



WITTENBERG-ZENTRUM FÜR GLOBALE ETHIK

DISKUSSIONSPAPIER NR. 2014-4

Karl Homann

Die moralische Qualität der Marktwirtschaft

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:3:2-34407

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

Die moralische Qualität der Marktwirtschaft

Vortrag auf dem HHL Forum 2014

am 20. November 2014 in Leipzig

Die Akzeptanz der Marktwirtschaft ist laut Meinungsumfragen in Deutschland in einem langfristig stabilen Trend auf etwa 50 % gesunken und schwankt in Abhängigkeit von der wirtschaftlichen Lage um diesen Wert. Dabei artikulieren die Menschen ihre Vorbehalte und ihre Kritik dominant in ethischen Kategorien: Sie beklagen Egoismus, Gier, Ökonomismus und ein materialistisches Menschenbild, und sie vermissen Solidarität und soziale Gerechtigkeit (vgl. K. Homann, C. Gruber: Die Marktwirtschaft und ihre intellektuellen Kritiker. Kritik einer Kritik, hrsg. vom Roman Herzog Institut e.V., München 2014; hier kostenlos zu beziehen). Wie ist es also um die moralische Qualität der Marktwirtschaft bestellt?

1. Die Marktwirtschaft als moralisches Unternehmen

Den *Maßstab* für die Beurteilung von Handlungen, Handlungssystemen und ihren Ergebnissen als "moralisch" findet die abendländisch-christliche Tradition bis heute in dem letzten Ziel des Menschen. Dieses wird klassisch als *Eudaimonia* bezeichnet, bis ins 18. Jahrhundert übersetzt mit (innerweltlicher) "Glückseligkeit"; heute würden wir von "Glück" sprechen oder eher von einem "gelingenden Leben" für alle Menschen. Darüber herrscht in der Ethik weitgehend Konsens.

Im ersten Schritt können wir dieses Ziel in zwei Prinzipien konkretisieren: es sind dies die *Freiheit und Würde jedes Einzelnen* und die *Solidarität aller Menschen*. Auch darüber herrscht weitgehend Konsens. Diese Prinzipien können dann immer weiter konkretisiert werden, was das Arbeitsgebiet der Ethik ausmacht.

Dieses letzte Ziel des Menschen mit seinen Konkretisierungen bildet den *einzigsten Maßstab*, nach dem die moralische Qualität der Marktwirtschaft zu bestimmen ist. Die Marktwirtschaft lässt sich nur als Mittel zur Realisierung dieser Prinzipien und dieses Ziels ethisch rechtfertigen. Dies zu betonen ist deshalb so wichtig, weil es im öffentlichen Diskurs eine Reihe anderer Versuche zur ethischen Rechtfertigung der Marktwirtschaft gibt, die, wie ich im zweiten Teil an drei Beispielen zeigen will, allesamt nicht belastbar sind.

Die moralische Qualität der Marktwirtschaft besteht darin, dass sie, um mich selbst zu zitieren, "das beste bisher bekannte Mittel zur Verwirklichung der Solidarität aller Menschen" ist (K. Homann, F. Blome-Drees: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen 1992, S. 49). Dies sei für die wichtigsten Elemente kurz gezeigt.

1. Das *Privateigentum* findet seine ethische Rechtfertigung nicht im Nutzen für den Eigentümer, der darauf einen naturrechtlichen Anspruch hätte, sondern im Nutzen für die Gesellschaft. Der Grund: Privateigentum führt anders als Kollektiveigentum mit

seiner "Tragik der Allmende" zu einer effizienten Nutzung der Ressourcen. Daher gilt: Privateigentum ist sozialer als Gemeineigentum.

2. Der *Wettbewerb* sorgt für gute und preiswerte Güter und Dienstleistungen, er sorgt für Innovationen und ihre schnelle Diffusion, und er lässt Machtpositionen, die in einer Marktwirtschaft immer wieder mal entstehen, auch wieder erodieren. Hier gilt: Wettbewerb ist solidarischer als Teilen. Der Grund: die Vorteile des Wettbewerbs kommen nicht wie beim Teilen nur den Beschenkten, sondern allen Marktteilnehmern zugute.

Es ist hier auf mehrere Punkte aufmerksam zu machen. Indem die Vorteile allen zugute kommen, auch denen, die der Anbieter gar nicht persönlich kennt, handelt es sich in der Marktwirtschaft um eine Solidarität ohne solidarische Motive und ohne persönliche Beziehungen zu den Vorteilsnehmern; es handelt sich um eine, wie Ingo Pies sagt, "Solidarität mit Fremden".

Zugleich konfrontiert der Wettbewerb das moralische Handeln der Menschen mit besonderen Schwierigkeiten: wer aus moralischen Gründen kostenträchtige Vor- und Mehrleistungen erbringt, die vom Markt nicht honoriert werden, läuft Gefahr, dass diese Leistungen von weniger moralischen Konkurrenten ausgebeutet werden; der Akteur gerät in Wettbewerbsnachteil und muss am Ende vielleicht sogar aus dem Markt ausscheiden. Dies ist das Grundproblem für moralisches Handeln in einer Marktwirtschaft. Die Lösung dieses Problems besteht darin, dass die Konkurrenten denselben Moralstandards unterworfen werden, und das probate Mittel dazu sind sanktionsbewehrte Regeln, Institutionen; diese können formeller (Recht) und/oder informeller Art (Moral, Konventionen) sein. Wir müssen also zwischen Handlungen und Handlungsbedingungen, zwischen Handlungen und Regeln, oder in der Sprache des Sports: zwischen Spielzügen und Spielregeln, unterscheiden. Auf dieser Unterscheidung fußt ein grundsätzlich zweistufiges System von Ethik: die Fairness wird grundlegend, wenn auch nicht ausschließlich, durch sanktionsbewehrte Regeln garantiert, und der Wettbewerb findet in den Spielzügen statt. Jede moderne Ethik muss unter diesen Bedingungen – mindestens -- zweistufig entwickelt werden, als Handlungsethik und Bedingungsethik, oder als Handlungsethik und Ordnungsethik, Institutionenethik; dass wir noch eine dritte Ebene, das Spielverständnis, brauchen, wird im weiteren Verlauf des Tages noch zur Sprache kommen (vgl. M. von Broock: Spielzüge, Spielregeln, Spielverständnis. Eine Investitionsheuristik für die soziale Ordnung, Marburg 2012). Dabei muss die Ordnungsethik insofern als grundlegend betrachtet werden, als die Ordnung bestimmt, welche Handlungsoptionen für die Einzelnen möglich, attraktiv oder weniger attraktiv sind.

Der Akteur muss im Wettbewerb auf seinen Vorteil achten, er agiert also immer – zumindest auch -- aus Eigeninteresse. Es ist die Rahmenordnung, das Regelsystem für den Wettbewerb, die bzw. das sein Handeln in die Richtung auf das Gemeinwohl, wenn ich diese Kurzformel hier benutzen darf, kanalisiert. So werden Raub, Erpressung, Betrug, Preisabsprachen, Finanz- und Devisenmarktmanipulationen u.v.a.m. gesetzlich verboten und mit Sanktionen belegt, während der Wettbewerb über bessere Leistungen zum Wohl der Allgemeinheit entfesselt wird. Dass das solidarische Ergebnis ohne solidarische Motive zustande kommt, ist kontraintuitiv und stellt eine besondere Schwierigkeit für unser Verständnis der moralischen Qualität der Marktwirtschaft dar.

Eine weitere kontraintuitive Implikation besteht darin, dass man untragbare, ja zum Himmel schreiende moralische Zustände wie Hunger, Armut, Kindersterblichkeit usw. primär nicht auf personale Defizite der handelnden Akteure wie Egoismus, Gier, bösen oder schwachen Willen zurechnen darf, sondern auf Regeldefizite zurechnen muss; die Überwindung dieser Zustände erfolgt daher grundlegend durch Regelreformen und nicht durch moralische Aufrüstung der Einzelnen.

3. Aus der Logik des Wettbewerbs ergibt sich, dass die Unternehmen nach möglichst hohen nachhaltigen *Gewinnen* streben müssen. Die Logik des Wettbewerbs zwingt auch die heutigen Marktführer, permanent Ressourcen zu maximieren, weil sie morgen oder übermorgen von ihren Konkurrenten überholt und aus dem Markt gedrängt werden können. Von diesem Mechanismus der präventiven Maximierung der Ressourcen als dem *Systemimperativ* (nicht "Motiv") der Marktwirtschaft profitiert die Allgemeinheit, weil so Wachstum im weitesten Sinn, also einschließlich Gesundheit, höherer durchschnittlicher Lebenserwartung und reicher kultureller Erfahrungen, entsteht.

4. Auch die Gewerbefreiheit, die *unternehmerische Freiheit*, lässt sich ethisch nur dadurch rechtfertigen, dass sie der Allgemeinheit dient. Die genaue Ausgestaltung und Begrenzung der unternehmerischen Freiheit muss auf das langfristig nachhaltige Gemeinwohl zugeschnitten werden. Franz Böhm, einer der Väter unserer Sozialen Marktwirtschaft, argumentiert, dass die unternehmerische Freiheit in unserer Verfassung an Art. 12 GG, Berufsfreiheit, angehängt und damit *rechtstechnisch* analog zu den Grundrechten ausgelegt wird, dass sie aber *systematisch* nicht als Grundrecht aufzufassen ist; für Böhm hat sie "den Charakter einer sozialen Auftragszuständigkeit, die der Rechtfertigung durch den sozialen Nutzen bedarf" (Freiheit und Ordnung in der Marktwirtschaft, in: Grundtexte zur Freiburger Tradition der Ordnungsökonomik, hrsg. von N. Goldschmidt und M. Wohlgemuth, Tübingen 2008, S. 299 - 312, hier 307). Unternehmen sind aufzufassen als Agenten gesellschaftlicher (!) Wertschöpfung. Die Gewinne, die Unternehmen anstreben, sind daher keine "Lizenz" für die Shareholder, sich die Taschen mit Geld voll zu stopfen – so die verbreitete Vorstellung beim Unternehmenbashing; sie sind vielmehr der notwendige Anreiz, diese gesellschaftliche Aufgabe effizient zu erfüllen. Wir sind deswegen so gut mit Fleisch, Bier und Brot versorgt, weil an deren Produktion privat verdient wird.

Bisher habe ich gezeigt, dass die Marktwirtschaft im Kern ein moralisches Unternehmen ist, weil sie mit ihren zentralen Institutionen -- und allen weiteren Vorkehrungen, auf die ich hier nicht weiter eingehen kann -- der Allgemeinheit, der Solidarität aller dient. Wer unternehmerische Entscheidungen ethisch rechtfertigen will, *muss immer auf diesen Grund rekurrieren*. Allerdings muss die Rechtfertigungsstrategie zweistufig sein: da die Marktwirtschaft, ich zitiere mich nochmals, "das beste bisher bekannte Mittel zur Verwirklichung der Solidarität aller Menschen" ist, gilt es, das System auch mit seinen inhärenten Härten -- Wettbewerb, Firmenzusammenbrüche, Standortverlagerungen, Entlassungen, kurz und euphemistisch: "Strukturwandel" -- aufrechtzuerhalten und nicht durch permanente Interventionen, seien sie auch noch so sehr "moralisch" motiviert, zu untergraben.

2. Eigentore der Verteidiger der Marktwirtschaft

Ich will jetzt im zweiten Teil an drei Beispielen zeigen, wie viele Protagonisten der Marktwirtschaft in der Absicht, diese ethisch zu rechtfertigen, Argumentationen verwenden, die eher den Kritikern der Marktwirtschaft in die Karten spielen. Kurz und in der Sprache des Fußballs gesagt: die Verteidiger schießen Eigentore.

Das Soziale in der Sozialen Marktwirtschaft. In der Öffentlichkeit und bis in die Spitzen der Politik verbreitet ist folgende Denk- und Argumentationsweise: die Marktwirtschaft wird erst durch den Zusatz des Sozialen moralisch akzeptabel. Bei dieser Argumentation handelt es sich um ein klassisches Eigentor. Wer so denkt und redet, transportiert nämlich im Umkehrschluss die Auffassung, dass die Marktwirtschaft als solche eigentlich unmoralisch ist. Da Moral und Ethik wichtiger sind als Ökonomie und Ökonomik, lässt sich daraus dann für die Politik leicht die Folgerung ableiten, dass der Markt mit Wettbewerb und Gewinnstreben der Unternehmen aus moralischen Gründen eingeschränkt, gebändigt, domestiziert werden muss. Diese Auffassung provoziert also permanente sozialpolitische Eingriffe in Marktprozesse; es wird so lange an den Marktergebnissen herumgedoktert, bis von der Marktwirtschaft nicht mehr viel übrig bleibt.

Gegen diese Auffassung ist geltend zu machen, dass es die Marktwirtschaft -- immer natürlich unter einer geeigneten Rahmenordnung -- ist, die für den Wohlstand breiter Bevölkerungskreise verantwortlich zeichnet und deswegen schon als solche, also auch ohne den Zusatz des Sozialen, eine moralische Qualität hat. Das Soziale darf daher nicht als Gegenmaßnahme zu Markt, Wettbewerb und Gewinnstreben gedacht werden, sondern vielmehr als Verbesserung, Steigerung der Funktionsfähigkeit der Marktwirtschaft und ihrer moralischen Qualität. Die Idee, die hinter diesen holzschnittartigen Ausführungen zu einem theoretisch und praktisch belastbaren Verständnis des "Sozialen" in der Sozialen Marktwirtschaft steht, lässt sich mit dem großen österreichischen Ökonomen Joseph A. Schumpeter durch folgenden Vergleich veranschaulichen. Die Sozialpolitik gleicht der Bremse im Auto: tritt man auf die Bremse, fährt das Auto langsamer und kommt vielleicht sogar zum Stehen; aber der Sinn eines guten Bremssystems besteht darin, im Normalbetrieb schneller fahren zu können als ohne Bremsen (vgl. Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie, München 1972, S. 146). Das Ergebnis: Die Soziale Marktwirtschaft ist die *bessere* Marktwirtschaft, aber sie muss die bessere *Marktwirtschaft* bleiben. Sozialsysteme als solche sind keineswegs schon moralisch: auch die Mafia und, wie wir seit kurzem wissen, sogar der IS haben Sozialsysteme.

Corporate Social Responsibility (CSR). Gedrängt vom öffentlichen Diskurs verweisen Unternehmen zur Rechtfertigung ihres Tuns zunehmend gern darauf, dass sie zusätzlich zu ihrem Kerngeschäft freiwillig "gesellschaftliche Verantwortung", CSR, übernehmen. Auch dies ist ein Eigentor. Der Grund: wenn die moralische Qualität der Unternehmenstätigkeit an den Engagements festgemacht wird, die über das Kerngeschäft hinausgehen, dann wird die moralische Qualität, wiederum im Umkehrschluss, dem Kerngeschäft selbst abgesprochen; dieses dient dann nur noch der privaten Aneignung von Gewinnen. Damit aber bestätigen die Verteidiger der Marktwirtschaft genau die Sicht ihrer Kritiker und untergraben das Bewusstsein der moralischen Qualität der Marktwirtschaft und ihres Kerngeschäfts.

Demgegenüber muss eine theoretisch und praktisch belastbare ethische Rechtfertigung der marktwirtschaftlichen Ordnung im öffentlichen Diskurs immer wieder geltend machen, dass dem Markt mit seinen Systemimperativen Wettbewerb und Gewinnstreben wegen der überragenden Wohlfahrtswirkungen eine hohe moralische Qualität zukommt. Die primäre gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen liegt darin, die Gesellschaft mit guten, preiswerten und innovativen Gütern und Dienstleistungen zu versorgen, also in ihrem Kerngeschäft. Wer daher die Moral auf Engagements jenseits des Kerngeschäfts verlagert, gibt diesen Gedanken preis und zieht sich den Vorwurf des "Ablasshandels" zu, der bereits die Runde macht. Es geht ihm wie den Brasilianern im Halbfinale gegen Deutschland: er liegt zur Halbzeit 5 : 0 zurück und hat keine Chance, dies in der zweiten Halbzeit, also durch noch so viel CSR, zu kompensieren.

Unternehmen schaffen Arbeitsplätze. Wenn diese Aussage zur ethischen Rechtfertigung der Marktwirtschaft herangezogen wird, bekommt das Schaffen von Arbeitsplätzen den Charakter einer moralischen Verpflichtung. Da Moral aber nach allgemeiner Auffassung Vorrang vor ökonomischen Überlegungen haben muss, sehen sich Unternehmen dann sogleich mit der Forderung konfrontiert, die explizit etwa von Frank Walter Steinmeier erhoben wurde, dass sie niemanden entlassen dürfen, solange sie noch schwarze Zahlen schreiben. Das ist ökonomisch unsinnig und daher (!) langfristig schädlich für das Gemeinwohl, für die Allgemeinheit.

Als rein positive Aussage ist der Satz jedoch richtig: primär sind es die Unternehmen – und nicht der Staat --, die die Arbeitsplätze schaffen. Auch wird niemand bestreiten, dass die Schaffung von Arbeitsplätzen moralisch erwünscht ist. Aber wenn man diesen Satz normativ interpretiert und zur ethischen Rechtfertigung der Marktwirtschaft hochstilisiert, wird er falsch. Das sieht man schon daran, dass in dieser Hinsicht der Sozialismus mit seiner Arbeitsplatzgarantie für alle der Marktwirtschaft haushoch überlegen gewesen ist; mehr braucht man zu diesem Argument wohl nicht zu sagen.

Ich habe hier ein positiv grundiertes Bild der Marktwirtschaft gezeichnet. Das ist dem Ziel meines Beitrags geschuldet darzulegen, dass die Marktwirtschaft als moralisches Unternehmen konzipiert ist und dies auch sein kann. Damit habe ich keinesfalls die empirischen Marktwirtschaften rechtfertigen wollen. Im Gegenteil. Man braucht ein solches positiv grundiertes Leitbild, um auf dieser Basis die Defizite der empirischen Marktwirtschaften zu erkennen sowie der Kritik unterziehen und Reformen die Richtung weisen zu können.

WITTENBERG-ZENTRUM FÜR GLOBALE ETHIK

DISKUSSIONSPAPIERE

- Nr. 2014-3 **Christian Kirchner, David Ehmke**
Regulierung der Managementvergütung im Kreditsektor
- Nr. 2014-2 **Karl Homann**
Theorien von Markt, Mensch und Moral oder: wie denken wir über Ethik und Ökonomie?
- 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.wcge.org