



WITTENBERG-ZENTRUM FÜR GLOBALE ETHIK

DISKUSSIONSPAPIER NR. 2014-2

Karl Homann

**Theorien von Markt, Mensch und Moral
oder: wie denken wir über Ethik und Ökonomie?**

Herausgegeben vom

Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e.V.

WZGE 

Haftungsausschluss

Diese Diskussionspapiere schaffen eine Plattform, um Diskurse und Lernen zu fördern. Die Herausgeber teilen daher nicht notwendigerweise die in diesen Diskussionspapieren geäußerten Ideen und Ansichten. Die Autoren selbst sind und bleiben verantwortlich für ihre Aussagen.

URN Nr. urn:nbn:de:gbv:3:2-29281

Korrespondenzanschrift

Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e.V.

Schlossstraße 10

D-06886 Lutherstadt Wittenberg

Tel.: +49 (0) 3491-5079-110

Fax: +49 (0) 3491-5079-150

Email: info@wzge.de

Internet www.wzge.de

Karl Homann
Theorien von Markt, Mensch und Moral
oder: wie denken wir über Ethik und Ökonomie?¹

Einleitung

Die Verteidiger der Marktwirtschaft sind im öffentlichen Diskurs in die Defensive geraten. Intellektuelle Fundamentalkritiker haben die Deutungshoheit gewonnen, ihre Bücher erreichen in kurzer Zeit mehrere Auflagen. Trotz bester Performance nimmt die Kritik an Markt, Wettbewerb und Gewinnstreben der Unternehmen eher zu als ab. Die Einstellung der Deutschen zur Marktwirtschaft seit 1948 beschreibt Thomas Petersen von Allensbach im neuesten Bericht vom November 2013 wie folgt: "Die Ergebnisse der aktuellen Repräsentativumfrage des Instituts für Demoskopie Allensbach ... deuten eher darauf hin, dass weder das Wirtschaftswunder noch das Scheitern der sozialistischen Ökonomien in Ost-Mitteleuropa der stillen Zuneigung der Deutschen zur Wirtschaftsplanung etwas anhaben konnten. Stattdessen gibt es sogar Anzeichen dafür, dass marktwirtschaftliche Prinzipien teilweise an Akzeptanz verlieren."²

Wie bringen wir Ordnung in das Denken über Markt, Mensch und Moral in der Marktwirtschaft?

Ich werde mein Thema in vier Kapiteln abhandeln. Im ersten Kapitel stelle ich drei Typen von theoretischen Einstellungen zur Marktwirtschaft vor. Im zweiten Kapitel werde ich die verschiedenen Kritikpunkte an der Marktwirtschaft herausarbeiten, wie sie in Typ zwei und drei vorgebracht werden. Im dritten Kapitel entwickle ich -- als Antwort auf die Kritik -- den Grundriss einer ökonomisch und ethisch belastbaren Theorie der Marktwirtschaft; dies ist der Typ eins, den ich vertreten werde. Im vierten Kapitel zeige ich, wie die Verteidiger der Marktwirtschaft oft Argumente verwenden, die bei genauerer Betrachtung das Wasser eher auf die Mühlen der Kritiker leiten, oder kürzer und in der Sprache des Fußballs: wie die Verteidiger Eigentore schießen; dabei wird der in Kapitel drei entwickelte Grundriss weiter profiliert.

1. Theorien der Marktwirtschaft

Es gibt historisch und aktuell eine ganze Reihe von Theorien der Marktwirtschaft. Diese Vielfalt ist für diesen Vortrag auf ein handhabbares Maß zu reduzieren. Trotz fließender Übergänge arbeite ich im folgenden mit drei Typen. Im Fokus steht dabei das Verhältnis von Markt, Mensch und Moral in diesen Theorietypen.

¹ Vortrag, gehalten am 7. Mai 2014 an der Bucerius Law School in Hamburg.

² T. Petersen: Stille Liebe zur Planwirtschaft, in: FAZ Nr. 276 vom 27.11.2013, S. 8.

Typ 1: der Typ 1, den ich vertrete, hält die Marktwirtschaft und die soziale Marktwirtschaft ökonomisch und ethisch nicht nur für erlaubt, sondern für geboten. Dies ist die Position aller Klassiker von Adam Smith bis Friedrich August von Hayek, Walter Eucken, Milton Friedman und James M. Buchanan. Den Grund habe ich 1992 so formuliert: die Marktwirtschaft gilt ihnen – und auch mir – als "das beste bisher bekannte Mittel zur Verwirklichung der Solidarität aller Menschen".³

Typ 2: Die Theorien, die ich hier unter dem Typ 2 subsumiere, können ökonomische Erfolge der Marktwirtschaft, die auch ethisch von Bedeutung sind, durchaus anerkennen; im Vordergrund steht aber die Kritik, dass der Marktwirtschaft mit ihren Konnexinstituten Wettbewerb und Vorteils- beziehungsweise Gewinnstreben aus ethischen Gründen Fesseln anzulegen sind. Die Marktwirtschaft muss gebändigt, domestiziert, einhehgt werden, offenbar weil sie gefährlich ist, ihre Ergebnisse müssen korrigiert und Gewinne und Managerbezüge müssen begrenzt werden. Vor allem muss ein Übergreifen ökonomischer Vorteilskalkulationen auf die "Lebenswelt", auf die "Daseinsvorsorge", insbesondere auf die Bereiche Gesundheit und Bildung, verhindert werden. Kurz: Markt, Wettbewerb und Gewinnstreben sind nur unter starken Beschränkungen erlaubt.

Typ 3: Der Typ 3 stellt eine Radikalisierung von Typ 2 dar. Die Kritikpunkte wiegen nach Auffassung seiner Vertreter so schwer, dass sie die Marktwirtschaft, wie sie sich gegenwärtig empirisch darstellt, als ganze als moralisch nicht akzeptabel ansehen. Diese Position findet sich sowohl im konservativen Lager, wo dann der Verfall der Werte und Tugenden beklagt wird, wie auch im eher linken Lager, wo gut 20 Jahre nach der Implosion des Sozialismus wieder über neue Varianten von Sozialismus und über massive Staatseingriffe in die entfesselte, "neoliberal" genannte Marktwirtschaft nachgedacht wird. In beiden Lagern gibt es dazu aber, wenn überhaupt, nur sehr dürrtliche beziehungsweise wolkige Verbesserungsvorschläge; der dürrttigste stammt von Frank Schirmmacher: "nicht mitspielen".⁴

Ich werde im folgenden zunächst die wichtigsten Punkte der Kritik an der Marktwirtschaft, die in den Typen 2 und 3 genannt werden, herausarbeiten.

2. Kritik an der Marktwirtschaft

Die Kritik an der Marktwirtschaft im öffentlichen Diskurs oszilliert immer zwischen einer Kritik an konkreten Defiziten empirischer Marktwirtschaften und einer systematischen Kritik an grundlegenden Elementen dieses Systems beziehungsweise am System als ganzem. Ich werde den Akzent auf die systematischen Kritikpunkte legen. Gruppieren lässt sich diese Kritik um drei inhaltliche Theoriekomplexe: (a) das Menschenbild, (b) den Markt mit seinen Konnexinstituten Wettbewerb und Gewinnstreben und (c) die Rolle des Staates.

a) Kritik am Menschenbild

³ K. Homann, F. Blome-Drees: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen 1992, S. 49.

⁴ F. Schirmmacher: Ego, 2. Aufl., München 2013, S. 287.

Ein zentraler Kritikpunkt betrifft das Menschenbild, das der Marktwirtschaft beziehungsweise der Theorie der Marktwirtschaft nach Meinung der Kritiker zu Grunde liegt und das von der Theorie im Wege einer Selffulfilling Prophecy in Realität übergeht. Verkörpert ist dieses Menschenbild im berühmt-berüchtigten Homo oeconomicus.

Der Mensch der Marktwirtschaft hat danach nur seine eigenen Vorteile im Sinn. Er strebt unentwegt nach größeren Vorteilen gegenüber anderen, er ist getrieben von Maßlosigkeit und Gier. Dabei geht dieses Streben zunehmend auf materielle und monetäre Vorteile. Es geht ums Haben statt ums Sein, um Ansammlung von Konsumgütern, besonders solchen, die der Mensch eigentlich gar nicht braucht.

Dies führt zu einer Kommerzialisierung aller sozialen Bezüge. Die Kritik richtet sich besonders gegen den Nobelpreisträger Gary S. Becker, der sogar Heiraten und generatives Verhalten der ökonomischen Vorteils-/Nachteils-Kalkulation unterwirft. Die "Ökonomisierung aller Lebensverhältnisse" greift über auf Bereiche wie Bildung und Gesundheit, auf den ganzen Bereich der so genannten "Daseinsvorsorge", wo sie nach Meinung der Kritiker zerstörerisch wirkt. Konservative Kritiker wie Frank Schirrmacher und Meinhard Miegel beklagen den Verfall der menschlichen Werte und Tugenden; die Durchdringung der Marktwirtschaft mit der neuen Informationstechnologie macht den Menschen maschinengerecht (Schirrmacher), und die Menschen in der Marktwirtschaft werden permanent überfordert und schließlich krank (gemacht) (Miegel).

Als Hintergrundfolie für diese Kritik am Menschenbild der Marktwirtschaft beziehungsweise der Theorie der Marktwirtschaft dient ersichtlich das klassische Ideal des humanistischen und aufklärerischen Menschenbildes: der Mensch, der, als ganzer Mensch von höheren Werten, Idealen geleitet ist, soll ein selbstbestimmtes Leben in Gemeinschaft mit anderen Menschen führen können. Eine Bestätigung findet man neuerdings sogar in den Ergebnissen der experimentellen Wirtschaftsforschung, die ein wesentlich reichhaltigeres Menschenbild mit Präferenzen für Fairness und (reziproken) Altruismus zu Tage gefördert hat.

Die Ethik setzt gegen dieses Menschenbild, das sich in der Realität immer weiter durchsetzt, Werte und Tugenden wie den "ehrbaren Kaufmann" oder den alten "Bankier", sie arbeitet mit Appellen und Schuldzuweisungen und setzt - seit Platons Zeiten - auf die rechte Erziehung besonders mithilfe von Vorbildern.

b) Kritik an Markt, Wettbewerb und Gewinnstreben

Der zweite Komplex der Kritik betrifft den Markt mit seinen Konnexinstituten Wettbewerb und Gewinnstreben. Sie richtet sich zum ersten gegen den "Mythos", dass die "unsichtbare Hand" des Adam Smith auf Märkten automatisch den "Reichtum der Völker", das "Gemeinwohl", hervorbringen soll. Zum zweiten wird in immer neuen Wendungen geltend gemacht, dass der Wettbewerb national und international die Solidarität unter den Menschen zerstört. Zum dritten führt der Wettbewerb, wiederum national und international, zu einer stark ungleichen Verteilung: die Schere zwischen Arm und Reich öffnet sich immer weiter. Zum vierten sind die Unternehmen nicht auf das Gemeinwohl oder die wahren Bedürfnisse der Menschen aus, sie streben vielmehr ausschließlich nach privaten Gewinnen. Und schließlich ist zum fünften einfach nicht nachzuvollziehen, dass die Top-Manager ein Mehrhundertfaches des Durchschnittseinkommens ihrer Mitarbeiter beziehen.

Zur Korrektur dieser Defizite der empirischen Marktwirtschaften und der Theorie der Marktwirtschaft wird in Bezug auf diesem Problemkomplex zum einen der Staat gefordert; dafür kann man sich dann auf liberale Protagonisten der Marktwirtschaft wie Adam Smith und Walter Eucken berufen. Der Staat muss die Auswüchse des Marktes verhindern, die Marktergebnisse durch Umverteilung korrigieren und den Menschen Sicherheit vor allzu mächtigen Spielern und dem - heute globalen - Wettbewerb garantieren. Schließlich müssen die Bezüge der Manager gedeckelt werden - auf höchstens das 25-fache des durchschnittlichen Einkommens der Facharbeiter in ihrem Unternehmen: alles, was darüber hinausgeht, wird mit der Autorität des Philosophen als "ungerecht" qualifiziert.

c) Kritik an der neoliberalen Politik

Was die Rolle der Politik betrifft, sind es besonders vier Punkte, die ethische Kritik herausfordern. Erstens ist die Politik für die forcierte Globalisierung verantwortlich, die Globalisierung, die die sozialen Sicherungssysteme drastisch beschneidet und die die Südländer in der EU zu so genannten "Reformen" zwingt, die ihrer Kultur und ihrem Lebensstil widersprechen. Zweitens hat sich die Politik dem Diktat der Wirtschaft, besonders der großen, "systemrelevanten", Banken ausgeliefert. Drittens schließlich führt das politisch ermöglichte System zur Privatisierung der Gewinne und zur Sozialisierung der Verluste. Viertens schließlich versagt die Politik bei den langfristigen Gemeinschaftsaufgaben wie besonders bei Umwelt- und Klimaschutz sowie bei der Bekämpfung der weltweiten Armut.

Die normative Basis für diese Kritik bildet die Vorstellung, dass der Staat, das politische System, für das Gemeinwohl, für die allgemeinen Interessen zu sorgen und die Partikularinteressen, besonders der Unternehmen, in die Schranken zu weisen hat. Dabei wird seit einigen Jahrzehnten der traditionell normativ aufgeladene Begriff des Staates durch den Begriff der Demokratie abgelöst: Danach ist die einzig akzeptable Legitimationsgrundlage der Wille aller Bürger. Dann wird argumentiert, dass die neoliberale Politik kaum im Interesse aller Menschen liegt und deswegen einer massiven Kritik unterzogen werden muss.

d) Die Grundstruktur dieser Theorien

Statt einer Zusammenfassung dieses Kapitels will ich abschließend die theoretische Grundstruktur dieses Denkens beziehungsweise dieser Theorien ins Bewusstsein heben und die Frage stellen, ob solches Denken zukunftsfähig sein kann.

Durchgängig liegt diesem Denken die Vorstellung zu Grunde, dass der Markt auf dem Prinzip des Egoismus, des Eigeninteresses allein beruht und dass es Aufgabe der Ethik ist, dieses Eigeninteresse zu überwinden oder zumindest in die Schranken zu weisen. Ökonomie, wie sie nach Meinung der Kritiker in der Marktwirtschaft verstanden wird, und Moral beziehungsweise ihre Theorieformen Ökonomik und Ethik stehen in einem systematischen Gegensatz zueinander; d.h. sie sind nicht aufeinander oder auf eine gemeinsame Wurzel zurückzuführen. Ich bezeichne diese Vorstellung als Dualismus von Moral und Ökonomie, von Ethik und Ökonomik.

Da nun aber durchweg von allen Ethikern, aber auch von der Öffentlichkeit und der Politik, der Primat von Moral und Ethik über Ökonomie und Ökonomik angenommen wird, muss die Ökonomie durch die Moral "gebändigt" werden. Diese Forderung richtet sich primär an jeden einzelnen; dies führt zu der verbreiteten moralischen

Aufrüstung. Da solche Appelle an jeden einzelnen nun aber offenkundig nur selten erfolgreich sind, wird nach mehr oder weniger autoritären Politikmaßnahmen gerufen, um die Moral gegen die Wirtschaft durchzusetzen; so wird etwa eine "Durchbrechung" des Gewinnprinzips⁵ gefordert. Den Fluchtpunkt solchen Denkens legt in aller intellektuellen Redlichkeit ein so verdienstvoller Autor wie Hans Jonas offen, wenn er in ähnlichem Zusammenhang für "eine wohlwollende, wohlinformierte und von der richtigen Einsicht beseelte Tyrannis"⁶ plädiert.

Mich hat von Beginn meiner Beschäftigung mit wirtschaftsethischen Fragen die Sorge umgetrieben, dass dann, wenn zwischen Moral und Ökonomie beziehungsweise Ethik und Ökonomik wirklich ein systematischer Gegensatz besteht, unter den Bedingungen der modernen Welt immer Moral und Ethik den kürzeren ziehen werden. Das war für mich Grund genug zu versuchen, das Verhältnis von Markt, Mensch und Moral anders zu denken.

3. Grundriss einer Theorie der Marktwirtschaft

Ich komme damit zum Typ 1 der Theorien, für den die Marktwirtschaft "das beste bisher bekannte Mittel zur Verwirklichung der Solidarität aller Menschen" ist, um mich noch einmal selbst zu zitieren. Dies zu begreifen, ist nicht ganz einfach, weil es grundlegenden moralischen Intuitionen, die wir aus unserer Sozialisation mitbringen, diametral zu widersprechen scheint. Dieser Widerspruch zu unseren Intuitionen bedeutet aber nicht einen Widerspruch gegen die Prinzipien dieser Moral, im Gegenteil: Freiheit und Würde jedes einzelnen und die Solidarität aller Menschen, also die grundlegenden Prinzipien der abendländisch-christlichen Ethik, bleiben auch in dieser Konzeption von Marktwirtschaft unverändert in Geltung und geben den Maßstab für die ethische Beurteilung von Handlungen und Institutionen ab.

a) Problemstruktur

Was das Verständnis der moralischen Qualität der Marktwirtschaft so schwierig macht, ist ein Problem, das im Übergang von der vormodernen zur modernen Gesellschaft neu auftritt. Wenn man dieses Problem nicht in Rechnung stellt, kann man die moralische Qualität der Marktwirtschaft auch beim besten Willen nicht verstehen. Als Lebenserfahrung jedoch ist das Problem so geläufig, dass es in Sprichwörter kondensiert ist: Der Ehrliche ist der Dumme, oder: Hannemann, geh' du voran! Es ist das Problem der Ausbeutbarkeit freiwilliger individueller moralischer Handlungen durch weniger moralische Mitstreiter oder Konkurrenten.

Diese Ausbeutbarkeit freiwilligen individuellen moralischen Handelns begegnet in zwei Kontexten: zum einen bei der Erstellung von Gemeinschaftsgütern, wie zum Beispiel Umwelt- und Klimaschutz, Korruptionsbekämpfung, Finanzmarktstabilität, freier Handel, Steuerehrlichkeit u.v.a.m. So zahlt der ehrliche Steuerzahler nicht nur "seine" Steuern, darüber hinaus muss er auch noch die durch Hinterziehung anderer entstandenen Steuerausfälle kompensieren, was er zu Recht als ungerecht, als

⁵ P. Ulrich: Unternehmensethik und "Gewinnprinzip", in: H.G. Nutzinger (Hrsg.): Wirtschaftsethische Perspektiven III: Unternehmensethik, Verteilungsprobleme, methodische Ansätze, Berlin 1996, S. 137-171, hier 156.

⁶ H. Jonas: Das Prinzip Verantwortung, Frankfurt am Main 1984, S. 262.

Ausbeutung empfindet. Zum anderen begegnet dieses Problem im Wettbewerb: wer unter Bedingungen des - heute globalen - Wettbewerbs aus moralischen Gründen freiwillig kostenträchtige moralische Vor- und Mehrleistungen erbringt, die vom Markt nicht honoriert werden, zum Beispiel Investitionen in Klimaschutz tätigt, setzt sich der Gefahr aus, von seinen weniger moralischen Konkurrenten, die das nicht tun und so Kosten sparen, ausgebeutet zu werden, er gerät in Wettbewerbsnachteil und muss am Ende vielleicht sogar aus dem Markt ausscheiden.

Diese beiden Kontexte Gemeinschaftsgüter und Wettbewerb sind für moderne Gesellschaften mit marktwirtschaftlicher Ordnung konstitutiv. Der Wettbewerb, der in der Vormoderne für die Wirtschaft ethisch und politisch unterbunden wurde, wird in der Moderne zum Systemimperativ, dem sich niemand dauerhaft entziehen können soll - auch die "sanften Heinriche" nicht, die den Wettbewerb gar nicht wollen; es wird gewissermaßen der vormoderne Bock zum modernen Gärtner gemacht. Die Gemeinschaftsgüter hatten in der Vormoderne eher lokalen Charakter und konnten daher durch informelle soziale Kontrollen gesichert werden; demgegenüber werden sie in der Moderne auf größere anonyme Bereiche, heute auf die ganze Welt, ausgedehnt, wo solche informellen sozialen Kontrollen nur noch eine sehr begrenzte Wirksamkeit entfalten können.

Diese neue Problemstruktur wird von mir mit dem Begriff der Ausbeutbarkeit moralischen Handelns der Einzelnen belegt. Abbilden lässt sie sich in dem spieltheoretischen Modell des Gefangenendilemmas. Dieses Modell zeigt, dass bei dieser Problemstruktur und Anreizstruktur Defektieren, also unmoralisches Handeln, die dominante Strategie ist. Das ist in erster Linie nicht darauf zurückzuführen, dass alle Akteure pure Egoisten und allein von der Gier getrieben wären, was in Einzelfällen durchaus auch so sein kann, sondern darauf, dass sich die Akteure, die eigentlich moralisch handeln wollen, nur so gegen die drohende Ausbeutung durch ihre weniger moralischen Konkurrenten schützen können. Solange keine besonderen Vorkehrungen getroffen sind, müssen sich die einzelnen durch präventive Gegenausbeutung gegen die Gefahr des Ausgebeutet-Werdens verteidigen.

Der Wettbewerb ist nun nichts anderes als ein Gefangenendilemma auf derselben Marktseite, also etwa unter zwei Gebrauchtwagenhändlern. Der einzige Unterschied zwischen dem Wettbewerb und den Gemeinschaftsgütern besteht darin, dass wir bei Gemeinschaftsgütern die Gefangenendilemmastruktur überwinden und zu kooperativem Handeln gelangen wollen, während wir beim Wettbewerb diese Struktur aufrechterhalten und Kooperationen, also Kartelle, verhindern wollen. Entscheidend jedoch ist: Problem- und Anreizstruktur sind identisch: jeder muss, unter Umständen nach Lernprozessen, die Ausbeutung durch weniger moralische Konkurrenten oder "Trittbrettfahrer" befürchten. In einer solchen Situation moralisch handeln, "hieße eher, sich selbst als Beute darbieten -- wozu niemand verpflichtet ist -- als seine Friedensbereitschaft zu zeigen".⁷ Was bedeutet das für die Theoriebildung? Eine Theorie, die dieses Problem der Ausbeutbarkeit nicht scharf stellt und darauf eine belastbare und im Alltag praktikierbare Antwort gibt, ist keine Theorie, sondern lediglich eine Ansammlung mehr oder weniger plausibler Intuitionen und Impressionen.

b) Moralisches Handeln unter diesen Bedingungen

⁷ T. Hobbes: Leviathan, Frankfurt am Main 1984, S. 100 (Kap. 14).

Nachdem die Problemstruktur in dieser Weise herausgearbeitet ist, fällt die Antwort auf die Frage, wie individuelles moralisches Handeln unter Bedingungen von Markt, Wettbewerb und Gewinnstreben möglich ist, leicht: es ist nur möglich, wenn es gegen solche Ausbeutung moralischen Handelns geschützt ist. Das ist auf zweifache Weise - und in ihren diversen Mischformen - möglich.

Entweder zahlt sich moralisches Handeln (am Markt) aus. Das ist beispielsweise der Fall, wenn integere Unternehmen Reputation aufbauen und dadurch als attraktive Interaktionspartner gelten, deshalb Aufträge erhalten oder auf dem Arbeitsmarkt die besseren Mitarbeiter rekrutieren können. Moral wird dann ein Produktionsfaktor. Es ist Aufgabe des Managements, diesen Faktor neben den anderen Produktionsfaktoren zum Wohl des Unternehmens zu entwickeln. Moral als individuelle Selbstbindung an bestimmte Werte verschafft auf diese Weise Wettbewerbsvorteile. Viele engagierte Unternehmer/Manager haben diesen Fall im Auge, wenn sie für mehr Moral in den Unternehmen werben oder den "ehrbaren Kaufmann" reaktivieren wollen. Doch das funktioniert keineswegs immer. In zahllosen anderen Fällen, in denen Moral keine Wettbewerbsvorteile verschafft, sondern nur Nachteile beschert, muss sie auf eine andere Weise zur Geltung gebracht werden.

Oder die Ausbeutbarkeit individuellen moralischen Handelns wird dadurch beseitigt, dass die anderen/die Konkurrenten denselben Moralstandards unterworfen werden. Dies geschieht durch Regeln, durch sanktionsbewehrte Regeln; dabei sind die Sanktionen so auszugestalten, dass sich unmoralisches Handeln wie Korruption, Umweltverschmutzung, Bilanzfälschungen usw. für den Akteur selbst nicht mehr lohnen. Hier besteht die Lösung in einer kollektiven Selbstbindung, die durch den Staat, aber auch durch freiwillige Selbstverpflichtungen von Branchen oder Berufen organisiert werden kann.

Beiden Fällen ist gemeinsam, dass moralisches Handeln einzelner und einzelner Unternehmen schon aus Eigeninteresse möglich ist beziehungsweise möglich sein muss. Das bewusste oder unmittelbar handlungsleitende Interesse muss also nicht das Eigeninteresse sein, aber aufgeklärtes, nachhaltiges Eigeninteresse muss schon ausreichen, um moralisch zu handeln. Alle Moral braucht damit eine ökonomische Fundierung in dem allgemeinen Sinn, dass es mit nachhaltigen individuellen Vorteilserwartungen verknüpft sein muss. Analog zur Rede der Bibel über den Sabbat heisst das: die Moral ist für den Menschen gemacht, nicht der Mensch für die Moral.

c) Die Marktwirtschaft als moralisches Unternehmen

Jetzt sind wir in der Lage, die Marktwirtschaft als ganze als ein moralisches Unternehmen aufzuweisen und dabei die Vorwürfe der Kritiker zu entkräften.

Die Moral in der Marktwirtschaft liegt grundlegend nicht in den Handlungen und ihren Motiven – da unterliegen die Akteure den Imperativen des Wettbewerbs -, sondern in der sanktionsbewehrten Rahmenordnung. Diese kanalisiert die einzelnen Wettbewerbshandlungen in Richtung auf das Wohl aller; dabei fallen die Vorteile für alle über die ganz normalen Austauschprozesse auf Märkten an. Wie die Fairness im Fußball nicht nur, aber grundlegend durch die Spielregeln und den Schiedsrichter sichergestellt wird, wird die Moral durch die Rahmenordnung, durch Regulierung des Wettbewerbs also, gewährleistet. Moral kann in der Marktwirtschaft nicht als

Handlungsmoral aufgefasst werden. Moral ist in einer Marktwirtschaft zweistufig ausgestaltet, als Handlungsmoral und, diese bedingend, als Ordnungsmoral.

Damit ist auch der Kritik, die Protagonisten der Marktwirtschaft glaubten an die "unsichtbare Hand" des Adam Smith und an einen Automatismus der Wohlstandsgenerierung allein durch Märkte, der Wind aus den Segeln genommen. Alle Verfechter der Marktwirtschaft stimmen darin überein, dass die "unsichtbare Hand" des Marktes der "sichtbaren Hand des Rechts" (E.-J. Mestmäcker) bedarf, um den "Reichtum der Völker" zu befördern. In einer Ethik für die Marktwirtschaft werden die moralischen Ergebnisse der Marktwirtschaft von den handlungsleitenden Motiven der Akteure abgekoppelt. Dies ist der Sinn des berühmten Satzes von Adam Smith: "Nicht vom Wohlwollen des Metzgers, Brauers oder Bäckers erwarten wir unsere Mahlzeit, sondern von deren Bedachtnahme auf ihr eigenes Interesse. Wir wenden uns nicht an ihre Menschenliebe, sondern an ihre Eigenliebe und sprechen nie von unseren eigenen Bedürfnissen, sondern von ihren Vorteilen."⁸

Das bedeutet weiter, dass die Marktwirtschaft, indem sie dem Wohl aller dient, der Solidarität aller, dies in einer unpersönlichen, quasi emotionslosen, nicht von Solidaritätsgefühlen geleiteten Weise tut. Marktwirtschaft ist Solidarität mit Fremden, mit Menschen, die ich nie gesehen habe und nie sehen werde, ja, an die ich nicht einmal denke. Dass sie der Solidarität aller dient, wird durch die Rahmenordnung - nochmals: nicht durch entsprechende solidarische oder altruistische Motive - gewährleistet. Papst Benedikt XVI bezeichnete in seiner Sozialenzyklika "Caritas in veritate" 2009 die soziale Ordnung als "den institutionellen -- wir können auch sagen politischen -- Weg der Nächstenliebe".⁹

Ferner wird deutlich, dass sich in der Marktwirtschaft Wettbewerb und Solidarität nicht widersprechen müssen, wie die Kritiker meinen: der Wettbewerb - und in seiner Folge das Gewinnstreben der Unternehmen - sind in einer Marktwirtschaft kein Selbstzweck, sie stehen vielmehr im Dienst der Solidarität. Der Wettbewerb dient den Menschen durch gute, preiswerte, innovative Güter und Dienstleistungen, durch Innovationen und ihre schnelle Diffusion sowie durch den Abbau von Machtstellungen, die immer wieder mal entstehen; der Wettbewerb ist nach Franz Böhm "das großartigste und genialste Entmachtungsinstrument der Geschichte".¹⁰

d) Der Homo oeconomicus

Problematischer ist die Rolle des Homo oeconomicus, weil diesbezüglich die ökonomische Theorie selbst unklar ist. Denn nicht nur von Kritikern, sondern auch von professionellen Vertretern der Ökonomenzunft wird er als das "Menschenbild" der Ökonomen verstanden. Wie wir schon immer wussten und die experimentelle Wirtschaftsforschung der letzten Jahrzehnte vielfach gezeigt hat, ist der als generelles Menschenbild verstandene Homo oeconomicus gründlich falsifiziert. Zu erklären aber ist, warum Ökonomen dennoch in vielen Kontexten weiterhin erfolgreich mit ihm arbeiten.

⁸ A. Smith: Untersuchung über Wesen und Ursachen des Reichtums der Völker, Tübingen 2005, S. 98.

⁹ Benedikt XVI.: Enzyklika "Caritas in veritate", 2009, Zi. 7.

¹⁰ F. Böhm: Demokratie und ökonomische Macht, in: Institut für ausländisches und internationales Wirtschaftsrecht (Hrsg.): Kartelle und Monopole im modernen Recht, 2 Bde., Karlsruhe 1961, Bd. 1, S. 3-24, hier 22.

Meine Lesart ist die folgende¹¹: in Gefangenendilemmastrukturen, also im Wettbewerb und bei Gemeinschaftsgütern mit dem Problem der Ausbeutbarkeit, gibt es starke Anreize für die Akteure, sich wie ein Homo oeconomicus zu verhalten - aus Gründen nicht der Gier, sondern der Selbstverteidigung gegen mögliche Ausbeutung. Da Wettbewerb auf Märkten und Gemeinschaftsgüter, wo diese Struktur immer vorliegt, die dominanten Theorieprobleme der Ökonomen sind und bleiben werden, kann die Ökonomik auf das Konstrukt des Homo oeconomicus als Analyseinstrument nicht verzichten. Dieses Konstrukt erlaubt, die aggregierten Resultate in solchen Strukturen zu erklären und bei Reformvorschlägen ex ante abzuschätzen, ob diese Vorschläge in der Praxis stabil bleiben können. Der Homo oeconomicus fungiert als Prüfinstrument: wie wir nur TÜV-geprüfte Autos in den Verkehr lassen, so kann ein Ökonom nur solche Institutionen empfehlen, die den Homo-oeconomicus-Test erfolgreich bestanden haben; andernfalls werden sie über kurz oder lang instabil werden, weil immer mehr Akteure auf die Defektion umschalten.

e) Zusammenfassung

Ich fasse zusammen: wer die moralische Qualität der Marktwirtschaft verstehen beziehungsweise beurteilen will, darf nicht auf die Handlungen und die unmittelbar handlungsleitenden Motive der Akteure schauen, weil er dann an der falschen Adresse sucht. Er muss vielmehr das ganze zweistufige System von Handlungen und Handlungsbedingungen, von Spielzügen und Spielregeln, in den Blick nehmen und erst dann urteilen, ob diese Wirtschaftsordnung den Menschen mehr und nachhaltiger dient als andere Wirtschaftsordnungen. Empirische Marktwirtschaften haben sich an diesem Bild messen und gemäß dieser Konzeption reformieren zu lassen. Die moralische Qualität der Marktwirtschaft ist intuitiv nicht zu erkennen, sondern nur theoretisch; dabei hat sich die Analogie zum Fußballspiel mit der Unterscheidung von Spielzügen und Spielregeln immer als besonders hilfreich herausgestellt.

4. Eigentore der Verteidiger der Marktwirtschaft

Ich war davon ausgegangen, dass die Protagonisten der Marktwirtschaft im öffentlichen Diskurs in die Defensive geraten sind. Auch die Wissenschaft hilft da nicht weiter, wenn etwa ein renommierter Ökonom, ehemaliger Vorsitzender des Sachverständigenrats, erklärt, das Ziel der Unternehmen sei die Gewinnerzielung, und wenn er dabei in Tonfall und Körpersprache deutlich erkennen lässt, wie unangenehm, ja peinlich ihm dieses Eingeständnis ist. Ich werde in diesem abschließenden Kapitel zeigen, wie die Verteidiger der Marktwirtschaft durch weit verbreitete Argumentationen dem Gegner Tür und Tor öffnen und/oder, schlimmer noch, selbst Eigentore schießen.

a) Moralische Elemente in der Marktwirtschaft

Wenn es um Fragen von Markt, Mensch und Moral geht, verweisen die Verteidiger der Marktwirtschaft bevorzugt auf die verschiedenen Beiträge, die

¹¹ Vgl. dazu K. Homann: Vorteile und Anreize, Tübingen 2002, S. 69-93.

marktwirtschaftliche Aktivitäten zur Verwirklichung moralischer Intuitionen leisten. Hier werden vor allem genannt: (1) Zahlung von Steuern, aus denen öffentliche Ausgaben für Kultur, Bildung u.a.m. finanziert werden, (2) Schaffung von Arbeitsplätzen, (3) Erziehung zur Eigenständigkeit, (4) Erziehung zu Sekundärtugenden wie Fleiß, Disziplin, Pünktlichkeit. Hinzu kommen drei weitere ethisch ausgezeichnete Beiträge, die ich im folgenden detaillierter diskutieren werde: (5) Stärkung der Freiheit, verstanden als Wahlfreiheit, (6) Produktion der Mittel für Umverteilung, also für das "Soziale" der sozialen Marktwirtschaft, und (7) die Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung durch die Unternehmen, von Corporate Social Responsibility, CSR.

So richtig das alles im einzelnen auch ist, in Hinsicht auf eine Rechtfertigung der Marktwirtschaft als ganzer ist diese Argumentation völlig kontraproduktiv. Um den grundlegenden Fehler deutlich zu machen, erinnere ich an meine ethische Rechtfertigung der Marktwirtschaft: Sie ist "das beste bisher bekannte Mittel zur Verwirklichung der Solidarität aller Menschen". Der grundlegende Fehler liegt darin, dass der Systemzusammenhang aufgelöst wird und die einzelnen Elemente isoliert betrachtet und isoliert ethisch beurteilt werden. Wichtige Elemente, die nur im Systemzusammenhang ethisch zu rechtfertigen sind, verlieren bei isolierter Beurteilung ihre moralische Qualität; das ist besonders der Fall, wenn solche ethischen Beurteilungen unseren moralischen Intuitionen widersprechen.

Dies gilt vor allem für den Wettbewerb und seine Folgen als da sind: Entlassungen, Firmenzusammenbrüche, Standortverlagerungen, also all das, was wir euphemistisch als Strukturwandel bezeichnen, sowie das Gewinnstreben der Unternehmen. In einzelnen Wettbewerbshandlungen gibt es immer "Verlierer", also Akteure, die dieses Mal nicht zum Zuge kommen. Doch das tut der moralischen Qualität des Systems Wettbewerb im Rahmen einer Marktwirtschaft keinen Abbruch, solange sich die Wettbewerber an die Spielregeln halten und nicht immer dieselben Gruppen nur verlieren. Unter Bedingungen moderner Funktionssysteme, die nur als Systeme so leistungsfähig sind, müssen sich die einzelnen Handlungen konsistent nach den Spielregeln der Systeme richten; andernfalls verliert das System seine Leistungsfähigkeit und erodiert.

Wenn also bei unserer ethischen Beurteilung der Elemente ihre Funktion im Systemzusammenhang gedanklich ausgeblendet wird, kommt es zu systematischen Fehlurteilen. Nur zwei Beispiele: dann dürfen Unternehmen, so lange sie schwarze Zahlen schreiben, keine Entlassungen vornehmen – so die Auffassung eines amtierenden Bundesministers –, und die Bezüge der Topmanager dürfen das 25-fache des durchschnittlichen Facharbeiterlohnes nicht übersteigen – so ein renommierter Philosoph; auf den Wettbewerb, in dem die Unternehmen stehen, wird in beiden Urteilen kein Gedanke verschwendet. Es kommt dann zu interventionistischen und systemwidrigen Vorschlägen, denen wahlkämpfende Politiker irgendwann Folge leisten müssen – Mindestlöhne, Erweiterung der Rentenansprüche, weitere Beschränkung der Mietpreissteigerung u.a.m.

Das Ergebnis: wenn die ethische Beurteilung der Marktwirtschaft von der Funktion der einzelnen Elemente im System Marktwirtschaft abstrahiert und sie isoliert betrachtet, werden die Gegner der Marktwirtschaft zum Angriff geradezu eingeladen. Eine in der skizzierten Weise legitimierte Marktwirtschaft ist theoretisch nicht zu verteidigen. Oder anders gesagt: das Tor ist für die Gegner sperrangelweit offen!

Aber es kommt noch schlimmer: die Verteidiger schießen in vielen Fällen selbst auch noch Eigentore. Dies will ich an drei wichtigen und weit verbreiteten Rechtfertigungsversuchen demonstrieren.

b) Die Freiheit in der Marktwirtschaft

Der moderne Staat und besonders der demokratische Staat haben als Grundlage und Ziel die Freiheit der Bürger. Diese allgemeine Freiheit kommt jedem Menschen als Grundrecht zu. Nach verbreiteter Interpretation impliziert dieses Recht auf allgemeine Freiheit auch die Freiheit, ein Unternehmen zu gründen und zu leiten und die entsprechenden Erträge anzueignen. Dieses Verständnis findet eine starke Unterstützung darin, dass die unternehmerische Freiheit in unserer Rechtsordnung aus Art. 12 GG, Freiheit der Berufswahl, abgeleitet wird. Die unternehmerische Freiheit bekommt damit ebenfalls *Grundrechtsstatus*. Sie gilt als das wirtschaftliche Pendant der politischen Freiheit in der Demokratie: beides gehört untrennbar zusammen.

Diese Argumentation ist meines Erachtens als kapitaless Eigentor einzustufen. Die Auslegung der unternehmerischen Freiheit als individuelles Grundrecht bestätigt (1) implizit den Vorwurf der Kritiker, sie diene allein dem Privatinteressen der Unternehmer/Manager/Shareholder; sie verleiht dem Shareholder das Recht, sich die Taschen mit Geld voll zu stopfen. Sie provoziert (2) den Vorwurf, sie verstoße gegen den Grundsatz, dass *Grundrechte für alle Menschen gleich* sein müssen, weil die Shareholder und Manager über deutlich größere Freiheitsspielräume als ihre Mitarbeiter verfügen oder als die Millionen junger, gut ausgebildeter Arbeitsloser in der EU. Lisa Herzog hat soeben genau diesen Vorwurf erhoben.¹²

Franz Böhm, Jurist und einer der Väter unserer sozialen Marktwirtschaft, hat demgegenüber zwischen der allgemeinen Freiheit als Grundrecht und der "Gewerbefreiheit" strikt unterschieden: mag die Letztere *rechtstechnisch* analog zu einem Grundrecht ausgelegt werden, hat sie für ihn *systematisch* jedoch einen ganz anderen Charakter. Sie beruht nämlich auf "einer sozialen Auftragszuständigkeit, die der Rechtfertigung durch den sozialen Nutzen bedarf".¹³ Unternehmen sind nach Böhm als *von der Gesellschaft und zum Nutzen der Gesellschaft* eingerichtete Organisationen zu betrachten: Sie sind Agenten gesellschaftlicher - und nicht privater - Wertschöpfung. Dafür bekommen sie die Freiheiten zugewiesen, derer sie bedürfen, um der Gesellschaft effizient zu dienen, und diese Freiheiten sind - wie die Befugnisse von Brandmeistern und Kapitänen - mit Recht situationsbedingt sehr ungleich im Vergleich mit den Freiheiten beziehungsweise Befugnissen der Normalbürger und der "Untergebenen" zu gestalten. Die Aussicht der Eigentümer auf private Gewinne dient lediglich als Anreiz, diese gesellschaftliche Aufgabe effizient zu erfüllen; zwingend damit verbunden werden muss natürlich das Verlustrisiko und die Haftung für Fehlentscheidungen.

c) Das „Soziale“ in der Marktwirtschaft

Ein hochrangiger und verdienstvoller Unionspolitiker formulierte in einer kleinen Diskussionsrunde die eigene und allgemein gängige Auffassung von sozialer

¹² Vgl. L. Herzog: Freiheit gehört nicht nur den Reichen, München 2013, S. 13 und 45.

¹³ F. Böhm: Freiheit und Ordnung in der Marktwirtschaft, Baden-Baden 1980, S. 203.

Marktwirtschaft so: die Marktwirtschaft wird erst durch den Zusatz des "Sozialen" moralisch akzeptabel.

Auch dies ist ein kapitaless, vielleicht sogar spielentscheidendes, Eigentor. Damit wird nämlich im Umkehrschluss die Botschaft transportiert, die Marktwirtschaft als solche sei eigentlich unmoralisch. Wenn in der Hintergrundvorstellung die Marktwirtschaft als unmoralisch gilt und nur die sozialen Korrekturen moralisch sind, dann folgt, dass man, da die Moral ja wichtiger ist als die Ökonomie, den Markt und seine Ergebnisse permanent korrigieren muss, um das Unternehmen Marktwirtschaft moralisch akzeptabel zu machen. Dann wird an der Marktwirtschaft so lange herumgedoktert, bis von der Marktwirtschaft und ihren Prinzipien nichts mehr übrig bleibt. Seit den Verhandlungen zur Bildung der großen Koalition sind wir alle Zeugen eines solchen Prozesses.

Wir müssen das "Soziale" in der sozialen Marktwirtschaft grundlegend anders denken, wenn unsere Wirtschaftsordnung Zukunftsfähigkeit und Akzeptanz bei den Bürgern gewinnen soll. Das sieht etwa so aus: die Marktwirtschaft als solche ist ein soziales, ein moralisches Unternehmen in dem Sinne, wie ich das weiter oben entwickelt habe. Die soziale Marktwirtschaft ist auch für mich die bessere Marktwirtschaft, aber nicht, weil sie den Markt einschränkt, bündigt, korrigiert, sondern weil sie ihn erst richtig in Schwung bringt. Durch soziale Sicherung ermutigt sie die Menschen zu risikoreicheren Investitionen in Sach- und besonders in Humankapital. Sozialpolitik ist, richtig ausgestaltet, produktiv: auch das konnten wir in Deutschland live miterleben seit Beginn der Finanzkrise 2007.

Die grundlegende Idee lässt sich durch ein Bild illustrieren, das auf den großen österreichischen Nationalökonom Joseph Schumpeter¹⁴ zurückgeht. Er vergleicht die Sozialpolitik in der Marktwirtschaft mit der Bremse im Auto: tritt man auf die Bremse, fährt das Auto langsamer und kommt vielleicht sogar zum Stehen; aber die Funktion eines guten Bremssystems besteht doch darin, im Normalbetrieb schneller fahren zu können als ohne Bremsen.

d) Corporate Social Responsibility, CSR

Die Unternehmen haben in den letzten 10 Jahren auf die schwindende Akzeptanz Ihrer Tätigkeit mit verstärktem Engagement in CSR reagiert. Dabei werden nach verbreiteter, auch politisch favorisierter Auffassung unter CSR solche gesellschaftlichen und ökologischen Aktivitäten verstanden, die über das Kerngeschäft hinausgehen und von den Unternehmen freiwillig getätigt werden. Eine CSR-Bilanz gehört zum Standard bei Unternehmen, die etwas auf sich halten.

Auch diese Verteidigung der Marktwirtschaft ist ein Eigentor. Abgesehen davon, dass die Gesellschaft den Unternehmen diese Engagements nicht dankt - das Wort vom "Ablasshandel" macht die Runde -, liegen die Dinge ganz ähnlich wie beim Verständnis des "Sozialen": wenn die ethische Rechtfertigung der Marktwirtschaft auf Aktivitäten gegründet wird, die über das Kerngeschäft der Unternehmen hinausgehen, dann wird dieses Kerngeschäft selbst, wiederum im Umkehrschluss, als eine Veranstaltung zur rein privaten Gewinnerzielung eingestuft und damit als

¹⁴ Vgl. J.A. Schumpeter: Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie, 3. Aufl., München 1972, S. 146.

unmoralisches Privileg der Starken, Reichen, Leistungsfähigen bestätigt – und zwar von den Verteidigern der Marktwirtschaft selbst!

Wie ist das Verhältnis von CSR und Kerngeschäft theoretisch belastbar und im Unternehmensalltag praktikierbar zu bestimmen?

Die grundlegende gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen, ihr Auftrag, besteht, wie wir gesehen haben, darin, die Bevölkerung mit guten, preiswerten und innovativen Gütern und Dienstleistungen zu versorgen. Ihre Aufgabe und gesellschaftliche Verantwortung besteht in ihrem Kerngeschäft. Unternehmen sind als Agenten gesellschaftlicher Wertschöpfung zu begreifen. Was über dieses Kerngeschäft hinausgeht, lässt sich gegenüber der Gesellschaft nur rechtfertigen, wenn es dieses Kerngeschäft, diese ihre Hauptaufgabe, nachhaltig unterstützt. Dann ist die Grenze von CSR dort zu ziehen, wo entsprechende Aktivitäten das Kerngeschäft nicht mehr unterstützen, sondern beeinträchtigen. Anders formuliert: CSR ist nur soweit legitim, wie sich diese Engagements als Investitionen in die nachhaltige Fortführung des Kerngeschäfts zum Wohl aller interpretieren lassen.

In diesem systematischen Rahmen – und nur um den kann es in diesem Vortrag gehen -- lässt sich vieles rechtfertigen, aber keineswegs alles, was gegenwärtig unter CSR läuft und von den Unternehmen mit moralischem Druck erwartet wird. Es ist Aufgabe des Managements, alle laufenden und geplanten CSR-Aktivitäten auf ihren Bezug zum Kerngeschäft hin zu überprüfen. So lässt sich zum Beispiel gut begründen, dass sich Unternehmen nicht nur um die Erzielung von Gewinnen kümmern sollen, sondern auch um eine Verbesserung der Bedingungen für eine nachhaltig erfolgreiche Geschäftstätigkeit. Dies kann die – legitime - Pflege des regionalen Umfelds ebenso beinhalten wie die Beteiligung an ordnungspolitischen Diskursen zur Sicherung der marktwirtschaftlichen Ordnung. Um wenigstens ein Beispiel zu nennen, das auf den ersten Blick nicht einleuchtet: die IT-Unternehmen im Raum Dresden engagieren sich im Kampf gegen Rechtsradikalismus. Was hat das mit dem Kerngeschäft zu tun? Ganz einfach: Sie sind darauf angewiesen, ihre hochqualifizierten Fachkräfte weltweit zu rekrutieren, und das wird bei einem ausländerfeindlichen Umfeld schwierig werden.

Schlussbemerkung

Wir leben in Deutschland in und von der Marktwirtschaft, und wir leben nicht schlecht von ihr. Aber in unserem Denken über Markt, Mensch und Moral haben wir die Orientierung verloren. Die Frage ist, wie lange ein solches Herumirren noch ohne spürbare Folgen für unseren Wohlstand und unsere Freiheit bleiben kann. Es ist die Aufgabe von Wissenschaft, Politik und Wirtschaft, sich neu über die Grundlagen der sozialen Marktwirtschaft zu verständigen und so einen wichtigen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft zu leisten.

WITTENBERG-ZENTRUM FÜR GLOBALE ETHIK

DISKUSSIONSPAPIERE

- Nr. 2014-1 **Andreas Suchanek**
Moralisches Urteilsvermögen
- Nr. 2013-2 **Dietmar Kokott, Andreas Suchanek**
Vereinbarkeit von Familie und Beruf in Deutschland – Vorbildrolle von Führungskräften in der Wirtschaft
- Nr. 2013-1 **Karl Homann**
Die wissenschaftliche Konzeption des Wittenberg Center for Global Ethics (WCGE) und die Rolle der Unternehmen
- Nr. 2012-5 **Andreas Suchanek, Martin von Broock**
Stakeholder-Dialoge: Investitionen in ein gemeinsames Spielverständnis
- Nr. 2012-4 **Karl Homann**
Theoriestrategien der Wirtschaftsethik
- Nr. 2012-3 **Andreas Suchanek**
Vertrauen in die Führungseliten aus Sicht der Wissenschaft
- Nr. 2012-2 **Karl Homann**
Werte und Interessen in der Entwicklungszusammenarbeit
- Nr. 2012-1 **Ibrahim Bangura**
Liberia: The Transition from Destruction to Post-War Reconstruction
- Nr. 2011-5 **Ibrahim Bangura**
Higher Education and Economic Development in Sierra Leone
- Nr. 2011-4 **Andreas Suchanek**
Freiheit braucht Bindung
- Nr. 2011-3 **Jan Sammek**
Discussing Industry Self-Regulation: The Contribution of a Transactional and Institutional Perspective
- Nr. 2011-2 **Andreas Suchanek, Martin von Broock**
Konzeptionelle Überlegungen zum „Leitbild für verantwortliches Handeln in der Wirtschaft“
- Nr. 2011-1 **Sebastian Maucher**
Schattenseiten der Transparenz
- Nr. 2010-3 **Andreas Suchanek, Nick Lin-Hi**
Gute und verantwortungsvolle Unternehmensführung als Zusammenarbeit zum gegenseitigen Vorteil

Nr. 2010-2

Andreas Suchanek

Wir brauchen eine alltagstaugliche Ethik

Nr. 2010-1

Michael Geronimo Festl

Der Zerfall der Sein-Sollen-Schranke als Herausforderung
für die praktische Philosophie

Weitere Diskussionspapiere finden Sie unter Veröffentlichungen auf www.wzge.org