

Me'M Denkfabrik für Wirtschaftsethik

Menschliche Marktwirtschaft

DIE FALSCH E ETHIK DES ÖKONOMISMUS

Als Rechtfertigungstheorie der Ökonomisierung der
Lebensverhältnisse

Ökonomisch-Philosophische Herbstakademie – Alanus Hochschule

20.09.2012

Ulrich Thielemann
www.mem-wirtschaftsethik.de

„Ökonomik ist Ethik“

- Wirtschaftsethik ist kein „Thema“.
- Es gibt kein Jenseits von Richtig und Falsch.
 - „Moral für Manager. Die Finanzkrise führt dazu, dass immer mehr Studenten Kurse zum **Thema Wirtschaftsethik** belegen.“ 22.2.09, Der Tagesspiegel. – **„Relevante Werte** für Manager können und müssen in allen Phasen der Ausbildung vermittelt werden.“ Das sehen BWL-Professoren weltweit laut einer Umfrage der Leibniz Uni Hannover ähnlich. Von den knapp 1750 Befragten möchte die große Mehrheit ihren Studenten **nicht nur Fachwissen** mit auf den Weg geben, sondern vor allem auch bestimmte Werte.“
- Die Ökonomik (das „Fachwissen“) selbst ist seiner eigenen Sinnintention und seinem Geltungsanspruch nach im Ganzen normativ. Wertfreiheit als Ideologie der Immunisierung: Es kann ethisch nicht falsch sein, was Ökonomen sagen.
- (Integrative) Wirtschaftsethik ist die kritische Reflexion der unausweichlichen Normativität des Wirtschaftens und der Theorien, die dieses leiten. – Und nicht als „Anwendung“.
 - Das neue Paradigma einer ethisch-integrierten Ökonomik: Wie setzen wir uns mit dem Marktwettbewerb ins Verhältnis und wie ist dies ethisch zu beurteilen?
- „Das Normative steckt immer schon in der ökonomischen Ratio drin!“ Peter Ulrich
- „Ökonomik ist Ethik“ – allerdings bloß eine „implizite“, „verschwiegene“ Ethik. Karl-Heinz Brodbeck

Die Ethik der Ökonomik

- „Die Ökonomen“ sind die „konsequentesten Fürsprecher des Marktes“. Friedrich Breyer
 - Genauer: Das Marktprinzips (das verschiedene Auslegungen kennt)
- Ökonomismus = Ethik der Rechtfertigung des Marktprinzips
 - Einzelwirtschaftlich: „Rationalität“ („Erfolg“, instrumentelle Vernunft, Durchsetzungsrationalität, Homo oeconomicus)
 - Gesamtwirtschaftlich: „Effizienz“

Drei mögliche Paradigmen der Normativität des Wirtschaftens

1. Identität: Marktlogik und ethische Vernunft fallen zusammen.
 - **Ökonomismus**
2. Separierung: Die Marktlogik ist ethisch neutral.
 - **Reflexionsstopp, Naturalisierung (impliziter Ökonomismus)**
3. Integration: Die Marktlogik bedarf der ethischen Einbettung und Moderierung – auf verschiedenen institutionellen Ebenen.
 - **Vernunftethik des Wirtschaftens**

(Reiner) Ökonomismus als Ethik ohne Moral

- Motto: „Vernünftig ist, was rentiert.“ Max Frisch
- **Rechtfertigung** des Eigeninteressenstrebens des Homo oeconomicus bzw. seines „unbändigen Vorteilsstrebens“ (Karl Homann). „Moralbegründung aus [genauer: der] Interessen“ (ders.).
- 3 Wege
 1. „Freiheit“
 2. „Ethik zahlt sich langfristig aus“
 3. „Effizienz“

Die libertäre Rechtfertigung des Marktprinzips

- “The political principle that underlies the market mechanism is unanimity. In an ideal free market resting on private property, no individual can coerce any other, all cooperation is voluntary, all parties to such cooperation benefit or they need not participate.” Milton Friedman (1970)
- “Freiheit” als Marktfreiheit: Das Recht, von seiner Marktmacht (Kaufkraft, Produktivität) in allen Stücken „freien“ Gebrauch zu machen.
- Negierung aller positiven Gerechtigkeit (Fairness, Solidarität)
- Negierung aller anderen und entgegenstehenden Dimensionen der Freiheit
 - Persönliche Freiheit: Zwang zur Erhaltung der „Wettbewerbsfähigkeit“
 - „Die Konkurrenz unterwirft den einzelnen der Kontrolle des Marktes, entmachtet ihn weitgehend, zwingt zur Leistungssteigerung, nötigt zu dauernden Anpassungen...“ Walter Eucken (1990: 237)
 - Politische Freiheit: Politik als „Standortpolitik“
 - „Deutschland muss das Unternehmerkapital hofieren, weil nur dadurch Innovationen, Wachstum und Arbeitsplätze gewährleistet sind.“ Hans-Werner Sinn (2005)
 - „Wir haben das Glück, dass die politischen Beschlüsse in den USA dank der Globalisierung größtenteils durch die weltweite Marktwirkung ersetzt wurden. Mit Ausnahme des Themas der nationalen Sicherheit spielt es kaum eine Rolle, wer der nächste Präsident wird. Die Welt wird durch Marktkräfte regiert.“ Alan Greenspan (2007)

Der „Business Case for Ethics“

- „Nachhaltiger Erfolg ist nur zu erreichen, wenn die legitimen Interessen aller Stakeholder berücksichtigt werden.“ Henning Schulte-Noelle, Allianz AG
- Ethik ohne Moral + Rechtfertigung von Gewinnmaximierung

4 Gegenargumente

1. Konventionalistisches Ethikverständnis – Vormoderne Katalogethik
2. Annahme der ethischen Neutralität der Gewinnerzielung – „Mit gutem Gewissen zu satten Renditen“?
3. Opportunismus – Konfusion von Legitimität und Akzeptanz
4. Ethik des Rechts des Stärkeren – Wer sind die „relevanten“ Stakeholder?

Gewinnmaximierung

- Gewinn*maximierung* heißt, *alles* zu tun, damit die Gewinne *so hoch wie möglich* sind.
- Missverständnisse
 - Gewinnmaximierung ist in sich bereits langfristig ausgelegt. „Langfristige Gewinnmaximierung“ ist ein Pleonasmus. „Kurzfristige Gewinnmaximierung“ eine Widerspruch in sich.
 - Es geht um die langfristige („nachhaltig“ durchsetzbare) Erfolgsbilanz des Investors, nicht um den dauerhaften Bestand des Unternehmens.

Die ethische Zurückweisung des „Gewinnprinzips“

- Gewinnmaximierung ist unter gar keinen Umständen rechtfertigungsfähig.
- Nicht das Gewinnprinzip, sondern das Moralprinzip muss letztlich maßgeblich sein.
- Wer Gewinne maximiert,
 - behandelt andere „bloß als Mittel“, statt „als Zweck“ (Kant),
 - er ist ihnen gegenüber „fertig“. „Mit anderen Worten, er tritt die Wurzel der Humanität mit Füßen.“ (Hegel)

Legitimes Gewinnstreben

- Gewinn ist nicht die letzte Maßgabe des unternehmerischen Handelns. Gewinn ist vielmehr ein Gesichtspunkt neben anderen.
- *Gewinnerzielung* ist legitim. *Gewinnmaximierung* ist es a priori illegitim.

Die neue Radikalität im Management

- „Es gilt, Wertgenerierung als Leitziel aller Managementanstrengungen konsequent zu etablieren. Für das Setzen radikaler Schnitte gibt es noch viel Potenzial.“ *McKinsey (2001)*
 - Die Präsenz rentabilitätsfremder Gesichtspunkte: Soziale Marktwirtschaft, „embedded economy“ (Polanyi)
- „There’s one thing securities analysts will never understand, and that’s business . They believe that companies make money. Companies make shoes.“ *Peter Drucker (1989)*

Die Ökonomisierung der Welt

- Ökonomisierung ist der Prozess der Elimination aller marktfremden Gesichtspunkte aus den (auch marktlichen) Interaktionsverhältnissen.
 - Gesichtspunkte der Fairness und der Sinnhaftigkeit
- Ökonomismus lässt sich als Rechtfertigungstheorie der Ökonomisierung der Welt fassen.
- Gewinnmaximierung ist die (unternehmensbezogene) Praxis der Ökonomisierung der Welt.
- Wer ist das Subjekt der Ökonomisierung?
 1. Der Homo oeconomicus
 2. Der Wettbewerb

Indizien für die Präsenz marktfremder Gesichtspunkte

- „Ich bedaure es zutiefst, dass heute alle Gedanken um das eine zu kreisen scheinen... Es geht nur noch ums Geld. Auch in der Unterhaltungsbranche. Vielleicht gerade da.“ Seitdem von Bülow mit dem Zeichnen von Cartoons „irgendwie leben“ konnte, war Geld für ihn „nie das Entscheidende“. Spiegel: Was dann? Von Bülow: „Andere Fragen wie etwa: Ist die Idee gut?“ Vicco von Bülow, Spiegel, 2006
- „Nicht vom Wohlwollen des Metzgers, Brauers oder Bäckers erwarten wir das, was wir zum Essen brauchen, sondern davon, dass sie ihre eigenen Interessen wahrnehmen. Wir wenden uns nicht an ihre Menschen -- sondern an ihre Eigenliebe, und wir erwähnen nicht die eigenen Bedürfnisse, sondern sprechen von ihrem Vorteil.“ Adam Smith
 - „Weil die Marktwirtschaft dem Bäcker mehr Freiheit lässt als der Sozialismus, produziert sie mehr Brot. Smith meinte aber nicht, dass der Bäcker den Ofen erst ab 25 Prozent Rendite anheizt, oder nur, wenn er die Löhne der Gesellen minimieren darf.“ Hagelüken, A.: Die Zeit der Gier ist vorbei, SZ.

Die Elimination marktfremder Gesichtspunkte

- In Tat und Wahrheit aber zahlt GE in den USA keinen Cent an Gewinnsteuern. Im Gegenteil: Dank Steuergutschriften steht der Staat beim Konzern mit 3,2 Milliarden Dollar in der Kreide. «In einem vernünftigen System würde die Steuerabteilung eines Unternehmens dafür sorgen, dass die Steuerpflicht befolgt wird», sagt Len Burman vom Tax Policy Center der «New York Times». «Doch in unserem System betrachten die Konzerne ihre Steuerabteilung als Profitcenter; und die Folgen für das öffentliche Wohl sind entsprechend negativ.» www.tagesanzeiger.ch

Ökonomisierung ...

- ...der öffentlichen Verwaltungen: alle werden zu „Kunden“
- der Bildung = Humankapitalbildung
 - „Mit der Initiative "Wissenschaftsfreiheitsgesetz" fit für den globalen Wettbewerb.“ bmbf.de
 - „Mehr und bessere Jobs:
 - Arbeit ist der erfolgversprechendste Weg, die Einkommensungleichheit zu vermindern.
 - Investitionen in Humankapital sind dazu wesentlich. Diese müssen in der frühen Kindheit beginnen und während der Schulpflicht und des Berufslebens aufrechterhalten werden.
- des Subjekts
 - „Der Wettbewerb ist ein Prozess der Erziehung, der den Menschen antreibt, dem rationalen Menschen – und damit dem ‘homo oeconomicus’ – ähnlich zu werden.“ Helmut Arndt (1975)

Der Wettbewerb als überindividuelle Macht

- „Langfristige Gewinnmaximierung ist ... nicht ein Privileg der Unternehmer, für das sie sich ständig entschuldigen müssten, es ist vielmehr ihre moralische Pflicht, weil genau dieses Verhalten ... den Interessen der Konsumenten, der Allgemeinheit, am besten dient.“ Karl Homann
- Milchbubenrechnung

„Schöpfung“ und „Zerstörung“

- Der Wettbewerb ist ein „Prozess schöpferischer Zerstörung“. Joseph A. Schumpeter
- Die Schaffung („Schöpfung“) von Arbeitsplätzen führt unausweichlich zu einem Druck in Richtung auf die Zerstörung von Arbeitsplätzen an anderen Orten.
- Im Wettbewerb gibt es stets zwei „Lachende“ (Win-Win) und mindestens einen „weinenden“ Dritten (Win-Win-Lose).

Das Betriebsgeheimnis des Güterwohlstandes (1)

- Erst wenn es den von wettbewerblicher „Zerstörung“ Betroffenen gelingt, eine neue Einkommensquelle zu erschließen, wächst die Wirtschaft.
- “Der ökonomische Fortschritt [Wachstum] hat zwei Quellen: Die eine ist die Zerstörung von Jobs, die andere das Auffinden neuer Aufgaben für Beschäftigte. Die Zerstörung und die Schaffung von Arbeitsplätzen gehen Hand in Hand... Statt durch die Schaffung sollten wir den ökonomischen Fortschritt [Wachstum] durch die Zerstörung von Arbeitsplätzen messen... Die Zukunft der Wirtschaft beruht auf der Bereitschaft eines Landes, den Schmerz von Arbeitsplatzzerstörungen auszuhalten und die Schaffung von Arbeitsplätzen zu erleichtern.“ Richard B. McKenzie (1988)

Das Geheimnis des Wohlstandes (2)

- “Die Marktgemeinschaft kennt direkten Zwang kraft persönlicher Autorität formal nicht. Sie gebiert an seiner Stelle aus sich heraus eine Zwangslage – und zwar dies prinzipiell unterschiedslos gegen Arbeiter wie Unternehmer, Produzenten wie Konsumenten – in der ganz unpersönlichen Form der Unvermeidlichkeit, sich den rein ökonomischen ‚Gesetzen‘ des Marktkampfes anzupassen.” Weber (1972: 440)
- Der Wettbewerbsprozess läuft instanzlos ab („herrenlose Sklaverei“, Max Weber).
- Verantwortung im Wettbewerb gerinnt zur "Eigenverantwortung". Der Zwang wandert ins Innere des Individuums.

2 wettbewerbsethische Grundfragen

1. Lohnt sich der Stress noch? Dient der Wettbewerb noch dem „guten Leben“? Inwieweit wollen wir ein Leben als Humankapitalinvestoren führen?
2. Dürfen die unbedingt Wettbewerbsfähigen und -willigen (und das Kapital) die weniger Wettbewerbsfähigen und -willigen zum Lebensunternehmertum zwingen?

Die Idee einer „menschlichen Marktwirtschaft“

1. "Moralisierung der Märkte"

- Sozialunternehmen (den Gewinn als Prinzip entthronen)
- Wahrhafte Geschäftsintegrität → Chancen verdienter Reputation
- Neue ethische Eigendynamik im Zusammenspiel von Unternehmen und Zivilgesellschaft

2. Die Marktintegrität ist ordnungspolitisch zu stärken

- Sicherstellen, dass der Verantwortungsbewusste im Wettbewerb nicht der Dumme ist (Zumutbarkeitsproblem). – Regulierung als Ausdruck unserer Freiheit – Das Primat der Politik zurückgewinnen.
- Schlüssel: Von der „Hofierung“ zur Bändigung des Kapitals.