

Wirtschaft und Ethik - Nachhaltiges Wirtschaften bringt Gewinn

Minister für Wirtschaft und Wissenschaft Joachim Rippel

4.9.2008

Das Thema passt – Insbesondere in dieses Jahr, denn in diesem Jahr feiert die Soziale Marktwirtschaft in Deutschland ihren sechzigsten Geburtstag. Sechs Jahrzehnte nachdem Ludwig Erhard die Preiskontrollen aufhob, hat Deutschland ein ehedem von vielen nicht für möglich gehaltenes Niveau an Wohlstand und sozialer Sicherheit erreicht. Der Erfolg unserer Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung beruht auf zwar wenigen, aber konsequent umgesetzten Erkenntnissen und Grundregeln. Das Erfolgsgeheimnis liegt in der Verknüpfung von wettbewerbsorientierter Wirtschaft und sozialer Verantwortung. Oder um Alfred Müller-Armack zu zitieren: „Sinn der sozialen Marktwirtschaft ist es, das Prinzip der Freiheit auf dem Markte mit dem des sozialen Ausgleichs zu verbinden.“ Die Soziale Marktwirtschaft beruht somit auf der Kombination von Eigenverantwortung und gesellschaftlicher Verantwortung. Sie lebt von der individuellen Leistungsbereitschaft und dem Gemeinsinn jedes Einzelnen gleichermaßen.

Ethische Haltungen und Handlungsweisen sind somit für das Funktionieren der Sozialen Marktwirtschaft unabdingbar. Es ist deshalb richtig, höchst aktuell und auch wohltuend, dass die gerade veröffentlichte Denkschrift der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) „Unternehmerisches Handeln in evangelischer Perspektive“ sich ohne Vorbehalte zur Sozialen Marktwirtschaft bekennt. Als ich vor einem guten halben Jahr gefragt wurde, ob ich mir einen Beitrag zu dieser Veranstaltungsreihe vorstellen könnte, hat man mir die Frage wohl auch deshalb gestellt, weil man es für möglich hielt, dass ich ja sage – womöglich auch deshalb, weil man vermutete, dass ich zu dem Thema etwas zu sagen habe, etwas sagen will. Richtig gedacht – mich interessiert das Thema und die Zielgruppe.

Übrigens interessiert mich das Thema natürlich auch in der spezielleren Auslegung Christ sein und Wirtschaft.

Ich halte es tatsächlich für wichtig und notwendig klarzustellen, dass Wirtschaft, dass Wettbewerb und Christsein und christlich handeln, sich keineswegs ausschließen, und dass aber auch Wettbewerb nur dann sozial, nachhaltig und gesamtgesellschaftlich Gewinn bringend ist, wenn er gewissen Regeln, christlichen Maximen unterliegt. Wäre ich nicht von beiden Aussagen überzeugt, so wäre ich nicht Wirtschaftsminister.

Also Ethik und Wirtschaft – Nachhaltiges (ethisch, fundiertes) Wirtschaften bringt Gewinn. Ein auf freiem Tausch und Arbeitsteilung basierendes Wirtschaftssystem braucht Regeln und ein moralisches Fundament. Denn das Streben nach dem eigenen Vorteil kann sonst schnell in Konflikt mit den Interessen anderer und dem Gemeinwohl geraten. Da erinnert die EKD-Denkschrift zu Recht an die Wirksamkeit der Goldenen Regel, die sich in vielen Religionen und Kulturen findet und in Deutschland auch sprichwörtlich geworden ist: „Was du nicht willst, das man dir tut, das füg' auch keinem andern zu.“ Das gilt auch für die Wirtschaft: Denken sie nur an den Handschlag des ehrlichen Kaufmanns, der Vertragsfertigung und Kosten vermeidet. Moralisches Handeln steigert die Effizienz des ökonomischen Systems. Umgekehrt dürfen sich in unserer Wirtschaftsordnung sozialschädliches Verhalten und anstößige Geschäfte nicht lohnen. Unlautere Geschäftsmethoden müssen sozial geächtet und auch bestraft werden. Ich setze mich daher beispielsweise für eine konsequente Bekämpfung von Schwarzarbeit ein. Schwarzarbeit bedeutet sozialen Sprengstoff, denn sie vernichtet Arbeitsplätze in der offiziellen Wirtschaft und führt zu erheblichen Einnahmeausfällen in den Sozialkassen und im Staatshaushalt.

Die Soziale Marktwirtschaft beschreitet somit einen dritten Weg zwischen reiner Marktwirtschaft und interventionistischem Versorgerstaat. Sie steht für individuelle Freiheit und soziale Verantwortung. Durch die Verknüpfung der beiden Ordnungsprinzipien von Markt und Moral fördert unsere Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung erstens wirtschaftliche Dynamik und zweitens sozialen Zusammenhalt sowie Gemeinsinn in gleichem Maße.

Dies gilt auch und gerade in Zeiten der Globalisierung. Denn die Soziale Marktwirtschaft ist eine flexible und zukunftsorientierte Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung, die für neue Herausforderungen offen ist.

Ein integraler Bestandteil der sozialen Marktwirtschaft.

Dabei weiß ich sehr wohl, dass der Begriff „Gerechtigkeit“ ein nicht abschließend definierter Grundbegriff der Ethik, der Rechts- und Sozialphilosophie und schon gar nicht ein endgültig definierter Begriff des politischen, sozialen, religiösen und juristischen Lebens ist – und sie wie ich wissen, dass das Begriffspaar „Soziale Gerechtigkeit“ gelegentlich und immer öfter auch als Leerformel oder gar als politischer Kampfbegriff herhält. Möglicherweise geht Herr Prof. Schmidtchen näher auf die Definitionsproblematik ein. Vielleicht genügt aber auch ein Hinweis auf den aktuellen Philosophiebestseller von Richard David Precht „Wer bin ich - und wenn ja, wie viele?“ Precht bietet die bedenkenswerte und markante Formel an: Was fair für alle ist – ist auch gerecht.

Das sich im Adjektiv des Wortes von der Sozialen Gerechtigkeit spiegelnde Sozialstaatsprinzip zumindest ist in unserer Verfassung ja fest verankert. Was aber bedeutet sie, diese soziale Gerechtigkeit? Soziale Gerechtigkeit bedeutet wohl vor allem eine faire Chance auf Teilhabe nicht wie mancherorts mit beachtlichem Erfolg vorgegaukelt, einen Anspruch auf Teilhabe – nach dem missglückten Motto: Teilhabe am Wohlstand ist jedem - auch in einseitiger Vorausleistung des Staates zu sichern. Da ist der Aspekt der individuellen Verantwortung im Zusammenspiel mit der sozialen Zielsetzung entschieden zu schwach markiert. Richtig ist, dass jeder unabhängig von seiner Herkunft die gleichen Zugangschancen zu Bildung, Ausbildung und Erwerbsarbeit haben muss. Chancen- und Bildungsgerechtigkeit ermöglicht sozialen Aufstieg und verhindert soziale Spaltung. Sie eröffnet Perspektiven für ein selbstbestimmtes Leben und zur Teilhabe an der Gesellschaft. Bildung darf nicht speziellen Zielgruppen vorbehalten bleiben, übrigens auch weil der Standort Deutschland auf hoch qualifizierte Spitzenkräfte und kreative Köpfe angewiesen ist. Nur wenn wir alle Talente individuell fördern und die Fähigkeit der Menschen zu eigenverantwortlichem Handeln stärken, wird es uns gelingen, unseren Wohlstand zu verteidigen. Also: Ungeachtet des Vorrangs moralischer Begründung von Politik: Angesichts des sich abzeichnenden Fachkräftemangels können wir es uns auch gar nicht leisten, Bildungspotentiale zu vergeuden. Mehr Chancengleichheit ist deshalb aus ethischen und ökonomischen Gründen das Gebot der Stunde.

Soziale Gerechtigkeit bedeutet neben Chancengerechtigkeit auch Bedarfsgerechtigkeit. Trotz gleicher Chancen wird es immer Menschen geben, die aus eigener Kraft nicht in der Lage sind, ein menschenwürdiges Leben zu führen. Diese Menschen haben Anspruch auf die Hilfe und Unterstützung der Solidargemeinschaft. Das Sozialsystem muss jedem, der darauf angewiesen ist, einen verlässlichen Schutz vor existenziellen Risiken, vor Krankheit oder Arbeitslosigkeit, gewähren.

Die staatliche Verantwortung im sozialen Bereich ist dabei subsidiär: So viel Eigenvorsorge wie möglich, so viel staatlich-kollektive Hilfe wie nötig. Was der Einzelne aus eigener Kraft zu leisten vermag, soll ihm von staatlichen Instanzen nicht abgenommen werden. Aber dort, wo die Kräfte des Einzelnen überfordert sind, wo er alleine nicht mehr weiterkommt, schuldet der Staat seinen Bürgern Beistand und Hilfe, das macht ihn zur Solidargemeinschaft. Aber Solidarität hat nicht nur eine Adresse. Durch sozialpolitische Maßnahmen dürfen Leistungsanreize und Risikobereitschaft, die Triebfedern der Marktwirtschaft, nicht gehemmt werden. Ein allzuständiger Wohlfahrtsstaat, der sich um alles kümmert und die Menschen entmündigt, ist mit dem Konzept der Sozialen Marktwirtschaft nicht vereinbar, er ist im Letzten unsozial.

Soziale Marktwirtschaft zeichnet sich u.a. dadurch aus, dass Eigenverantwortung und Gemeinwohl, dass auch Gewinnstreben und Gemeinwohl zueinander finden. Wirtschaftliche und gesellschaftliche Interessen sind damit kompatibel. Und dies liegt vor allem daran, dass im Gegensatz zur „freien Marktwirtschaft“ das Marktgeschehen nicht unreguliert abläuft. Das Konzept der Sozialen Marktwirtschaft sieht vielmehr gerade vor, dass der Staat die institutionellen Rahmenbedingungen schafft - und gegebenenfalls verteidigt, Rahmenbedingungen nach denen der Wettbewerb auf dem Markt abläuft funktioniert. Um unsoziale Auswüchse des Marktgeschehens zu verhindern, findet das freie Spiel der Marktkräfte also innerhalb bestimmter Grenzen statt, denn Wettbewerb muss unter fairen, auch nachvollziehbaren Regeln ablaufen. Hohe Abfindungen für gescheiterte Manager werden diesem Kriterium beispielsweise nicht gerecht. Ich unterstütze daher die Forderung von Ministerpräsident Peter Müller, die steuerliche Absetzbarkeit von Gehältern und

Abfindungen auf eine Million Euro zu begrenzen. Und ich bekunde auf der anderen Seite ausdrücklich meinen Respekt vor dem Präses der Evangelischen Kirche im Rheinland, der ja für den Veranstalter des heutigen Abends gewissermaßen zuständig ist. Nikolaus Schneider hat mit seiner Empfehlung, beim Thema Managergehälter nicht zu moralisieren, und mit seiner gleichzeitigen Erinnerung an die – nach wie vor in der Überzahl arbeitenden – „ehrbaren“ Kaufleute den richtigen Ton getroffen.

Dem Staat als ordnungspolitischem Wächter obliegt es, den Missbrauch von Marktmacht zu verhindern, die Einklagbarkeit von Rechten zu gewährleisten und Auswüchse zu beschneiden. Zugleich aber dürfen staatliche Vorgaben Leistungsbereitschaft und private Initiative nicht hemmen, eben die wohlfahrtssteigernde Wirkung des Wettbewerbs nicht außer Kraft setzen. Denn nur das, was zuvor auf möglichst effiziente Weise erwirtschaftet wurde, steht grundsätzlich, dauerhaft und – auch da passt der Begriff - nachhaltig zur Befriedigung gesellschaftlicher Bedürfnisse und zur sozialen Umverteilung zur Verfügung. Unternehmensgewinne sind damit systemimmanent, sie sind die Basis für Wohlstand und Beschäftigung und nützen bei sonstiger Beachtung der fairen Spielregeln der Gesellschaft im Ganzen. Der Unternehmenserfolg muss jedoch auf sozial und ökologisch verantwortungsvolle Weise zustande kommen. Und dafür dass das unternehmerische Gewinnstreben nicht zu Lasten des Gemeinwohls geht, hat der ordnungspolitische Rahmen zu sorgen.

Zahlreiche Unternehmen haben bereits die Erfahrung gemacht und diese sichtbar werden lassen, dass ökonomische und soziale, nachhaltige Ziele wesentlich komplementär sind. Das soziale und ökologische Engagement von Unternehmen für die Gesellschaft liegt dabei durchaus auch im wohlverstandenen Eigeninteresse des Unternehmens. So verringern Investitionen in eine höhere Energieeffizienz den Ausstoß an CO₂ und sparen aber zugleich Energiekosten ein. Ein Unternehmen, das sich vor Ort für die Lösung sozialer Probleme einsetzt, trägt zu einer funktionierenden sozialen Infrastruktur bei, von der es wiederum vielfach selbst profitiert. Ein Beispiel bildet das Sponsoring von Kultureinrichtungen: Es erhöht die Attraktivität des Standorts, was es wiederum dem Unternehmen erleichtert, Fachkräfte zu finden und an sich zu binden. Darüber hinaus haben Unternehmen, die sichtbar gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, eine höhere Glaubwürdigkeit und ein besseres Image als Betriebe, die ausschließlich finanzwirtschaftliche Ziele verfolgen. Das wirkt sich auch auf den Erfolg aus; es macht sich eben im Wortsinne bezahlt.

In der Sozialen Marktwirtschaft agieren die Unternehmen nicht im luftleeren Raum, sondern sie stehen mit Kunden, Mitarbeitern, Geschäftspartnern und der Öffentlichkeit in einer komplexen Austauschbeziehung. Sie sind ein Teil der Gesellschaft. Die Unternehmen greifen dabei auf bereits existierende gesellschaftliche Strukturen zurück und nehmen mit ihren wirtschaftlichen Aktivitäten Einfluss auf die Gestaltung der Gesellschaft. Immer mehr Firmen auch und gerade im Mittelstand begreifen sich daher als »corporate citizen«. Sie engagieren sich auf lokaler oder überregionaler Ebene für soziale Belange, sei es durch fairen Handel, umweltfreundliche Produktionsbedingungen, eine familienfreundliche Personalpolitik oder die Unterstützung von ehrenamtlichem Engagement. „Corporate Social Responsibility“, zu Deutsch verantwortliches unternehmerisches Handeln, ist zu einem wichtigen Thema in der Wirtschaft geworden. Ich freue mich, dass es insbesondere im Saarland viele Unternehmen gibt, die bewusst und offensiv gesellschaftliche Verantwortung übernehmen. Natürlich kann „Corporate Social Responsibility“ dabei bloße Imagekampagne oder eine moderne Marketingstrategie sein, wie es kürzlich der evangelische Theologe Friedrich Wilhelm Graf kritisch anmerkte. Aber es gibt doch Entwicklungen, die solche Bemühungen nicht nur als cleveres Geschäftsgebaren begreifen lassen und auch nicht solche Abwertung verdienen. Obgleich - wenn man einer aktuellen Umfrage der Bertelsmann-Stiftung glauben kann - nur noch 31 Prozent der Bürger eine gute Meinung vom Wirtschaftssystem in Deutschland haben. Mit Imagekampagnen allein ist dem nicht überzeugend zu begegnen. Positive Beispiele müssen tiefer ansetzen und glaubwürdig erfahrbar sein. So ist dieses Handeln sicher nur dann glaubwürdig, wenn es fest in der Unternehmenskultur verankert ist und auch gegenüber den eigenen Mitarbeitern gelebt wird. Es betrifft die Art, Geschäfte zu machen, sich an Versprechen zu halten, die Mitarbeiterführung, das Engagement für Umweltschutz, Kultur und Bildung. Es geht dann darum, Unternehmensziele und Gemeinwohlinteresse miteinander zu verknüpfen. Es geht auch darum zu zeigen, ja auch zu demonstrieren, dass Markt und Moral, dass Gewinn und Gewissen, keine Gegensätze sind. Sozialverträgliches und umweltschonendes Wirtschaften

kann - und soll – sich auszahlen. Unternehmen, die verantwortlich und nachhaltig wirtschaften, haben zu Recht auch ein gutes Image und kommen bei Kunden und Mitarbeitern deshalb besser an. Sie finden mehr Vertrauen. Sie haben einen Vorsprung bei der Rekrutierung und Bindung von Fachkräften und verbessern ihre Wettbewerbsfähigkeit. Umgekehrt können Bestechungsskandale, ethisch bedenkliche Geschäfte oder Berichte über die schlechte beziehungsweise unwürdige Behandlung von Mitarbeitern dem Unternehmenswert für lange Zeit schaden. Bürger und Verbraucher reagieren heutzutage sehr sensibel auf unsoziale und daher sozialschädliche Verhaltensweisen. Gut so! Nachhaltiges Wirtschaften bringt also durchaus Gewinn; aber es gilt auch: Ohne Gewinn zu erwirtschaften, ist nachhaltiges Wirtschaften auf Dauer nicht möglich. Auch eine Firma, die nach ethischen Grundsätzen geführt wird, muss ihre Kosten decken und sich im Wettbewerb behaupten. Daher kommt den Konsumenten eine Schlüsselrolle für den Erfolg nachhaltiger Geschäftsstrategien zu. Mit jedem Kauf eines fair gehandelten Produktes oder einer umweltfreundlichen Dienstleistung entscheiden die Verbraucher, ob sich nachhaltiges Wirtschaften für die Unternehmen auszahlt. Soziale Marktwirtschaft braucht demnach mündige, ethisch motivierte Konsumenten, die nicht nur auf den Preis, sondern auch auf Ressourceneffizienz, die CO₂-Bilanz und soziale Standards achten. Das ist von Bedeutung auch für den Verbraucherschutz, aber vor allem auch für Schule und Weiterbildung. Je mehr ethisch korrekte Waren die Konsumenten kaufen, desto größer wird der Druck auf die Firmen, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Der Markt entscheidet insofern auch, ob sich Nachhaltigkeit und ethisch fundiertes Verhalten als Geschäftsmodell durchsetzen.

Meine Damen und Herren,

Wirtschaft und Gesellschaft stehen heute in vielerlei Hinsicht zusätzlich vor grundlegenden Veränderungen. Globalisierung, die steigenden Energiepreise und die demographische Entwicklung bilden neue Herausforderungen. Jede dieser Entwicklungen birgt Gefahren, aber auch Chancen für gesellschaftliche und wirtschaftliche Innovationen.

Die Globalisierung – mit der sich auch die diesjährige Landessynode der Evangelischen Kirche im Rheinland auseinandersetzt - zeigt sich vor allem in der zunehmenden internationalen Verflechtung der Finanz-, Waren- und Arbeitsmärkte.

Durch den Abbau von Handels- und Wettbewerbsbeschränkungen sind weltweite Güter- und Dienstleistungsmärkte entstanden.

Angesichts solcher Herausforderungen gilt es, den wirtschafts- und sozialpolitischen Rahmen an die veränderten Bedingungen anzupassen. In einer wissensbasierten Arbeitswelt, die sich rasch verändert, brauchen wir dabei flexible und individuelle Lösungen. Flexibilität erfordert ihrerseits ein ausreichendes Maß an Sicherheit. Die zunehmende Überforderung der traditionellen Systeme der sozialen Sicherheit macht die individuelle Bereitstellung von Sicherheit immer wichtiger. Dies um so mehr, als die Bevölkerungszahl in Deutschland bis 2050 deutlich zurückgehen wird. Für die Sozialkassen bedeutet die demografische Entwicklung, dass die Zahl der Leistungsempfänger zunimmt und zugleich die Zahl der Beitragszahler abnehmen wird. Will man höhere Beitragsätze und damit höhere Lohnzusatzkosten vermeiden, führt an einer Stärkung der Eigenverantwortung kein Weg vorbei. Unsere Sozialpolitik muss sich eben gleichermaßen an den Kriterien Solidarität und Subsidiarität orientieren.

Das Beispiel Sozialpolitik zeigt, dass der Staat den ordnungspolitischen Rahmen immer wieder neu an veränderte Bedingungen anpassen muss. Aber vielleicht kann man das als Rahmenregulierung begreifen. Und womöglich klassisch konditioniert auf Regulierung aggressiv reagieren. Wenn die Deregulierung, der Rückzug des Staates so weit ginge, dass die Starken womöglich zu prahlerischer Grenzüberschreitung motiviert würden und der Markt damit jedes Ansehen bei den Schwachen verlieren würde – das wäre genauso verwerflich und gefährlich wie ein blindes Staatsvertrauen, in dessen Konsequenz die bürgerliche Freiheit zuerst verachtet wird und am Ende verloren geht. Deshalb ist der Staat für die notwendige Fortentwicklung der Regeln der Sozialen Marktwirtschaft verantwortlich. Die Grundprinzipien von individueller Freiheit und sozialer Verantwortung sind auch dabei zu bewahren. Das Verhältnis der beiden Grundprinzipien ist aber immer wieder neu zu tarieren. Denn nur wenn wir unsere Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung fortentwickeln, können wir die notwendige Ko-Existenz des Sozialen und des Marktes auch in Zeiten der Globalisierung sicher stellen.

So sind auf den weltweiten Finanzmärkten strengere Regulierungen gefragt. Die Turbulenzen auf den Finanz- und Kreditmärkten machen deutlich, dass wir bei der Bankenaufsicht mehr Transparenz und mehr Kontrolle brauchen. Es darf nicht sein, dass kurzfristige Risikogeschäfte das Vertrauen in die Stabilität und Funktionsfähigkeit der Märkte gefährden, auch die Konjunktur selbst in Gefahr bringen und damit auch die soziale Ausgewogenheit der Entwicklung in Frage stellen.

Zu unseren, den Antworten des Saarlandes noch einige wenige Bemerkungen: Die Globalisierung stellt für das Saarland eine besondere Herausforderung dar. In traditionellen Branchen wie dem Bergbau gehen regelmäßig und nun definitiv bis 2012 4500 weitere und letztlich Arbeitsplätze verloren. Um so wichtiger ist es für das Saarland, dass in modernen Industriebranchen, in High-Tech und Dienstleistungsbereichen zukunftsfähige, neue Arbeitsplätze entstehen. Die Erhaltung und Schaffung von Arbeitsplätzen und die Aufwertung des Standorts bilden wirtschaftspolitische Daueraufgaben im Saarland. Wissen ist dabei Haupt-Rohstoff unseres Landes. In der Wissensgesellschaft des 21. Jahrhunderts wird Bildung zum entscheidenden Standortfaktor.

Langfristiges, vernetztes und interdisziplinäres Denken und Handeln ist gefragt. Unternehmen, die gesellschaftliche Verantwortung übernehmen, brauchen Manager, die wissen, wie man Markt und Moral miteinander verbindet. Um entsprechende Nachwuchskräfte auszubilden, müssen Voraussetzungen und Bildungsmöglichkeiten geschaffen werden. So wird an der Universität des Saarlandes ein neuer **Master-Studiengang „Economics, Finance and Philosophy“** eingerichtet. Die Studierenden belegen in den Fächern Philosophie, Volkswirtschaftslehre und Betriebswirtschaftslehre unter anderem Module in praktischer Philosophie, Institutionenökonomik und Finanzmarktanalyse. Ich erhoffe mir von dem neuen Studiengang einen kräftigen Schub für das Thema Wirtschaft und Ethik im Saarland und eine Motivation für weitere interdisziplinäre Angebote in dieser zukunftsweisenden Richtung. Auch die Theologie ist aufgefordert sich einzubringen.

Beim Thema Nachhaltigkeit und dem Bemühen um das Auflösen eines möglichen Widerspruchs, von ethischem Anspruch und ökonomischer Zielsetzung –im Kopf- geht das Ministerium für Wirtschaft und Wissenschaft des Saarlandes mit Beispiel voran. Mit zahlreichen Projekten unterstützt unser Haus die nachhaltige Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft. So setzen wir uns für fairen Handel mit Entwicklungsländern ein. Auf Initiative unseres Hauses und im Verbund mit zahlreichen anderen Organisationen haben wir die **Saarbonne-Kaffee-Kampagne** auf den Weg gebracht. In zahlreichen Verkaufsstellen im Saarland ist der fair gehandelte und biologisch angebaute „Saarbonne“-Kaffee erhältlich. Mit der Kaffee-Kampagne wollen wir zu einem gerechteren Welthandel beitragen und vor allem darüber aufklären, dass die Kaufentscheidung des Einzelnen immer Auswirkungen auf andere Prozesse und Menschen hat. Die Kampagne wird übrigens von den evangelischen Kirchen unterstützt.

Darüber hinaus besteht eine enge Kooperation mit der Landesarbeitsgemeinschaft Pro Ehrenamt. Zusammen mit der Landesarbeitsgemeinschaft veranstaltet das Wirtschaftsministerium den **Wettbewerb „Unternehmen im Saarland: aktiv und engagiert“**. Firmen, die sich im Saarland gesellschaftlich oder bürgerschaftlich engagieren, werden mit Preisen ausgezeichnet. So hat in diesem Jahr in der Kategorie „große Unternehmen“ Ford Saarlouis einen ersten Preis erhalten. Ford Saarlouis stellt seit dem Jahr 2000 jeden interessierten Mitarbeiter zwei Tage pro Jahr für ehrenamtliches Engagement bezahlt frei. Die zahlreichen Preisträger zeigen, dass Corporate Social Responsibility in der saarländischen Wirtschaft weit verbreitet ist.

Ein weiteres Beispiel dafür, wie sich im Saarland Politik, Wirtschaft und Gesellschaft gemeinsam engagieren, ist das Projekt: **„Unternehmen für die Region“**. Die Initiative der Bertelsmann Stiftung begleitet im Saarland engagierte Unternehmer und soziale Einrichtungen bei der Erarbeitung und Umsetzung konkreter Projekte unter dem Motto „Jugend – Technik – Beruf“. Ziel ist es, bei Kindern und Jugendlichen Technikbegeisterung zu wecken und ihnen bei der beruflichen Orientierung zu helfen. Denn der schon heute zu spürende Mangel an qualifizierten Fachkräften wird sich in den kommenden Jahren weiter verschärfen. An der Initiative nehmen verantwortlich unter anderem die Nanogate AG, die

Landesarbeitsgemeinschaft „Pro Ehrenamt“ und die Vereinigung saarländischer Unternehmensverbände (VSU) teil. Das Ministerium für Wirtschaft und Wissenschaft unterstützt das Projekt.

Auch beim **Thema Beruf und Familie** übernimmt unser Haus gesellschaftliche Verantwortung. Um im Saarland die Rahmenbedingungen für Familien weiter zu verbessern, sind wir in Kooperation mit dem Familienministerium dabei, bei der IHK Saarland eine zentrale Anlauf- und Beratungsstelle für Unternehmen einzurichten. Die Beratungsstelle wird die saarländischen Unternehmen bei der Einführung familienfreundlicher Maßnahmen unterstützen. Wir brauchen familienfreundliche Strukturen in unseren Unternehmen. Wir brauchen sie für unsere Familien – aber unsere Unternehmen brauchen sie ebenso im Blick auf ihre Situation angesichts der demografischen Entwicklung und des zu erwartenden Defizits an gut ausgebildetem Personal (Fachkräftemangel)

Meine Damen und Herren!

Ich fasse zusammen. Wirtschaft und Ethik sind keine Gegensätze. Im Gegenteil. Der Erfolg der Sozialen Marktwirtschaft beruht gerade auf der Kombination von individuellem Leistungsstreben und sozialer Verantwortung. Unserer Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung ist es in den vergangenen sechzig Jahren durchaus gelungen, die Prinzipien von Markt und Moral zum Wohle aller miteinander zu verbinden. Wobei die konkreten Regeln, nach denen der Wettbewerb auf dem Markt abläuft, ständig an neue Herausforderungen angepasst wurden. Die permanente Fortentwicklung des ordnungspolitischen Rahmens stellt dabei auch weiterhin eine wirtschaftspolitische Kernverantwortung dar.

Auch zahlreiche Unternehmen haben mit der Verknüpfung von betriebswirtschaftlichen und gesellschaftlichen Zielen gute Erfahrungen gemacht. Denn in Zeiten der Globalisierung ist vernetztes Denken in globalen Zusammenhängen und konkretes Handeln auf regionaler Ebene gefragt. Dabei gilt: Je stärker die Konsumenten auf soziale, ökologische und ethische Kriterien und deren Zusammenwirken achten, desto mehr gesellschaftliche Verantwortung werden die Unternehmen übernehmen. Der Markt, d.h. die individuelle Kaufentscheidung der Bürger und Verbraucher, entscheidet letzten Endes, ob ethischmotiviertes nachhaltiges Wirtschaften Gewinn bringt.

Das wiederum zeigt, wie wichtig, wie eng der Zusammenhang zwischen Bildung, auch ethischer Erziehung und erfolgreicher sozialer Marktwirtschaft ist.