Anstand und Sitte des ehrbaren Kaufmanns zu wirken“. Diesen Auftrag nehmen sie schon immer sehr ernst und kommen ihm in ihrer täglichen Arbeit mit einer Vielzahl von Leistungen nach. Ich denke hier zum Beispiel an die Aus- und Weiterbildung, die Existenzgründungsberatung oder auch an unser IHK-Mediationszentrum. Der ehrbare Kaufmann ist ein klassisches Querschnittsthema, das für uns implizit eine sehr wichtige Rolle spielt.

Doch unser Auftrag ist noch weitgehender: Es geht darum, aktiv für Anstand und Sitte des ehrbaren Kaufmanns einzutreten und dafür zu wirken. Indem wir „den ehrbaren Kaufmann leben“ als vierte Säule unserer Arbeit festgelegt haben – neben der Politikberatung, den Services für unsere Unternehmen und unseren öffentlichen Aufgaben – wollen wir diesen Anspruch explizit erfüllen.

Die Wirtschafts- und Finanzmarktkrise hat die Diskussion über die ethischen Aspekte der marktwirtschaftlichen Ordnung neu entfacht. Immer weniger Menschen akzeptieren Gewinnstreben und quantitatives Wachstum als alleinige Richtschnur unternehmerischen Handelns. Nicht nur die Verbraucher, sondern auch Politiker und Anleger interessieren sich zunehmend für den gesellschaftlichen Beitrag von Unternehmen. Die Tugenden des ehrbaren Kaufmanns wie Zuverlässigkeit, Umsichtigkeit und unternehmerischer Weitblick sind daher heute wichtiger denn je.

Profil: Wie sieht das Konzept zur Förderung der Leitbilds genau aus?

Driessen: Kern unseres Konzepts ist es, die Haltung des ehrbaren Kaufmanns in die moderne Zeit zu übertragen und im Unternehmensalltag lebbar zu machen. Das steht hinter der Idee, den ehrbaren Kaufmann mit der aktuellen Debatte um Corporate Social Responsibility zu verbinden.



Peter Driessen

Denn bei beiden Themen geht es um ein und dasselbe: Die Verantwortung des Unternehmers für seinen Betrieb und sein Umfeld. CSR ist ein praktisches Managementkonzept, das dabei hilft, diese Verantwortung im

Sinne des ehrbaren Kaufmanns zu übernehmen und in den laufenden Geschäftsbetrieb zu integrieren.

Mit einem passgenauen Serviceangebot möchte die IHK ihre Mitgliedsunternehmen über diese Zusammenhänge aufklären, sie für die Thematik „gesellschaftliche Verantwortung“ sensibilisieren und bei der konkreten Umsetzung unterstützen, denn nur so kann das Vertrauen in die Wirtschaft wieder gestärkt werden.

Profil: Welche Erfahrungen haben Sie aus der Arbeit bisher gezogen?

Driessen: Der ehrbare Kaufmann ist ein Leitbild, in dem sich gerade kleine und mittelständische Unternehmer wiederfinden. Verantwortungsübernahme ist für sie eine Selbstverständlichkeit, denn sie sind sich darüber bewusst, dass Werte wie Vertrauen, Zuverlässigkeit und Umsichtigkeit die Grundvoraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg sind. Mit unserem Engagement wollen wir dabei helfen, dieses intuitive und selbstverständliche Handeln der Unternehmer zu professionalisieren. Wir wollen neue Perspektiven aufzeigen, wie durch die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung

das eigene Unternehmen zukunftsfähig gemacht werden kann.

Profil: Warum bekennen sich viele Unternehmen seit einigen Jahren wieder bewusst zu dem Leitbild des ehrbaren Kaufmanns?

Driessen: Aus der Wirtschafts- und Finanzmarktkrise resultierte letztlich eine Vertrauenskrise. Heute begegnen viele Menschen der Wirtschaft mit tiefer Skepsis. Das wird der vielfältigen Unternehmenslandschaft, die gerade in Deutschland stark von Familienbetrieben geprägt ist, nicht gerecht. Seit jeher beziehen diese Betriebe die Auswirkungen ihres Handelns in ihre Geschäftsentscheidungen mit ein. Das sollten die Unternehmen auch öffentlich kommunizieren und sich zu den Werten bekennen, die ihnen wichtig sind und ihr Handeln leiten.

Profil: Für knapp 60 Prozent der deutschen Mittelständler hat CSR eine hohe bis sehr hohe Relevanz. Sind kleine und mittlere Unternehmen per se ehrbarer als Großkonzerne?

Driessen: Lassen Sie es mich so ausdrücken: Mittelständler sind nicht per se ehrbarer, aber sie haben, da oftmals inhabergeführt, einen engeren Bezug zu ihrem Umfeld. In kleinen und mittleren Betrieben ist die Bindung zu den Mitarbeitern direkter, sie sind meist regional fest verwurzelt und Lieferantenbeziehungen sind langfristig ausgerichtet. Vertrauen spielt hierbei eine zentrale Rolle und ehrbares Handeln schafft Vertrauen. In Zeiten des Fachkräftemangels hat ein Unternehmen, das glaubwürdig für klare Prinzipien eintritt, sich in der Region engagiert und in dem der Handschlag noch etwas gilt, klare Wettbewerbsvorteile. Dessen sind sich Mittelständler bewusst. Sie erleben tagtäglich, dass sich ehrbares Handeln auszahlt. Konzerne hingegen haben es bei internationalen Geschäften mit anonymisierten, sehr komplexen Beziehungen zu tun. Hier zahlt sich Ehrbarkeit nicht unmittelbar aus, weswegen die Tugenden des ehrbaren Kaufmanns vielleicht eher in den Hintergrund getreten sind.

Profil: Herzlichen Dank für das Interview!
CS