

Me'M Denkfabrik für Wirtschaftsethik

Menschliche Marktwirtschaft

VOM WETTBEWERBLICHEN KAMPF ZUR WIRTSCHAFTSBÜRGER-VERANTWORTUNG

WIRTSCHAFT – UND KEINER IST VERANTWORTLICH?

Tagung zum 30-jährigen Bestehen der
CoOpera Sammelstiftung PUK in Lenzburg

6. Dezember 2014

Ulrich Thielemann
www.mem-wirtschaftsethik.de

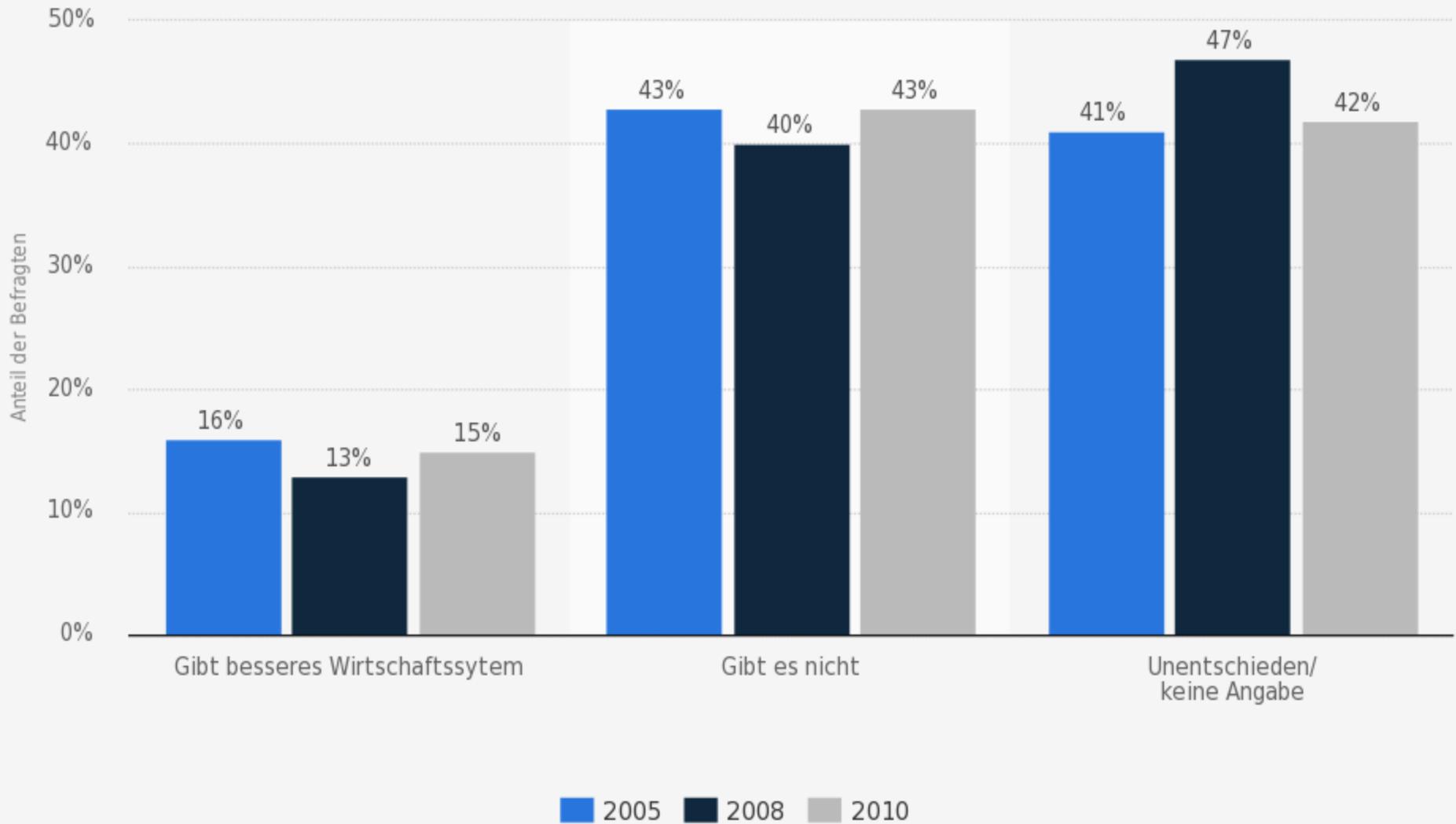
Was ist das Problem mit dem Markt – und ist da eines?

- Was ist „der Markt“? – Der Ort des Kaufens und Verkaufens, und zwar zum wechselseitigen Vorteil der Beteiligten (Win-Win).
- Wo liegt denn das Problem? Standardantwort: In den „externen Effekten“ = Schädigungen anderer durch physische Einwirkung, die als Nebeneffekte von Markthandlungen anfallen können.
- Folglich muss „intern“ alles in Ordnung sein. Oder gar: Folglich ist das Marktprinzip das Moralprinzip.
- Grundfrage einer ethisch expliziten Thematisierung des Wirtschaftens (Integrative Wirtschaftsethik): Wie setzen wir uns durch die Entfaltung der Interaktionslogik des wettbewerblichen Marktes ins Verhältnis?
- Interaktionsverhältnisse haben gerecht zu sein.

Das falsche binäre Denken

- Darf man so grundlegend fragen? Nach 200 Jahren Marktwirtschaft? Ist man da ein Gegner der Marktwirtschaft?
- „Gibt es ein Wirtschaftssystem, das besser ist als **die** Marktwirtschaft, oder gibt es das nicht?“ (Allensbach, 2010)

Gibt es ein Wirtschaftssystem, das besser ist als die Marktwirtschaft, oder gibt es das nicht?



Quelle:
IfD Allensbach
© Statista 2014

Weitere Informationen:
Deutschland; IfD-Allensbach; ab 16 Jahre

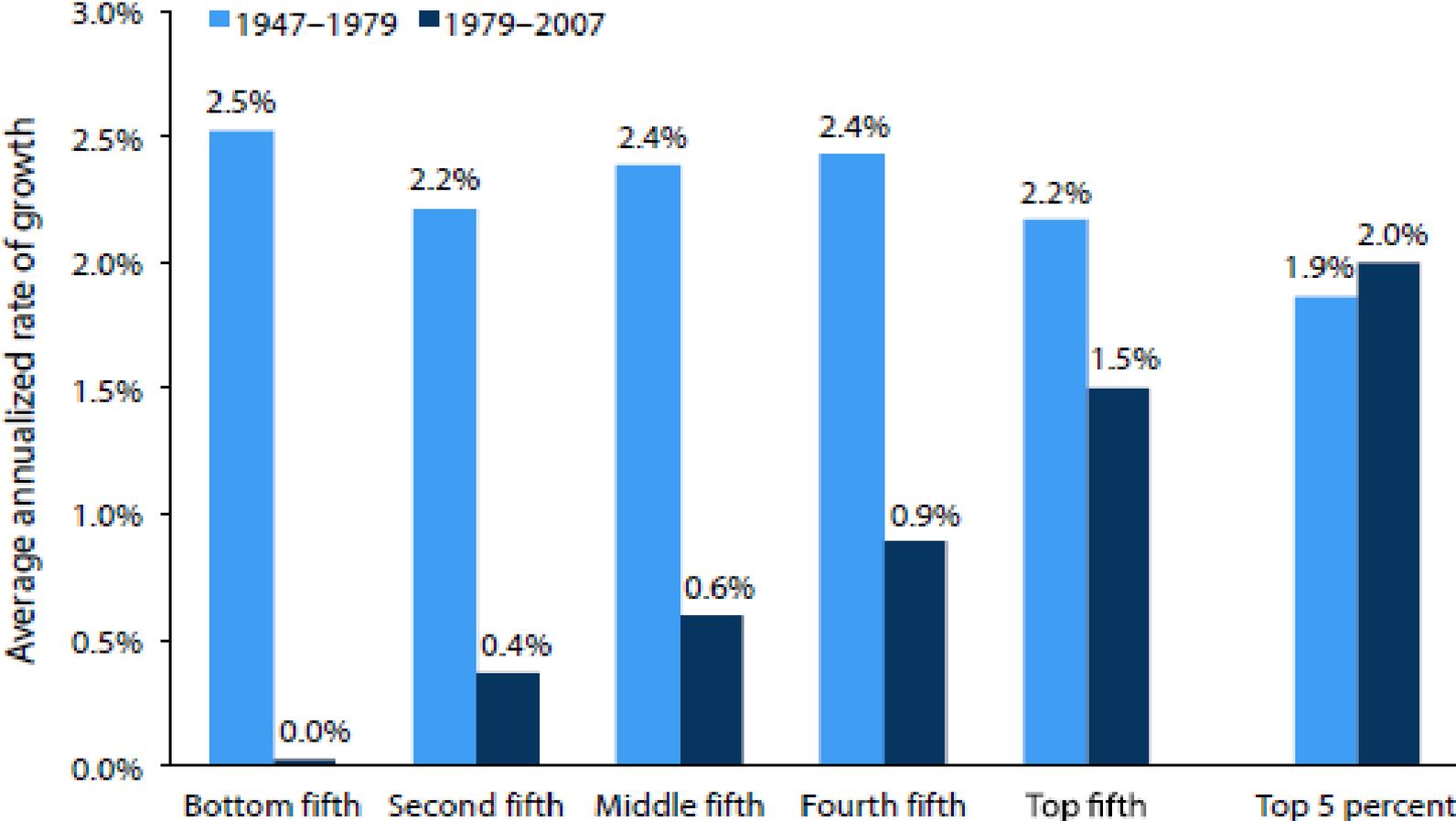
Das falsche binäre Denken

- Darf man so grundlegend fragen? Nach 200 Jahren Marktwirtschaft? Ist man da ein Gegner „der Marktwirtschaft“?
- „Gibt es ein Wirtschaftssystem, das besser ist als **die** Marktwirtschaft, oder gibt es das nicht?“ (Allensbach, 2010)
- Die Interaktionslogik des wettbewerblichen Marktes ist, wie sie ist.
- Historisch und gestaltbar ist allerdings die Intensität und Extensität, mit der sich die wettbewerbliche Marktlogik entfaltet. Die Frage nach dem normativen Status der Marktlogik ist eine Frage des Maßes (individual- und ordnungsethisch).
- Entweder herrscht das Marktprinzip (Marktgesellschaft, „freie“ Marktwirtschaft) oder die Marktlogik wird in ihrer Entfaltung sei es orientiert oder begrenzt oder beides (Eingebettete, soziale, sozial-ökologische Marktwirtschaft).

Die (neue) Verteilungsfrage

- Die Einkommens- und Vermögensverteilung sind der Schlüssel für die Gerechtigkeit der Marktverhältnisse. „Wohlstand macht frei“. Aber man sollte sich nicht allein unmittelbar auf diese konzentrieren.
- Der Marktaustausch ist „Win-Win“. Aber ist die Wertschöpfung auf alle, die zu ihr beigetragen haben, fair verteilt? (Leistungsgerchtigkeit/Fairness, nicht allein Solidarität)

Figure 1J Average family income growth, by income group, 1947–2007



Note: Data are for money income.

Source: Authors' analysis of Current Population Survey Annual Social and Economic Supplement *Historical Income Tables* (Tables F-2, F-3, and F-5)

Die neue Radikalität im Management

- Warum steigen die Einkommensdisparitäten? Weil die Marktakteure, so sie dazu in der Lage und Willens sind, zunehmend alles daran setzen, dass ihre Gewinne oder Boni so hoch wie möglich ausfallen. – Sie senken Kosten, sparen Steuern, verdrängen Konkurrenten im Wettbewerb um „the buyer’s dollars“ (Ludwig von Mises).
- „Wertgenerierung ist als Leitziel aller Managementanstrengungen konsequent zu etablieren.“ Dazu ist „völlig unbefangen, mit mehr Abstand und losgelöst von historischen Entwicklungen“ auf die Unternehmen zu blicken um den Raum „für das Setzen radikaler Schnitte“ auszuloten, für die es „noch viel Potenzial“ geben. McKinsey (2001)

Die neue Radikalität im Management – Beispiele

- Zu Lasten von Beschäftigten: Radikale Kostensenkungsprogramme, Reorganisationen, Arbeitsverdichtung, Outsourcing, Abstoßen von Geschäftsfeldern unterhalb einer Benchmarkrendite, die Ersetzung von Normalarbeitsverträgen durch Werkverträge.
- Zu Lasten des Gemeinwohls: komplexe internationale Firmenstrukturen, die nur ein Ziel haben: die Senkung der Steuerlast, möglichst auf Null. Google etwa hat im Jahre 2011 Schätzungen zufolge zwei Milliarden Dollar an Steuern gespart. Google Präsident Eric Schmidt ist „sehr stolz auf die Struktur, die wir aufgebaut haben.“ Schließlich hätten verschiedene Regierungen entsprechende „Anreize“ gesetzt. „Man nennt dies Kapitalismus. Wir sind stolz, kapitalistisch zu sein.“

Die neue Radikalität im Management – Beispiel Immobilienwirtschaft

- An die Stelle der „klassischen ‚Grundstücksverwaltung‘“, die noch gleichsam in „Backsteinen“ denkt, habe die „Maximierung der Objektrendite“ zu treten. Der „neue Blickwinkel“ sei derjenige „des Kapitalmarktes auf die Immobilienobjekte“. Diesem gehe es darum, „die Werte aus den Objekten zu heben“. „Nachdem man das Objekt gekauft hat, macht man sich Gedanken, wie mehr herausgeholt werden kann als bisher.“ (Quellen: Immozeit, 2/2012; als Ms. online verfügbar)
- Exemplarische Maßnahmen:
 - Entmietung; Verwahrlosungspolitik: „Im Kampf gegen unrentable Altmieten scheint [einigen] Vermietern derzeit fast jedes Mittel Recht zu sein.“ (Report Mainz, 30.10.2012)
 - „Miese Tricks der Vermieter“ (Galileo, 4.2.2013) – „Junge, unerfahrene Studenten sind für Vermieter oftmals ein gefundenes Fressen.“

Rentabilitätsfremde Gesichtspunkte

- Zunehmend „aggressiveres Renditestreben“ (BIZ).
- Im „Superkapitalismus“ beobachten wir eine „zunehmende Profitorientierung der Unternehmen“ (Robert Reich)
- Was haben die Unternehmen vorher gemacht?
- These: Das Wirtschaften ist im Normalfall von zahlreichen rentabilitätsfremden Gesichtspunkten geprägt und orientiert (Sinn, Legitimität, Verantwortbarkeit).
- „Wir sehen unsere Stärke im Aufspüren von in sich betrachtet guten, soliden Unternehmen, deren Eigentümer zu wenig dafür tun, das volle Potenzial zu erschließen.“ Dabei müssen die Unternehmen durch „radikalen Veränderungen“ hindurch, wodurch „erheblicher Mehrwert“ geschaffen werden kann. Pinkerton/Cinven (2004)
- Elimination rentabilitätsfremder Gesichtspunkte als hoch-rentables Geschäftsmodell

Die Entthronung des Gewinns

- Die falsche Rechtfertigung von Gewinnmaximierung (Ökonomismus)
 - durch Erhebung des Gewinnprinzips bzw. des Vorteilsstrebens (Homo oeconomicus) zum Inbegriff von „Rationalität“; gilt auch für Verhaltensökonomik
 - Bwl als „Erfolgswirtschaftslehre“: WIE ist der Shareholder Value zu steigern?
 - Kapitaleigentümer als „Prinzipale“ (alle Vorrechte), Management als „Agenten“, Boni als „Anreize“ im Interesse der „Prinzipale“
 - Marktmetaphysik, „unsichtbare Hand“
- Gewinnmaximierung ist unter gar keinen Umständen rechtfertigungsfähig.
- Gewinnerzielung statt Gewinnmaximierung
- Gewinn ist kein binäres Kriterium.
- Geschäftsintegrität: Das eigene Erfolgsstreben von dessen Legitimierbarkeit abhängig machen.
- Sozialunternehmertum: Eine ethisch sinnvolle Mission haben und dabei selbsttragend wirtschaften.

Der Wettbewerb als „zerstörerische“ Kraft

- Der ubiquitäre Zwang zur Steigerung der „Wettbewerbsfähigkeit“ (Unternehmen, Staaten, Personen).
- Wird ausgelöst von „gierigen“ Marktteilnehmern.
- Es ist nicht möglich, den eigenen Einkommensstrom zu steigern, ohne den Einkommensstrom anderer zu senken.
 - „Schöpfung“ und „Zerstörung“ (Schumpeter) sind zwei Seiten einer Medaille. (Win-Win-Lose)
 - Wachstum entsteht, wenn es den Wettbewerbsverlierern gelingt, ihre Wettbewerbsschwäche durch Mehrproduktion auszugleichen.
 - Der Wettbewerb zwingt zum Wachstum.
- ABER: Der Wettbewerb ist eine anonyme Kraft, nicht Ausdruck von „Rivalität“.

Die Instanzlosigkeit des Marktwettbewerbs

- Der Marktwettbewerb ist eine „herrenlose Sklaverei“ (Max Weber)
- „Unsichtbare Hand des Marktes“ → „verbergende Hand des Marktes“. „Diese verhindert es, dass wir wissen, wer oder was uns arbeitslos gemacht hat.“ Jagdish Bhagwati (1996) → Verantwortung wird zur „Eigenverantwortung“
- „Das Einzige, was die Länder und die für sie handelnden Politiker diszipliniert, sind die internationalisierten Märkte, denn sie lassen ihnen keinen Ausweg. Da haben sie niemanden, den sie anrufen können, um ihn zu beschwichtigen. Nur das schafft im Inneren den notwendigen Druck, der Reformen ermöglicht.“ Hans-Werner Sinn (2014)
- Die Konsequenz: Der Verlust der Freiheit in allen Dimensionen außer der der Marktfreiheit (persönliche Entfaltungsfreiheit, politische Freiheit/Volkssouveränität, moralische Freiheit)
- Ökonomisierung der Lebensverhältnisse und des Selbst

Der ultimative Wettbewerb: Der Markt für „Unternehmenskontrolle“

- „Im Zeitalter des Superkapitalismus haben Unternehmen ihre Spielräume für sozial verantwortliches Handeln verloren.“ „Vorstandsvorsitzende, die es versäumen, jede Möglichkeit zur Gewinnmaximierung für die Aktionäre zu nutzen, öffnen Finanzunternehmern Tür und Tor, die dies nur allzu gerne nutzen“. Die Folge: „Für staatsmännische Unternehmensführer bleibt kein Platz mehr.“ Robert Reich (2007, S. 100,102, 226)

Einbettung als Begrenzung der Entfaltung der Marktlogik

- Individual- und unternehmensethische Begrenzung *im* Markt: Nicht alles ausnutzen, was sich ausnutzen lässt. Entthronung des Gewinns. Voraussetzung: Delegation des „Gewinnprinzips“.
- In großräumigen, anonymen Interaktionszusammenhängen ist die moralische Verbindlichkeit zu schwach.
 - Es fehlt die Sicherheit, ob die anderen mitziehen, so dass die Gefahr besteht, dass der eigene, mehr oder minder schmerzhaft Beitrag sinnlos verpufft.
- Die moralische Verbindlichkeit muss darum durch Rechtsverbindlichkeit ergänzt und gestützt werden (und möglichst nicht erübrigt)
 - verallgemeinerungsfähige Begründung des modernen, liberalen Rechtsstaates
 - Sicherstellen, dass der Verantwortungsbewusste nicht der Dumme ist. → Spielräume gewinnen, um auch rentabilitätsfremde Gesichtspunkte beim Geschäften zu berücksichtigen
- Globale wettbewerbliche Waffenstillstandsabkommen. Zurückgewinnung politischer Freiheit.