

anlassen, einmal gründlicher zu untersuchen, inwieweit die Durchführung ethischer Grundsätze im Geschäftsleben überhaupt möglich ist. Dieses soll weiter unten geschehen. Der Grundgedanke des Begriffes „Wirtschaftlicher Dienst an der Menschheit“ oder kurz „Wirtschaftsdienst“ ist der, daß der Unternehmer, besonders der Fabrikant sein Unternehmen weniger als eine Gelegenheit, um Geld zu verdienen, sondern mehr als eine Pflicht, den Menschen zu dienen, d. h. sie mit den für das tägliche Leben notwendigen Gegenständen zu versorgen oder besser die Anschaffung derselben unter allen Umständen möglich zu machen, auffassen soll. Das letztere Ziel zeitigt dann das Streben, die Waren immer billiger verkaufen zu können. Ford hat dieses Ziel in der Weise angestrebt, daß er hauptsächlich auf die Verbilligung der Herstellungskosten achtete, und hierbei im großen und ganzen das Taylorsystem anwandte. Die letzte Schlußfolgerung dieser Einstellung war bei ihm die Schaffung des sogenannten conveyor (Arbeitsband), sowie die Schaffung einer Einheits-type von Automobilen. Es ist klar, daß bei einer solchen Arbeitsweise eine Verbilligung der Spesen zu erzielen war. Die Schattenseiten des Systems sind aber unter anderen folgende: Die Arbeit am Arbeitsband, an dem jeder Arbeiter in genau vorgeschriebener Zeit je einen Teil auf den an ihm vorbeierollenden, im Entstehen begriffenen Wagen zu montieren hat, ist so eintönig, daß, wie bekannt geworden ist, die meisten Arbeiter diese geistlose Arbeit nur etwa drei Monate aushalten und dann freiwillig auf den höheren Verdienst verzichten. Ein anderer Nachteil ist der, daß nach der erwähnten Fabrikationsmethode nur sehr einfache und leicht gebaute Wagen hergestellt werden können. Der Vorteil, daß weite Kreise des Volkes sich ein Automobil leisten können, ist gewiß sehr zu beachten, andererseits darf aber nicht übersehen werden, daß Ford durch dieses Geschäftssystem sehr reich geworden ist und heute sogar als der reichste Mann der Welt gilt. In welchem Grade er volkswirtschaftliches, also altruistisches, geschäftsethisches Handeln für sich in Anspruch nehmen darf, ist nicht ohne weiteres zu beurteilen. Welche hohe Auffassung Ford aber von seiner Geschäftsethik bzw. von seinem Dienst an der Menschheit hat, geht unter anderem aus folgenden Sätzen hervor, die seinem bereits erwähnten Buch „Mein Leben und mein Werk“ entnommen sind: „Der Versuch, jemandem Geschäfte abzujagen, ist kriminell — kriminell, da man dadurch aus Gewinnsucht die Lebensverhältnisse seiner Mitmenschen zu drücken und die Herrschaft der Gewalt an Stelle der Intelligenz zu setzen sucht. Du sollst die Dienstleistung über den Gewinn stellen. Ohne Gewinn kein ausbaufähiges Geschäft. Dem Gewinn haftet von Natur aus nichts Böses an. Ein

gut geleitetes Unternehmen muß und wird sogar für gute Dienste einen guten Gewinn abwerfen. Der Gewinn muß jedoch nicht die Basis, sondern das Resultat der Dienstleistung sein!!!“

In einer amerikanischen Zeitschrift erschien eine lange Abhandlung über das Thema „Wie viele Geheimnisse darf ein Geschäftsreisender betreffs seiner früheren Stellung verraten?“ Neben vielen Fällen, in denen Reisende in absolut zu verurteilender, häßlicher und leichtsinniger Weise Geheimnisse ihrer früheren Firmen verraten und die betreffenden Firmen verleumdet haben, wird auch folgendes Beispiel angeführt: Die betreffende Firma hatte sich eine Liste von Kunden in einem besonders abgelegenen Bezirk angefertigt, mit denen sie durch jahrelange intensive Werbearbeit in Verbindung gekommen war. Die fraglichen Kunden wurden jahrelang von keiner anderen Seite bearbeitet, und erst nach dem Austritt eines Reisenden hatte sie in dem betreffenden Bezirk auch mit Konkurrenz zu rechnen. Gerade dieses Verhalten des Reisenden wird in der amerikanischen Presse besonders verurteilt. Es fragt sich, inwieweit in einem solchen Falle der Begriff „geheime Kundenliste“ berechtigt ist und ob ein Reisender nach Übertritt zu einer anderen Firma selbst vom ethischen Standpunkt aus nicht die Berechtigung haben soll, die ihm bekannt gewordenen Kunden auch für seine neue Firma zu besuchen.

Eine andere Seite der Geschäftsethik ist eine seit noch nicht langer Zeit hervortretende neue Auffassung des Begriffes „Konkurrenz“. Die etwas freundlichere und sachlichere Einstellung zu den Konkurrenten ist wohl zum Teil auch eine Folge der sich immer mehr ausdehnenden Verbandstätigkeit in allen Geschäftszweigen. Diese gibt den Konkurrenten eine Gelegenheit, sich gegenseitig kennen und schätzen zu lernen und das gemeinsame Abhängen von gewissen Verhältnissen zu erkennen, so daß es zu einer gemeinsamen Interessenwahrnehmung kommt. Andererseits ist die Reklame im Laufe der Zeit, und zwar zum Teil durch mehr psychologische Einstellung so verfeinert worden, daß die groben Mittel im Kampf gegen die Konkurrenz immer mehr verschwinden. Trotzdem tauchen in der Praxis gerade für den Kaufmann, der guten Willens ist, immer wieder schwierige Fragen innerhalb seines Geschäftsgebahrens, von dem gerade die Reklame einen Hauptteil bildet, auf, wo er sozusagen scharf vor „Grenzfragen“ steht, d. h. wo es schwer zu entscheiden ist, ob die Geschäftsethik wenigstens etwas zu ihrem Recht kommt bzw. ob wenigstens noch berechnete Interessenwahrnehmung oder rücksichtslose Konkurrenz vorliegt. Derartige Fragen werden z. B. in einer Abhandlung mit dem Titel: „Is it ethical to point out weaknesses of competitors?“ (deutsch: