

Christliche Ethik ist keine Erfolgsgarantie

Christliche Ethik ist keine Erfolgsgarantie Christliche Ethik ist keine Erfolgsgarantie: Der Unternehmer Joachim Loh, der der Hailo-Gruppe im mittelhessischen Haiger vorsteht, ist der Überzeugung, dass die Anwendung christlicher Grundsätze in Unternehmen keine Erfolgsgarantie darstellt, sondern auch ein Risiko enthalten kann. Auf einer Fachtagung zum Thema "Ethische Brennpunkte im Unternehmen" wies Loh auf die Entwicklung in der Werbung hin: "Hier zählt allein der Erfolg, nicht die Ethik." Ein Beispiel dafür sei die "Geiz-ist-geil"-Kampagne, die Elektrofachmärkten enorme Aufmerksamkeit und zusätzliche Umsätze beschert habe.

Loh berichtete, dass er durch das Einhalten christlich-ethischer Grundsätze in verschiedenen Situationen finanzielle Nachteile erlitten habe. So habe die Weigerung, Schmiergeld zu zahlen, den Verlust eines großen deutschen Versandunternehmens als Kunden zur Folge gehabt. Dennoch rief Loh dazu auf, sich auch im Wirtschaftsleben an christlichen Grundsätzen wie den Zehn Geboten und dem Doppelgebot der Liebe zu orientieren.

Für Christen sei die oberste Priorität, das eigene Leben den Anforderungen Gottes zu unterstellen. Als entscheidend für ethisches Verhalten in einem Betrieb sieht Loh die Führungsebene an: "Es kommt aufs Vorbild an."