



Diskussionsfreudig: Die Koordinatoren des Kolloquiums Fred G. Becker, Christina Hoon und Ortwin Goldbeck (v. l.).

FOTO: SARAH JONEK

Ethik im Job als Herausforderung

Management-Kolloquium: Unternehmer und Wissenschaftler aus OWL diskutieren über Werte und Normen am Arbeitsplatz.

VON HANNA PASSLICK

■ **Bielefeld.** Wenn Ortwin Goldbeck vom ehrbaren Kaufmann spricht, geht es dem Unternehmer und ehemaligen IHK-Präsidenten vor allem um eines: Die Ethik am Arbeitsplatz. Sie sei von unschätzbarem Wert, ihre Umsetzung aber „eine riesige Herausforderung“. Diese Herausforderung war Thema beim 7. OWL Management Kolloquium im Zentrum für interdisziplinäre Forschung (ZIF) der Universität Bielefeld.

35 Unternehmer, zehn Wissenschaftler und 15 Studenten der Uni nahmen an der Veranstaltung teil. Initiiert hatten sie Goldbeck und der

Wirtschaftsprofessor Fred. G. Becker. Auch die neue Stiftungsprofessorin am Bielefelder Lehrstuhl für „Führung von Familienunternehmen“, Christina Hoon, war mit von der Partie. Sie moderierte den zweiten Teil der Veranstaltung, bei dem auch der Präsident der europäischen Metall- und Elektroarbeitgeberverbände, Martin Kannegger, am Rednerpult stand. Sein Thema: Der Zusammenhang von Wettbewerbsfähigkeit und Unternehmensethik.

„Impulsreferate wie dieses sollen regionalen Entscheidungsträgern die Möglichkeit geben, mal einen strategischen Blick von außen zu wagen“, erklärt Fred G. Becker.

Das könne dabei helfen, die Thematik ethischer und moralischer Grundsätze auch im Hinblick auf ausländische Mitbewerber im Blick zu halten.

In den Medien, so Ortwin Goldbeck, würden Werte und Normen in deutschen Unternehmen erst thematisiert, wenn etwas schief gelaufen sei. Es gebe jedoch viele Entscheidungsträger, die ganz im Verborgenen „eine funktionierende Unternehmenskultur“ geschaffen hätten. Mit einem großen Freiraum bei der Arbeitsgestaltung etwa, oder Gesprächen auf Augenhöhe würden vor allem junge qualifizierte Mitarbeiter gewonnen. Becker: „Diese Generation legt

heute mehr den je großen Wert auf ethische Aspekte.“

Vor allem Familienunternehmen sollten die Chance nutzen, moralischen Grundsätzen nachzukommen. Immerhin würden sie über entscheidende Vorteile verfügen. „Moralisches Verhalten zahlt sich langfristig aus, und da Familienunternehmen in der Regel langfristiger ausgerichtet sind, werden sie davon profitieren“, so der Wirtschaftsprofessor. Als kurzfristiges Investitionsgut dürfe die Unternehmenskultur jedoch nicht betrachtet werden, betont Goldbeck. „Sie ist nicht käuflich, sondern ein langer Prozess, der von Führungskräften vorgelebt werden muss.“