

Wirtschaftsethik

Ein Lehrtext in integrativ-ethischem Verständnis

Prof. em. Dr. Peter Ulrich

Professor für Wirtschaftsethik an der Universität St. Gallen, Schweiz

Dr. Ulrich Thielemann

Gründer und Leiter

MeM – Denkfabrik für Wirtschaftsethik, Berlin, Deutschland

1. Aufl.: Juni 2001

Letzte Aktualisierung: Dezember 2011

A1. Vorwort zur E-Publikation	4
A2. Vorwort zur Erstaufgabe	5
B. Einleitung	8
TEIL I. GRUNDBEGRIFFE MODERNER ETHIK UND DER MORAL POINT OF VIEW	13
1. Die Dimensionen der Ethik und der Sinn der Moral	15
1.1 Ziele und Zweck	15
1.2 Was ist Ethik?	15
1.3 Das Ethos der Zwischenmenschlichkeit	19
1.3.1 Die Verletzlichkeit und Schutzbedürftigkeit der humanen Subjektqualität	20
1.3.2 Die Fähigkeit zum gedanklichen Rollentausch	21
1.3.3 Die zwischenmenschliche Reziprozität der moralischen Ansprüche und Rechte	22
1.3.4 Die rationale Verallgemeinerbarkeit des moralischen Reziprozitätsprinzips	23
1.4 Ethische Analytik	24
1.4.1 Bereiche der Ethik: teleologische vs. deontologische Ethik	25
1.4.2 Dimensionen der Ethik: negative und positive Gerechtigkeit	26
1.4.3 Verantwortungs- vs. Gesinnungsethik	29
1.4 Multiple-Choice Fragen zu Kapitel 1	34
1.5 Fallstudie zu Kapitel 1: Verdienen Top-Manager zu viel?	37
2. Die Begründung der Moral	38
2.1 Ziele und Zweck	38
2.2 Die Goldene Regel	39
2.3 Der Utilitarismus und die Maximierung des Weltnutzens	41
2.3.1 Effizienzsteigerung und Weltnutzenmaximierung	43
2.3.2 Die Aufrechnung von Vorteilen und Nachteilen zwischen Personen	45
2.4 Der kategorische Imperativ Immanuel Kants	46
2.4.1 Die transzendentalphilosophische Methode	46
2.4.2 Exkurs: Das Höhlengleichnis Platons und die transzendente Umkehrung des Blicks	47
2.4.3 Der kategorische Imperativ und das Universalisierungsprinzip	48
2.4.4 Autonomie vs. Willkürfreiheit: die Autonomieformel	49
2.4.5 Die Zweckformel des kategorischen Imperativs und der gute Wille	50
2.4.6 Der kategorische und formale Charakter der Kantischen Ethik	52
2.4.7 Der Solipsismus der Ethik Kants	53
2.5 Diskursethik	54
2.5.1 Die Ursituation der diskursethischen Begründung: ein fiktiver Dialog zwischen einem Skeptiker und einem Philosophen	55
2.5.2 Diskursethische Kategorienlehre: Dimensionen der Rationalität und Grundtypen rationalen Handelns ..	58
2.5.3 Der Stellenwert der diskursethischen Grundeinsicht: Wider das konkretistische Missverständnis über die Diskursethik	62
2.5.4 Der Unterschied zwischen Legitimität und Akzeptanz	64
2.5.5 Diskursethik als Institutionenethik	65
2.6 Multiple-Choice Fragen zu Kapitel 2	69
TEIL II. GRUNDKONZEPTE DER WIRTSCHAFTS- UND UNTERNEHMENSETHIK	72
3. Wirtschaftsethik als angewandte Ethik?	73
3.1 Ziele und Zweck	73
3.2 Diskursethik als angewandte Ethik?	75
3.3 Ist Ethik unter den ‘Sachzwängen’ des Wettbewerbs überhaupt möglich? Kritik des unternehmensethischen Unmöglichkeitstheorems	78
3.3.1 Der Markt als System: Das Problem der Sachzwänge	80
3.3.2 Rekonstruktion des ‘Unmöglichkeitsproblems’ als Zumutbarkeitsproblem	84
3.3.3 Der Reflexionsstopp vor den marktwirtschaftlichen ‘Bedingungen’	88
3.4 Die Parteilichkeit der Logik des Marktes als wirtschaftsethisches Problem	89
3.4.1 Der Zwang zum Unternehmertum	90
3.4.2 Wettbewerb als Kampf zwischen Lebensformen	94
3.4.3 Moralisches Unternehmertum als Ausweg aus dem Zumutbarkeitsproblem?	96
3.5 Multiple-Choice Fragen zu Kapitel 3	103
3.6 Fallstudie zu Kapitel 3: Pharmaindustrie in der Kritik	108
4. Wirtschaftsethik als normative Ökonomik?	113
4.1 Ziele und Zweck	113
4.2 Zur Frage der Rechtfertigungsfähigkeit der Nutzenmaximierungsrationalität des Homo oeconomicus	114
4.2.1 Das Rationalitätsverständnis des Homo oeconomicus	114
4.2.2 Lässt sich das Handlungskonzept des Homo oeconomicus rechtfertigen?	118
4.2.3 ‚Moral‘ als Präferenz? – Angewandte Ethik revisited	121
4.3 Ist Moral unter der “unsichtbaren Hand” des Marktes überhaupt nötig? – Die Metaphysik des Marktes	125
4.3.1 Adam Smith und die unsichtbare Hand des Marktes	126
4.3.2 Moralischer Skeptizismus als Hintergrundannahme der Systemethik	127
4.3.3 Der metaphysische Charakter der Systemethik	129
4.3.4 Religiöse Wurzeln marktmetaphysischen Denkens	130
4.3.5 Die Systemtheologie Friedrich August von Hayeks: „Wettbewerb als Entdeckungsverfahren“	131

4.3.6	Das Beispiel der „Wettbewerbsverzerrung“	133
4.3.7	Konfusionen zwischen Unpersönlichkeit und Unparteilichkeit.....	135
4.3.8	Gewinnmaximierung als Pflicht?	137
4.4	Instrumentalistische Unternehmensethik: Zahlt sich Ethik langfristig aus?.....	139
4.4.1	Warum sollte sich ‚Ethik‘ langfristig auszahlen?	142
4.4.2	Ethische Verkürzungen im Stakeholder-Ansatz	146
4.4.3	Kritische Erörterung der Argumente im Einzelnen	149
4.5	Multiple-Choice Fragen zu Kapitel 4	159
4.6	Fallstudie zu Kapitel 4: Shell in Nigeria – Unternehmenspolitik ohne Politik	166
5.	<i>Die Grundidee integrativer Wirtschaftsethik</i>	169
5.1	Ziele und Zweck	169
5.2	Kritik der ‚reinen‘ ökonomischen Vernunft – eine Rekapitulation.....	170
5.3	Die sozialökonomische Rationalitätsidee	171
5.4	Der öffentliche Diskurs über die Lebensdienlichkeit des Wirtschaftens als Ort der ethisch-politischen Integration der Ökonomie.....	174
5.4.1	Der Gedanke der Einbettung der Wirtschaft in die Lebenswelt.....	174
5.4.2	Der Gedanke der Lebensdienlichkeit der Wirtschaft	175
5.5	Multiple-Choice Fragen zu Kapitel 5	180
TEIL III.	WIRTSCHAFTSETHISCHE TOPOLOGIE: ‚ORTE‘ DER MORAL DES WIRTSCHAFTENS	183
6.	<i>Wirtschaftsbürgerethik</i>	187
6.1	Ziele und Zweck	187
6.2	Leitkonzepte wirtschaftsbürgerethischen Engagements zwischen Liberalismus, Republikanismus und Kommunitarismus	187
6.2.1	Das Verhältnis von Individuum und Gesellschaft	188
6.2.2	Der Charakter des politischen Prozesses	192
6.3	Möglichkeiten und Grenzen ethisch bewussten Konsumierens	194
6.4	Möglichkeiten und Grenzen ethisch bewussten Investierens	196
6.5	Der Wirtschaftsbürger als Mitarbeiter	201
6.6	Multiple-Choice Fragen zu Kapitel 6	205
6.7	Fallstudie zu Kapitel 6	210
7.	<i>Ordnungsethik</i>	214
7.1	Ziele und Zweck	214
7.2	Drei ordnungspolitische Konzeptionen der Verhältnisbestimmung von Politik und Markt: Paläo-, Neo- und Ordoliberalismus	217
7.2.1	Paläoliberalismus – das Urvertrauen in den Markt	218
7.2.2	Neoliberalismus – Wettbewerb als Norm der Ordnungspolitik	220
7.2.3	Ordoliberalismus – Die vitalpolitische Einbettung des Marktes.....	227
7.2	Deliberative Ordnungspolitik und ihre konstitutiven Normierungsaufgaben	230
7.3.1	Wirtschaftsbürgerrechte	231
7.3.2	Rechnungsnormen	232
7.3.3	Randnormen	235
7.4	Multiple-Choice Fragen zu Kapitel 7	238
8.	<i>Unternehmensethik</i>	245
8.1	Ziele und Zweck	245
8.2	Leitideen integrativer Unternehmensethik	248
8.2.1	Integrative Unternehmensethik als kritische Grundlagenreflexion des unternehmerischen Gewinnstrebens 248	
8.2.2	Die beiden Stufen unternehmensethischer Verantwortung: Geschäftsintegrität und ordnungspolitische Mitverantwortung.....	251
8.3	Der Stakeholderdialog als Ort deliberativer Unternehmenspolitik	261
8.4	Das Konzept verdienter Reputation	267
8.5	Die Unternehmensverfassung als Ort der Verankerung von Stakeholderrechten	271
8.6	Bausteine eines integrativen Ethikprogramms im Unternehmen	273
8.7	Multiple-Choice Fragen zu Kapitel 8	281
8.8	Fallstudie zu Kapitel 8	289
	<i>Stichwörter-Verzeichnis</i>	290
	<i>Literaturverzeichnis</i>	293

A1. Vorwort zur E-Publikation

Dieser Lehrtext wurde für die im Schweizer Kanton Uri ansässigen Privatuniversität [Educatis](#) verfasst, die von Konstantin Theile im Jahre 2000 gegründet und von diesem stets mit viel Engagement vorangetriebenen wurde. Der Betrieb von Educatis wurde im Sommer 2014 allerdings eingestellt. Der Grund bestand in der fehlenden eidgenössischen und damit europaweiten Anerkennung als Bildungseinrichtung und somit auch der akademischen Titel, mit denen die Studierenden abschlossen (MBA und M.A). Dies führte zu einer sinkenden Zahl an Studierenden, wodurch das finanzielle Gleichgewicht der Privatuniversität irgendwann nicht mehr gegeben war.

Um dem, wie ich meine, nach wie vor pädagogisch gelungenen Lehrtext, der philosophisch schwierige Zusammenhänge (hoffentlich) verständlich und zugleich mit der nötigen Kraft an Differenzierung und Präzision darstellt, verfügbar zu halten, wird er hiermit auf als E-Text auf der Website des MeM – Denkfabrik für Wirtschaftsethik eingestellt.

Ich habe den Text, auf Wunsch von Konstantin Theile und nach seinen vielfachem hartnäckigem Nachhaken, im Jahre 2001 in Angriff genommen. Es war dabei von vorn herein klar, dass er im Geiste der St. Galler Schuler einer integrativen Wirtschaftsethik auszuarbeiten sei. Dabei wurde auf den von Peter Ulrich ausgearbeiteten Ansatz einer „Integrativen Wirtschaftsethik“ zurückgegriffen (1. Aufl. 1997), dieser aber im Aufbau anders dargestellt und mit einigen eigenen Überlegungen angereichert und hier und dort leicht anders justiert. Peter Ulrich hat den Text, jedenfalls in der Erstfassung, kritisch begleitet und durchgesehen.

Auch wenn der Lehrtext mehrfach überarbeitet wurde (zuletzt im Dezember 2011), spiegelt er doch schwerpunktartig den Diskussionsstand Anfang der sog. Nullerjahre wider. Angezeigt wäre vor allem die Einarbeitung ebenfalls kritischer wirtschaftsethischer Positionsbezüge, die nach der Finanzkrise 2008, die die bleierne Zeit der praktisch flächendeckenden Vorherrschaft des „Neoliberalismus“ bzw. des Ökonomismus einleitete, hier und dort aufscheinen. Mit Blick auf die Kritik des Ökonomismus im Allgemeinen ist hier vor allem Michael Sandels Schrift „What Money Can't Buy. The Moral Limits of Markets“ aus dem Jahre 2012 zu erwähnen, das für ein Ende der Ära des „market triumphalism“ philosophisch argumentiert. Im Felde der Unternehmensethik liegen seit kurzem Arbeiten vor, die sich unter dem Stichwort CSR als Ideologie zusammenfassen lassen ([Robert Reich](#), [Peter Fleming/Marc T. Jones](#), [Patrick O'Sullivan/Mark Smith/Mark Esposito](#)). Diese stützen zwar im Kern die Ausrichtung des Lehrtextes bezüglich einer *kritischen* Unternehmensethik, etwa mit Blick auf Business Case, stellen aber auch eine Herausforderung dar, da sie teilweise kaum mehr

Raum für genuine Geschäftsintegrität lassen. Auch ist die Finanzkrise selbst kein Gegenstand des vorliegenden Lehrtextes.

Gleichwohl scheint mir eine (Online-)Publikation nach wie vor gerechtfertigt und sinnvoll, da der Lehrtext im Wesentlichen um *grundlegende* begriffliche Zusammenhänge und Positionsbestimmungen kreist, die auch heute und weiterhin auf absehbare Zeit für die Beurteilung einer sich nach wie vor „entbettenden“ und innerlich radikalierenden Marktwirtschaft bedeutsam sind, und er hierfür, m.E. unverzichtbares, Orientierungswissen bereitstellt. Der Ökonomismus, der implizite (Abschnitt 3) ebenso wie der explizite (Abschnitt 4), ist noch lange nicht überwunden. Warum er überwunden werden sollte, klärt der Lehrtext, und zwar dem Anspruch nach in grundlegender Weise und bei schrittweisem Aufbau.

Der Lehrtext galt unter den Studierenden von Educatis – zumeist im Beruf stehende Nicht-Betriebswirte, die parallel zum Job noch einen MBA-Abschluss anstrebten – übrigens als der anspruchsvollste. Und so war ich umso freudiger überrascht, dass die Klausuren überwiegend mit Bravour bewältigt wurden. Dies zeigte mir, dass die schwierigen und für die meisten ungewohnten Sinnzusammenhänge, die der Text darlegt, nicht nur bewältigt werden können, sondern auch zu einem tiefen Verständnis führen und sogar, zumindest bei dem einen oder anderen der Absolventen, einen Erkenntnisprozess auszulösen vermögen, der den weiteren Weg der persönlichen Entwicklung und der eigenen Sicht auf das Wirtschaften nicht unberührt lassen dürfte.

Berlin im August 2014

Ulrich Thielemann

A2. Vorwort zur Erstauflage

Wirtschaften heißt *Werte schaffen* – aber welche Werte für wen? Während die Volks- und Betriebswirtschaftslehre, so wie sie üblicherweise betrieben werden, unter ‚Wertschöpfung‘ nur noch quantitative Größen verstehen und sich mit diesen ausschließlich im marktwirtschaftlichen *Systemzusammenhang* befassen, fragt Wirtschaftsethik nach der Qualität des wirtschaftlichen ‚Wertschaffens‘ im menschlichen und gesellschaftlichen *Lebenszusammenhang*: Unter welchen Voraussetzungen trägt das Wirtschaften zum guten Leben und gerechten Zusammenleben der Menschen bei?

Dass Wirtschaftsethik als junge Interdisziplin sich sowohl seitens der öffentlichen ‚Nachfrage‘ als auch bezüglich der akademischen Debatte seit etwa 20 Jahren in einem stetigen Aufschwung befindet und in jüngster Zeit geradezu einen

Boom erlebt, hat sowohl mit realen als auch mit wissenschaftlichen Veränderungen zu tun:

- Privatwirtschaftliche ebenso wie wirtschaftspolitische Entscheidungen und Handlungen stehen immer öfter mitten im Brennpunkt gesellschaftlicher Wert- und Interessenkonflikte. In breiten Kreisen wächst das Bewusstsein, dass die institutionell ‚entfesselte‘ und normativ ‚enthemmte‘ marktwirtschaftliche Systemdynamik, die gegenwärtig im Zeichen der Globalisierung der Märkte einen epochalen Schub erfährt, ihre Lebens- und Gesellschaftsdienlichkeit zu verlieren droht, wenn sie nicht an ethisch-politische *Vorgaben* der Human-, Sozial-, Demokratie- und Umweltverträglichkeit gebunden und in die Spielregeln einer wohlgeordneten freiheitlich-demokratischen Gesellschaft bzw. entsprechender internationaler Rahmenbedingungen eingebettet wird.
- Die wissenschaftliche Verselbständigung einer sich als wertfrei verstehenden ‚reinen‘ Ökonomik, wie sie sich seit etwa 1870 durchgesetzt hat, ist selbst noch eine akademische *Spiegelung* der Tendenz zur Verselbständigung der Wirtschaftsdynamik gegenüber ethisch-politischen Gesichtspunkten. Zu den hochaktuellen Fragen, wie der drohenden oder schon bestehenden ‚Eigensinnigkeit‘ des Ökonomisierungsprozesses in lebensdienlicher Weise entgegengewirkt werden kann, haben die heute gelehrten *Mainstream Economics* daher kaum mehr etwas zu sagen. Die moderne Wirtschaftsethik füllt die systematische Lücke, welche die Ausdünnung der klassischen Politischen Ökonomie zur neoklassischen Ökonomik hinterlassen hat. Wirtschaftsethik ist heute als deren notwendige normativ-kritische Ergänzung und als die zeitgemäße Wiederaufnahme der klassischen Ausgangsfragen *politischer* Ökonomie auf dem Niveau moderner philosophischer Ethik zu verstehen.
- Die (immer noch anhaltende) Finanz- und Wirtschaftskrise seit dem Jahr 2008 hat dazu geführt, dass in allen gesellschaftlichen Bereichen Debatten über die globalisierte Weltwirtschaft eingesetzt haben. Ökonomische Theorien und Ideale werden nun deutlich kritischer von breiten Kreisen der Bevölkerung hinterfragt und sorgen so für einen „Boom“ der Wirtschaftsethik – nicht unbedingt immer unter diesem Begriff, sondern häufig zwischen den Zeilen, indem der alten Marktgläubigkeit mit wachsender Skepsis begegnet wird.¹ Wie nachhaltig und fundiert diese Tendenz wirklich sein wird, muss sich erst noch zeigen – und hängt auch von der Verbreitung wirtschaftsethischer Reflexionen ab. Begrüßenswert ist allemal die breite, ernsthafte Diskussion wirtschaftsethischer Themen.

Die von den Autoren dieser Lehrinheit vertretene Perspektive ist die des von ihnen entwickelten St. Galler Ansatzes der *integrativen Wirtschaftsethik*. Dieser

¹ Vgl. U. Thielemann: Ökonomik nach der Krise: Das Ende der Marktgläubigkeit, in: Wirtschaftsdienst, Juli 2009.

Ansatz versteht Wirtschaftsethik weder einfach als ‚Anwendung‘ von Ethik auf den Gegenstand ‚Wirtschaft‘ noch umgekehrt als ‚Anwendung‘ von Ökonomik auf ethische Fragen, sondern als umfassende ethisch-kritische *Grundlagen-reflexion* all dessen, was im Namen der ‚ökonomischen Vernunft‘ vertreten wird bzw. im Sinne einer ethisch integrierten ökonomischen Vernunft vertretbar ist. Er fragt also nach den Voraussetzungen ethisch vernünftigen, lebensdienlichen Wirtschaftens. Damit entspricht sie der klassischen Rolle aller vernunftethischen Reflexion, wie sie schon Immanuel Kant begriffen hat, nämlich als *Orientierung im (ethisch-politisch-ökonomischen) Denken*.

Das vorliegende Modul basiert konzeptionell auf dem Buch „Integrative Wirtschaftsethik“,² setzt dabei aber aus Gründen der beschränkten verfügbaren Studienzeit klare Schwerpunkte. Die Ausarbeitung der Lehrinheit lag weitgehend in der Hand von Ulrich Thielemann und wurde von Peter Ulrich begleitet. Der Text ist gegenüber dem Buch selbständig. Zwar lehnt er sich streckenweise eng an entsprechende Abschnitte des Buches an, in anderen geht er aber deutlich über dieses hinaus, um den spezifischen Anforderungen des Selbststudiums zu entsprechen. Das Modul bietet einen geschlossenen Studententext, der die thematisierten Argumentationszusammenhänge vollständig entfaltet, so dass eine ergänzende Lektüre des erwähnten Buches oder anderer Quellen keine absolute Notwendigkeit darstellt.

Die Durcharbeitung dieser Lehrinheit ist – wir räumen es gerne ein – anspruchsvoll. Dieser anspruchsvolle Charakter hat mit der Komplexität des Verhältnisses von ökonomischer Ratio und ethischer Vernunft im Allgemeinen zu tun, im Besonderen aber auch damit, dass die problematisierten Zusammenhänge *gründlich* ausgeleuchtet und möglichst *präzis* auf den Begriff gebracht werden. Der ‚Lohn‘, den Sie daraus gewinnen können, ist ein ‚souveränes‘ Orientierungsvermögen im Felde gewichtiger ethisch-politisch-ökonomischer Fragen der Zeit und ein gestärktes Vermögen, zu solchen Fragen argumentativ ‚starke‘ Positionen zu beziehen. Wir wünschen Ihnen eine ‚gewinnbringende‘ Lektüre!

St. Gallen im Juni 2001
Letzte Aktualisierung: Dezember 2011

Peter Ulrich & Ulrich Thielemann

² P. Ulrich: Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, 4. vollständig neu bearbeitete Aufl., Bern/Stuttgart/Wien 2008 (Erstauflage 1997). Vgl. dazu auch Breuer, M./Waxenberger, B./Mastronardi, Ph. (Hrsg.): Markt, Mensch und Freiheit. Wirtschaftsethik in der Auseinandersetzung, Bern/Stuttgart/Wien 2009

B. Einleitung

Einführungstexte in die Wirtschaftsethik – und davon gibt es zumindest im deutschsprachigen Raum gar nicht so viele – beginnen häufig mit einer Anekdote, die dem Satiriker Karl Kraus (1874-1936) zugeschrieben wird und die wir auch Ihnen nicht vorenthalten möchten. Auf die Frage eines Studenten: “Ich möchte Wirtschaftsethik studieren. Was halten Sie davon?”, soll dieser geantwortet haben: “Da müssen Sie sich für das eine oder das andere entscheiden.”

Sie haben vermutlich gleich den Tiefsinn dieser Antwort erkannt: Zwischen dem Handlungsbereich oder auch der Funktionslogik der Wirtschaft und der Ethik bestehe ein unüberbrückbarer Gegensatz. Doch was wäre damit anzufangen? Soll damit gesagt sein, dass es ‚unmöglich‘ sei, in der Wirtschaft ethischen Einsichten zu folgen? Und was würde daraus folgen? Oder, wenn es sich bei ‚der Wirtschaft‘ und ‚der Ethik‘ um zwei Welten handelte, die nichts miteinander zu tun haben – würde dies nicht bedeuten, dass die Wirtschaft sozusagen ethikfrei funktioniert und damit so, wie sie nun einmal ist und wie sie funktioniert, hinzunehmen und als legitim anzuerkennen ist? Oder wollte der hinter sinnige Satiriker Kraus im Gegenteil damit sagen: Die Wirtschaft und die in ihr geltende Logik ist eigentlich gar nicht oder zumindest nicht so ohne weiteres legitimationsfähig. Um die Wirtschaft zur ethischen Vernunft zu bringen, reicht es nicht aus, dass ein paar Studierende Wirtschaftsethik studieren und dabei die Wirtschaft, wie sie ist, als eine Bedingung ihres Nachdenkens akzeptieren. Vielmehr müsste man schon tiefer ansetzen, z.B. auf der Ebene der ökonomischen Theoriebildung und der – heute global zu verstehenden – Ordnungspolitik.

Der Ansatz einer *integrativen Wirtschaftsethik*,³ in den Sie im Folgenden eingeführt werden, ist darauf zugeschnitten, auf solche und ähnliche, zumeist ja schwierigen Fragen, die um das Verhältnis von Ethik und Wirtschaft kreisen, eine zumindest dem Anspruch nach gut begründete und klare Antwort zu geben. Der Ansatz betont das Moment der Reflexion und ist insofern philosophisch ausgerichtet – ohne *l’art pour l’art* in Fachjargon abzugleiten oder die Bodenhaftung und den Bezug zur Praxis aus den Augen zu verlieren. Denn für ein ethisch abgewogenes und tragfähiges Urteil kommt es vor allem auf die *Reflexion* unserer Denkkategorien an, die unser Handeln in buchstäblich entscheidendem Masse leiten.⁴ Wirtschaftsethik heißt daher – um eine Formulierung des bedeutenden Aufklärungsphilosophen Immanuel Kant (1724-1804) zu gebrauchen: “Sich im (wirtschaftsethischen) Denken orientieren.”⁵

³ Dieser Ansatz ist von den Autoren am Institut für Wirtschaftsethik der Universität St. Gallen entwickelt worden; vgl. als Gesamtdarstellung Ulrich (2008).

⁴ Reflexion (von lateinisch ‘re’, wieder, zurück, und ‘flectere’, biegen, beugen) meint hier mehr als einfach ‘gründlich Nachdenken’, nämlich das ‘Zurückbeugen’ des Denkenden auf die eigenen Denkvorsetzungen. Vgl. Hügli, A./Lübcke, P.: Philosophielexikon, Hamburg 1991, S. 488.

⁵ Kant, I.: Was heißt: sich im Denken orientieren? (1786), in: Werkausgabe Bd. V, hrsg. von W. Weischedel,

Diese Formel Kants kann als Motto dieses Moduls ‚Wirtschaftsethik‘ dienen. „Sich im Denken orientieren“ bedeutet seit Kant das systematische Bemühen um die vernunftgeleitete Begründung von Auffassungen, Meinungen und Positionen oder, wie der Philosoph sagt: von Geltungsansprüchen. Wem es gelingt, sich seiner eigenen Urteilsmaßstäbe bewusst zu werden und diese kritisch auf ihre Begründbarkeit, und d.h.: ihre Vernünftigkeit zu hinterfragen, den hat Kant eine *mündige Person* genannt. Dieses Anliegen entspricht dem *Autonomie*-Ideal der Aufklärung. Autonomie (von ‚auto‘ = selbst und ‚nomos‘ = Gesetz) ist die Fähigkeit zum unabhängigen, wohlbegründeten und vernunftgeleiteten Urteilen. Mündig kann in diesem Sinne nur sein, wer sich nicht bevormunden lässt. Den Reflexionsweg zur Mündigkeit und zur autonomen Orientierung im Denken nennt Kant „Aufklärung“, die er auch als den „Ausgang des Menschen aus seiner selbstverschuldeten Unmündigkeit“ bezeichnet.⁶ Autonomes, aufgeklärtes Denken und mündiges Reden ist in dem Sinne *kritisch*, als es sich vorbehaltlos den Ansprüchen stellt, die eigene Position argumentativ zu begründen. In der Möglichkeit, die vorgefundenen Verhältnisse nicht einfach kritiklos hinzunehmen, sondern sie auf ihre ethisch-vernünftige Begründbarkeit zu hinterfragen, kommt die vornehmste Aufgabe moderner *Vernunftethik* zum Ausdruck: die Freiheit des Menschen zur praktischen Selbstbestimmung zur Geltung zu bringen.

Wirtschaftsethik als Bemühen, sich im Denken zu orientieren, kann nicht darin bestehen aufzuzeigen, *wie* man ‚Ethik‘ in der Wirtschaft umsetzt oder ‚anwendet‘. Denn was das ethisch Richtige ist, das gilt es ja oftmals zuerst zu klären. Dies gilt im Besonderen in unübersichtlichen Zeiten wie den heutigen, deren Unübersichtlichkeit vor allem daher rührt, dass unklar ist, wie mit der *ökonomischen Sachlogik* in ethisch vernünftiger Weise umzugehen ist. Einer bloßen ‚How-to-do-it-Ethik‘, die nicht nach der *Vernünftigkeit der Maßstäbe* des Urteilers fragt und die ökonomische Sachlogik stillschweigend als gegeben hinnimmt, ist also eine Absage zu erteilen. Nicht *Verfügungswissen* für gute oder vermeintlich gute Zwecke, sondern *Orientierungswissen* tut not.⁷ Es geht darum, unsere *Urteilkraft* im Hinblick auf die schwierige ethische Beurteilung dieser ökonomischen Sachlogik zu stärken – damit wir als mündige Wirtschaftsbürger uns auch in unübersichtlichen Zeiten gut orientieren können.

4. Aufl., Frankfurt 1982, S. 265-283. Vgl. auch Mittelstrass, J.: Was heißt: sich im Denken orientieren?, in: Schwemmer, O. (Hrsg.), Vernunft, Handlung und Erfahrung. Über die Grundlagen und Ziele der Wissenschaften, München 1981, S. 117-132.

⁶ Kant, I.: *Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?* (1784), in: Werkausgabe Bd. XI, 4. Aufl., Frankfurt 1982, S. 51-66, hier S. 53.

⁷ Vgl. zur Unterscheidung dieser beiden Wissenstypen Mittelstrass, J.: Wissenschaft als Lebensform, Frankfurt a.M. 1982, S. 19 f.

Den damit skizzierten Ansatz nennen wir *Integrative Wirtschaftsethik*. Dieser sucht das wirtschaftsethisch Vernünftige nicht etwa außerhalb der Wirtschaft,⁸ sondern kritisch *in* dieser selbst. Das Normative (das Gesollte, das Richtige) steckt nämlich in der ökonomischen Sachlogik immer schon drin – im Guten wie im Schlechten. Denken wir beispielsweise an den Begriff der ‚Effizienz‘, der ja, was Ökonomen kaum erwähnen, einen normativen (ethischen) Geltungsanspruch darstellt. Integrative Wirtschaftsethik lässt sich daher auch als *Vernunftethik des Wirtschaftens* bezeichnen. Die Pointe dieses Begriffs liegt darin, dass der – sei es explizite oder implizite – *Anspruch der ethischen Vernünftigkeit* des Wirtschaftens bzw. der ökonomischen Sachlogik nicht einfach hingenommen, sondern kritisch hinterfragt wird. Der Ansatz leuchtet der ökonomischen Sachlogik auf ihren – weitgehend verborgenen – normativen Grund und betreibt so kritische *Grundlagenreflexion*.

Damit sind zentrale Grundbegriffe des in diesem Modul dargelegten Ansatzes der integrativen Wirtschaftsethik bereits genannt. Möglicherweise werden Sie nicht alle Formulierungen mit ihren Pointen und Implikationen gleich voll verstanden haben. Das macht gar nichts. Sie haben aber schon einmal einen Eindruck von dem Sinn und der Stossrichtung des Unterfangens erhalten. Im Verlauf des Studiums dieses Moduls sollten Sie immer besser in der Lage sein, die Pointe des Ansatzes und dessen Bedeutung für verschiedene ethische Problemfelder des Wirtschaftens zu erfassen.

Das Modul besteht aus drei Teilen. Dabei wird versucht – getreu dem Motto, sich im wirtschaftsethischen Denken zu orientieren –, durch alle Teile hindurch konsequent *eine* vernunftethisch begründete, richtungweisende “Denklinie” zu legen. Dazu wird im *ersten Teil* der *vernunftethische Standpunkt der Moral* (*moral point of view*) sorgfältig zu klären versucht. Denn dieser erlaubt es überhaupt erst, eine (wirtschaftliche) Handlungsweise oder Institution begründet *als ethisch richtig* (legitim, gerecht, lebenspraktisch vernünftig, lebensdienlich) auszuzeichnen oder als, vielleicht ja nur teilweise, ethisch verfehlt zurückzuweisen. Die Entfaltung dieser *einen* Ethik-Perspektive, für die ein allgemeiner, aber selbstverständlich kritisierbarer Gültigkeitsanspruch erhoben wird, erfolgt von zwei Zugängen aus: Zunächst wird der grundlegende Sinn der uns immer schon vertrauten *moralischen* Dimension des In-der-Welt-Seins herausgearbeitet (Abschnitt 1). Danach wird der vernunftethische Standpunkt der Moral, der *moral point of view*, in seiner diskursethischen Fassung in knapper Form expliziert (Abschnitt 2).

Der zweite Teil ist drei grundlegend (kategorial) verschiedenen wirtschaftsethischen Denkweisen gewidmet, die sich jeweils als mögliche Verhältnisbestim-

⁸ Mit „Wirtschaft“ sind sowohl Unternehmen, die Wirtschaftspolitik als auch das Handeln der Wirtschaftsbürger, etwa der Konsumenten oder Arbeitnehmer, gemeint.

mungen von Wirtschaft und Ethik begreifen lassen. Der integrative Ansatz der Wirtschaftsethik lässt sich am besten in Abgrenzung zu den beiden ihm gegenüber konträren Ansätzen veranschaulichen und verständlich machen. Schließlich geht es ja auch darum, eine – dem Anspruch nach – vernünftige wirtschaftsethische Orientierung zu gewinnen, und dies ist nur notwendig angesichts verkürzter oder verfehler Denkmuster, die in Theorie und Praxis häufig vertreten werden. Durch die detaillierte Kritik dieser Ansätze, die natürlich überhaupt erst einmal klar umrissen werden müssen, wird also der Ansatz integrativer Wirtschaftsethik bereits ein Stück weit entfaltet bzw. die Vorarbeit dazu geleistet.

Die beiden komplementär verkürzten bzw. verfehlten Ansätze lassen sich so umschreiben, dass ethische Ansprüche an das Wirtschaften im einen Fall als ‚unmöglich‘, im anderen als ‚unnötig‘ abzuweisen versucht werden. Beide Ansätze lassen sich als mehr oder minder reine Formen des *Ökonomismus* begreifen: der Verselbständigung, Verabsolutierung und normativen Überhöhung ökonomischer Gesichtspunkte. Im einen Fall, demjenigen der *Wirtschaftsethik als angewandter Ethik*, wird unterstellt, dass wir unter den sachzwanghaft gedachten ‚marktwirtschaftlichen Bedingungen‘ scheinbar keine andere Wahl haben, als uns diesen zu fügen. Dadurch werden diese ‚Bedingungen‘ selbst der ethischen Reflexion entzogen. In Abschnitt 3 wird es darum gehen aufzuzeigen, dass ethische ‚Unmöglichkeitstheoreme‘ nicht haltbar sind. ‚Sachzwänge‘ fallen nicht einfach vom Himmel, sondern sind normativ konstituiert und in der Regel höchst interessenpartikularistisch.

Im anderen Fall, demjenigen der *Wirtschaftsethik als angewandter Ökonomik*, wird behauptet, dass die Logik des Marktes aus sich heraus bereits die Gewähr dafür biete, dass in der Wirtschaft ethisch alles mit rechten Dingen zugeht – je reiner die Marktlogik sich entfaltet, desto besser. Diese eigentümliche, im ökonomischen Denken tief verwurzelte Denkweise setzt auf die berühmte „unsichtbare Hand“ des Marktes *statt* auf die ethische Vernunft der den Gang der Wirtschaft bestimmenden Akteure (Abschnitt 4). Ein solches Vertrauen in die ‚Metaphysik des Marktes‘ weist die Integrative Wirtschaftsethik ebenso zurück wie den Reflexionsstopp vor der sich realgeschichtlich entfaltenden ökonomischen Sachlogik. Neben dieser *Kritik am Ökonomismus* als der vorerst letzten und vielleicht wirkungsmächtigsten Großideologie unserer Zeit sieht die integrative Wirtschaftsethik ihre Aufgabe darin, eine *Idee sozialökonomischer Rationalität* zu entfalten, die als Orientierungsmaßstab des Wirtschaftens dienen soll (Abschnitt 5).

Der *dritte und letzte Teil* des Moduls lässt sich als Konkretionsschritt begreifen. Hier wird eine wirtschaftsethische Topologie, d.h. eine Lehre von den ‚Orten‘ der Moral des Wirtschaftens in einer modernen Gesellschaft dargelegt. An die Stelle der bisher üblichen Zweiteilung der Wirtschaftsethik in Ordnungsethik und Unternehmensethik, die weitgehend nur die gewohnte akademische Spal-

tung zwischen Volks- und Betriebswirtschaftslehre nachbildet, tritt eine differenzierte Konzeption wechselseitig aufeinander bezogener Verantwortungsebenen. Insbesondere kommt als dritter systematischer Ort die *Wirtschaftsbürgerethik* hinzu. Diese verschränkt selbst schon individuelle ethische Elemente, etwa im Bereich des Konsums oder des prinzipiengeleiteten Investierens, mit dem politisch-philosophisch aufgeklärten Grundkonzept einer *wohlgeordneten Gesellschaft*, das sich auf die unverzichtbaren Momente republikanischer Bürgertugend besinnt und für das deshalb die Bezeichnung eines *republikanischen Liberalismus* vorgeschlagen wird (Abschnitt 6).

Wohlverstandene, unverkürzte Wirtschaftsethik kann sich selbstverständlich nicht in Individualethik erschöpfen. Vielmehr bedarf es grundlegend der möglichst ethisch vernünftigen Gestaltung der Rahmenordnung des Marktes (*Ordnungsethik*). Allerdings wird sich zeigen, dass keine der diskutierten ordnungspolitischen Konzeptionen (Alt-, Ordo-, Neoliberalismus) das wirtschaftsethisch entscheidende Primat der Gesichtspunkte der Lebensdienlichkeit vor der Logik des Marktes klar durchhält (Abschnitt 7).

Auch die *Unternehmensethik* steht unter dem Anspruch der vorbehaltlosen Grundlagenreflexion der vielschichtigen Zusammenhänge. Die entscheidenden Weichen hierfür werden bereits in Abschnitt 4 gelegt, indem dort dargelegt wird, weshalb das Prinzip der ‚Gewinnmaximierung‘ bzw. die ausschließliche Orientierung am langfristigen ‚Shareholder-Value‘ ethisch nicht begründungsfähig ist. Darauf aufbauend wird ein zweistufiges, integratives Konzept unternehmensethischer Verantwortung entwickelt, in dessen Rahmen unternehmensethische Fragen sowohl im Innenverhältnis wie im Außenverhältnis der Unternehmung ohne ökonomistische oder individuelle ethische Verkürzungen erörtert werden können (Abschnitt 8).

Teil I. Grundbegriffe moderner Ethik und der *moral point of view*

Was ist Ethik? Da haben wir alle so unsere Vorstellungen. Ethik hat zu tun mit Rechten und Pflichten. Ethik heißt, Gutes zu tun und Schlechtes zu vermeiden, z.B. nicht zu lügen, nicht zu stehlen und anderen keinen Schaden zuzufügen. Ethik heißt, für sich keine Sonderstellung zu beanspruchen, andere zu respektieren und zu achten, ihnen ihren gerechten Anteil am gemeinsam Erwirtschafteten zukommen zu lassen.

So oder ähnlich sind wohl unsere Alltagsvorstellungen, die alle ein wenig differieren und im Grundsatz durchaus in die richtige Richtung weisen. Doch fehlen ihnen die Trennschärfe und die Klarheit. Auch könnte man sagen, es handelt sich, so formuliert, um Allgemeinplätze, die eher Fragen aufwerfen, als dass sie eine klare Orientierung in unübersichtlichen Zeiten böten. Ist gerade in einer modernen, pluralistischen Gesellschaft nicht äußerst kontrovers, was in einer konkreten Situation das 'Gute' und das Gerechte ist? Und liegen unter der Oberfläche geteilter elementarer Alltagsnormen nicht zum Teil grundlegend verschiedene Ethikkonzeptionen, die insbesondere in Konfliktfällen zum Vorschein kommen? Wie ist mit diesen Konflikten zwischen verschiedenen Moralvorstellungen umzugehen? Und sind moralische Urteile nicht letztlich 'subjektiv' oder zumindest kulturspezifisch?

Vermutlich haben Sie sich die eine oder andere dieser Fragen schon einmal gestellt. Beschäftigt man sich allerdings weiter mit (philosophischer) Ethik und beginnt man, die eigenen, mehr oder minder stimmigen ethisch-normativen Grundauffassungen zu hinterfragen, dann stellen sich weitere, tiefer gehende Fragen, die sich dem 'Laien' nicht sofort aufdrängen mögen. Etwa die, was uns denn dazu berechtigt, eine bestimmte Handlungsweise *als ethisch richtig* (gerecht, legitim, verantwortlich usw.) oder auch *als ethisch falsch* (als ungerecht, illegitim, verantwortungslos usw.) auszuzeichnen? Wie lässt sich das eine oder andere Urteil in begründeter Weise fällen? Und mit welcher Art von Urteilen haben wir es da eigentlich zu tun? Was ist die *Logik*, das *Prinzip*, welchem wir dabei folgen oder konsequent folgen sollten? Mit welchen Kategorien (Begriffen) und mit welchen Dimensionen des ethischen Urteils haben wir es dabei zu tun?

Dies sind Fragen, die in diesem ersten Kapitel knapp aber systematisch geklärt werden sollen. Indem wir uns ein Stück weit mit Grundfragen der Ethik beschäftigen, soll ein begriffliches Gerüst geschaffen werden, das uns den methodisch-disziplinierten Umgang mit wirtschaftsethischen Konzeptionen und Fragen erleichtert. Auch sollen bereits hier erste Orientierungslinien gesetzt werden. In

Abschnitt 1 nähern wir uns der Ethik – oder besser: ihrem zentralen Thema, der Moral – phänomenologisch, also aus der uns vertrauten Perspektive der immer schon an einer moralischen Gemeinschaft Beteiligten. Was ist der Sinn der Moral? – Dies ist die uns hier beschäftigende Kernfrage. Dabei werden wir auch ein Stück weit analytische Ethik betreiben, d.h. wesentliche begriffliche Unterscheidungen treffen, die einen möglichst präzisen Sprachgebrauch ermöglichen sollen – und damit ein ebenso präzises bzw. klares Denken.⁹

Diese begrifflichen Klärungen stellen keineswegs ein ‚wertfreies‘ oder ‚neutrales‘ Unterfangen dar. Vielmehr sind sie bereits getragen von einem *Prinzip der Moral*, das *normative Verbindlichkeit* beansprucht. Dessen Explikation und Begründung wollen wir uns in Abschnitt 2 eingehender zuwenden. Nachgezeichnet werden hierzu die wichtigsten Entwicklungslinien der Versuche, den *moral point of view* als den *Vernunftstandpunkt der Moral* auszuweisen und zu begründen, wobei wir die *Diskursethik* als den fortgeschrittensten und überzeugendsten dieser Versuche herausstellen werden.

⁹ Analytische Ethik und Philosophie ist insbesondere im angelsächsischen Raum die wohl verbreitetste Form der Philosophie und Ethik. Sie meint, durch die ‚logische‘ Analyse der (Alltags-)Sprache – man denke an Begriffe wie ‚richtig/falsch‘, ‚Sollen‘, ‚Pflicht‘ usw. – ethisch relevante, aber zugleich ‚neutrale‘ Aussagen treffen zu können und versteht sich somit als ‚Metaethik‘. Wie wir in Abschnitt 1 sehen werden, ist eine so verstandene Analytik des ethischen Sprachgebrauchs jedoch verfehlt.

1. Die Dimensionen der Ethik und der Sinn der Moral

1.1 Ziele und Zweck

Im folgenden Kapitel wird geklärt, was Ethik eigentlich ist und warum wir uns mit ihr beschäftigen sollten. Es handelt sich dabei um einen Typus von Fragestellung derart, dass wir die Antwort eigentlich schon vorausgesetzt haben, uns dies aber nicht bewusst war. Ethik ist vor allem ein Sich-Klar-Werden. Darum ist das Aufzeigen der Ziele und Zwecke dieses Grundlagenkapitels im Wesentlichen gleichbedeutend mit dem Inhalt des Kapitels selbst.

Am Ende dieses Kapitels sollten Sie in der Lage sein darlegen zu können, was Ethik ist und warum man sie betreibt, was Ethik von Moral unterscheidet und warum man den Begriff ‚unethisch‘ vermeiden sollte, worin der Sinn der Moral besteht und welche Bereiche und Dimensionen der Ethik sich unterscheiden lassen bzw. zu beachten sind. Sie erarbeiten sich dabei das begriffliche Gerüst, um ethische Fragen kritisch-systematisch anzugehen.

1.2 Was ist Ethik?

Eine erste, eher definitorische Antwort auf die zu Anfang dieses Kapitels gestellt Frage – Was ist Ethik? – lautet: Ethik ist die *Reflexionstheorie der Moral*. Damit ist bereits eine wichtige begriffliche Trennung angesprochen: diejenige zwischen *Ethik* und *Moral*. Diese Unterscheidung bereitet ja oftmals Schwierigkeiten. Doch auch, wenn es in konkreten Zusammenhängen zuweilen selbst für den ‚Ethik-Profi‘ schwer zu entscheiden ist, ob man ‚moralisch‘ oder ‚ethisch‘ verwendet, sollte man auf die Formulierung ‚ethisch-moralisch‘ verzichten. Denn zwischen beiden Begriffen besteht durchaus ein systematischer Unterschied: Mit *Moral* wird im Allgemeinen auf unsere moralischen Urteile und Überzeugungen abgestellt, die wir *faktisch* teilen, ebenso wie auf dasjenige *Handeln*, das wir als Ausdruck einer spezifisch moralischen Intention begreifen und daher als ethisch richtig auffassen – ob zu Recht oder zu Unrecht, das steht auf einem anderen Blatt. Seiner lateinischen Wurzel (mos, pl. mores: die {guten} Sitten) entsprechend bezeichnet der Begriff der Moral die Gesamtheit der gewohnten, faktisch geltenden moralischen Wertvorstellungen und Urteilsweisen, Grundsätze und Normen, die in einer kulturellen Lebenspraxis das sittlich richtige Handeln in allgemeiner, für jedermann verbindlicher Weise bestimmen. Anders ausgedrückt: Die Moral regelt, was ‚man‘ in einer sittlichen Gemeinschaft darf und was man nicht darf, was man tun und was man lassen soll.

Was wir für ethisch richtig halten, muss jedoch nicht das ethisch Richtige sein. Jeder macht wohl im Verlauf seiner Lebensgeschichte die Erfahrung, dass sich seine moralischen Überzeugungen wandeln, und zwar in der Regel nicht einfach willkürlich, sondern in der Weise, dass man (zumindest in etwa) weiß, warum die vormaligen Einsichten nicht so ganz richtig waren. Es gibt also ein ethisches

Lernen. *Ethik* bezeichnet nun die methodische Suche nach *begründeter* moralischer Orientierung. Ethik ist die (kritische) Theorie, Moral ist die Praxis bzw. der Gegenstand der Ethik als einer Reflexionsanstrengung. Sie ist eine philosophische Wissenschaft, die sich auf die Frage spezialisiert hat: Was sind *ethisch richtige* (legitime, verantwortbare usw.) Handlungsweisen oder Grundsätze (Maximen) meines Handelns? Natürlich haben sich dabei verschiedene, zum Teil konfligierende Ansätze herausgebildet. Den Diskurs zwischen den ‘Ethik-Profis’ zu verfolgen und sich darauf einzulassen, ist für die Ausbildung unserer moralischen Urteilskraft sehr förderlich, denn dadurch können Erkenntnisse von einer Tiefe und Orientierungskraft erzielt werden, wie es ohne eine solche Spezialdisziplin für das Allgemeine kaum möglich wäre.

Hier lassen sich bereits erste grundlegende Erkenntnisse gewinnen. Wenn Ethik nämlich die Ebene der Reflexion unserer moralischen Urteile benennt, dann hat es wenig Sinn, eine Handlungsweise als ‘ethisch’ oder ‘unethisch’ zu bezeichnen. Denn *irgendeine* ethische Position wird ja unvermeidlich vertreten – es fragt sich nur welche, und ob sie kritischen Einwänden standhält.¹⁰ Man kann eine Handlungsweise also als ‘moralisch’ oder ‘unmoralisch’, legitim oder illegitim, gerecht oder ungerecht usw. charakterisieren, nicht aber als ‘unethisch’ oder ‘ethisch’.

Damit zusammen hängt eine weitere Einsicht: Es gibt keinen Bereich des Handelns, der als ethisch ‘neutral’ oder ‘wertfrei’ einzustufen wäre. Es gibt keine (ethische) ‘Neutralität’. Wenn die ‘Neutralität’ einer Handlungsweise behauptet wird, so ist damit genau genommen gesagt: Hier ist ethisch alles in Ordnung. Mit anderen Worten: man hat die Handlungsweise als *legitim* (ethisch richtig) ausgewiesen. Dann aber sollte man dies auch in ethischen Kategorien formulieren und nicht durch die Behauptung der ‘Neutralität’ als unangreifbar hinzustellen versuchen.

Ethik und Moral haben es, ganz elementar betrachtet, offenbar mit dem *Sollen* zu tun, nicht mit dem *Sein*. Es geht darum, was geschehen bzw. wie gehandelt werden *soll*, nicht darum, was empirisch *der Fall ist*. Man spricht hier auch von *Normativität* im Gegensatz zur *Faktizität*. Damit soll nicht gesagt sein, dass Beschreibungen der Wirklichkeit irgendwie ‘neutral’ wären. Denn schließlich lässt sich nicht nur die objektive Welt, die Natur, sondern auch die soziale Welt, d.h. die Welt der Handlungen und der zwischenmenschlichen (intersubjektiven) Beziehungen, als eine Realität begreifen, die der Fall ist.¹¹ Mit der Ist-Soll-

¹⁰ Wenn man den Begriff dennoch verwenden möchte – was hier keineswegs empfohlen wird –, so könnte das Adjektiv ‘unethisch’ allenfalls bedeuten, dass die betreffende Person, deren Handeln solchermaßen klassiert wird, es versäumt hat, darüber nachzudenken, ob ihre Handlungsweise ethisch begründet ist, dass sie ethischen Fragen also gleichgültig gegenübersteht. Dies aber sollten man nicht als ‘unethisch’, sondern als unmoralisch bezeichnen.

¹¹ Solche Beschreibungen sind natürlich hochkomplex, und ihr normativer Gehalt ist zumeist nicht leicht herauszuarbeiten. Darum erscheinen singuläre Beispiele oftmals allzu holzschnittartig. Zur Veranschaulichung

Unterscheidung wird also nicht auf einen Gegensatz zwischen Normativität und (fiktiver) ‘Neutralität’ abgestellt. Vielmehr geht es um den kategorial verschiedenen *Sinn*, den Äußerungen und Behauptungen (Geltungsansprüche) aufweisen können. In Frage steht entweder die *Berechtigung* oder *Richtigkeit* von *Handlungen* und *Einstellungen* oder die *Wahrheit* von Beschreibung und die Erklärung von *Wirkungszusammenhängen*.

Wenn man nun beide Ebenen vermischt und die Richtigkeit von Handlungen – wie direkt oder indirekt auch immer – aus Fakten, aus der Natur oder aus der ‘Natur der Sache’ abzuleiten versucht, dann begeht man einen *naturalistischen Fehlschluss*.¹² Man behauptet dann: ‘Es *ist* so, und *darum soll* es auch so sein.’ Was richtig ist, was also sein soll, das kann nicht aus der Welt der Fakten abgeleitet werden, sondern muss vielmehr *ethisch* begründet werden.

Bevor wir uns nun fragen, in welcher Hinsicht sich Fragen des Sollens stellen, sei auf eine weitere Eigenart der Ethik hingewiesen. Es gibt keinen ‘höheren’, über der Ethik stehenden Gesichtspunkt. Dies ist nicht so zu verstehen, dass sich ‘die Ethiker’ anmaßen, über alles bestimmen zu wollen, sondern eine Frage der Logik und der Definition. Ethik fragt eben nach den *letztlich entscheidenden*, nach den *maßgeblichen* Grundsätzen unseres Urteilens und Handelns. Solche Grundsätze bzw. ein solches *normatives Prinzip* muss es ja geben. Bei unserem faktischen Urteilen und Handeln muss es einen letztlich ausschlaggebenden Gesichtspunkt geben, auch wenn uns dieser u. U. gar nicht klar bewusst und schwer zu benennen ist. Die Aufgabe der Ethik besteht darin, die unserem Urteilen und Handeln zugrundeliegenden Intentionen kritisch zu hinterfragen und daraus ein möglichst gut begründbares, möglichst allen berechtigten Einwänden standhaltendes Prinzip zu entwickeln.

Beispiel

Auch in folgender Hinsicht werden die Begriffe ‘Ethik’ oder ‘ethisch’ zuweilen mit zu wenig Bedacht verwendet. Die große schweizerische Einzelhandelskette Migros hat eine interessante [Web-Seite](#) lanciert, die sich als “Engagement der Migros für Mensch, Tier und Natur” versteht.¹³ Darin heißt es: “Das soziale und ökologische Engagement der Migros ist beispielhaft.

sei jedoch darauf verwiesen, dass man die gleiche Gesellschaft als eine ‘Ellbogengesellschaft’ oder als eine ‘Leistungsgesellschaft’ bezeichnen kann, womit im ersten Fall wohl eher ein ablehnendes Urteil, im zweiten hingegen im Allgemeinen eine Zustimmung verbunden ist.

¹² Der Begriff “naturalistischer Fehlschluss” geht auf George Edward Moore (1873-1958) zurück. Ihm korrespondiert das “Humesche Gesetz” (David Hume, 1711-1776) bzw. der Sein-Sollen-Fehlschluss, gemäß dem normative Urteile nicht aus Aussagen über Wirkungszusammenhänge abgeleitet werden können.

¹³ Alle Internetlinks Juni 2005, zu öffnen mit Ctrl + linke Maustaste. Sollte Sie nicht online arbeiten, so können Sie die URL durch die folgende Operation auffinden und, sobald Sie online arbeiten, in ihren Browser kopieren: *Den Cursor auf die blau markierte Stelle -> rechte Maustaste -> Hyperlink -> Hyperlink bearbeiten -> Ctrl+Insert (Copy) -> Shift+Insert (Paste in das Fenster des Browsers)*. Wie Sie sehen werden, verweisen, besonders im hinteren Teil, einige der blauen Markierungen auf vorangegangene Teststellen innerhalb des Moduls. Falls Sie die Stelle noch einmal nachlesen möchten, klicken Sie auf den Link und merken Sie sich vorher die Seite oder eine markante Stelle, an der Sie gerade lesen, um nach der Auffrischung durch *Suche* wieder zu der Textstelle zurückzufinden, um dort fortfahren zu können.

[...] Der Einsatz der Migros umfasst *aber auch* ethische Projekte, die aktuelle und bedeutende Themen aufgreifen und beispielhafte Lösungen aufzeigen.“ Und auf der [Homepage](#) von Shell-International ist zu lesen: “To make sustainable development part of how we run our facilities and make decisions we use this lens to set clear requirements that address our main environmental, social *and* ethical issues.” (Hvh.d.V.)¹⁴ Die schweizerischen Bank Coop versteht sich als „anständige Bank“ und bietet sog. „nachhaltige Anlagefonds“ an. In ihrer Werbung dazu formuliert sie: „Die Aktien von Unternehmen, die sich neben ökonomischen auch ökologischen, sozialen *und ethischen* Prinzipien verpflichten, haben in den letzten Jahren hervorragende Renditen erzielt.“¹⁵

Hier deutet sich einerseits ein neues Verständnis der Unternehmung und ihres Wirtschaftens an, bei dem ‘Ethik’ ausdrücklich eine Rolle spielt. Dieses ist andererseits jedoch klärungsbedürftig. ‘Ethik’ wird hier nämlich nicht als *Inbegriff* der Klärung der *höchsten, letztlich ausschlaggebenden* Maßstäbe des Urteilens und Handelns verstanden, sondern als ein Gesichtspunkt *neben* anderen, etwa solchen “ökologischer”, “sozialer” oder “ökonomischer” Art. Wenn wir die beiden Äußerungen wörtlich nehmen, dann müsste angenommen werden, dass diese anderen Gesichtspunkte nichts mit Ethik zu tun haben, also der ethischen Reflexion entzogen sind. Sie müssten als ‘neutral’ angesehen werden. Dies aber, so haben wir gesehen, ist keine Haltung, die man wohlerwogenerweise einnehmen könnte. Welche Position man auch immer im Einzelnen vertritt, ob man etwa der Unternehmenspolitik der beiden Firmen kritisch oder befürwortend gegenübersteht, *eine Position einzunehmen* – etwa hinsichtlich des ja nun konflikthaften Verhältnisses zwischen “ökonomischen”, “ökologischen” und “sozialen Gesichtspunkten” – *ist unvermeidlich eine ethische Angelegenheit*. Nicht *ob* oder *in welchem Ausmaß* man ‘ethisch’ denkt und handelt, kann zur Debatte stehen, sondern *welche* ethische Position man vertritt und ob diese wohlbegründeten Einwänden standhält.

Damit haben wir das *Primat der Ethik* formal gesehen bereits begründet. Es handelt sich um ein *formales* Primat, weil ja noch gar nichts darüber gesagt ist, *welche* inhaltliche Perspektive wir als normativ verbindlich bzw. als vernünftig anerkennen sollen. Ohne eine solche Perspektive wüssten wir gar nicht, nach welcher Maßgabe *Konflikte* zwischen verschiedenen Wertgesichtspunkten aufzulösen wären, etwa zwischen „sozialen“, „ökologischen“ und „ökonomischen“ Gesichtspunkten. Hier auch noch "ethische" Gesichtspunkte hinzuzufügen bzw. daneben zu stellen, ist sachlich falsch, denn die Aufgabe der Ethik besteht gerade darin, die Maßgabe zu benennen, aus der heraus diese Konflikte vernünftigerweise (verantwortbarer-, legitimer-, gerechterweise) beizulegen sind. Jetzt sehen wir auch, warum der Begriff einer ‘*Metaethik*’, wie er in der analytischen Philosophie verwendet wird, wenig Sinn macht. Es gibt keine Instanz ‘oberhalb’ der Ethik, die dieser Vorschriften machen oder ihr Vorgaben setzen könnte, und die selbst als ‘ethikfrei’ oder ‘außerethisch’ einzustufen wäre.

¹⁴ Der Begriff der “Stakeholder” wird in Abschnitt 4.4 näher erläutert.

¹⁵ NZZ am Sonntag, 27. August 2006.

Ebenfalls offen bleibt, im Hinblick worauf sich ethische Fragen stellen. Was ist der ‘Gegenstand’, was ist das Thema der Ethik? Klar dürfte sein, dass Moral ein *zwischenmenschliches* Phänomen ist. Sollensforderungen beziehen sich nicht – oder höchstens indirekt – auf unseren Umgang mit leblosen *Objekten* bzw. auf die Natur, sondern auf den Umgang mit *Subjekten*, auf die Art und Weise, wie wir andere *Personen* behandeln und wie wir unseren Mitmenschen gegenüber-treten sollen.¹⁶ Ethik als Reflexionstheorie der Moral versucht also, das *Ethos der Zwischenmenschlichkeit* reflexiv einsichtig zu machen und als für uns verbindlich zu begründen. Von *dem* Ethos der Zwischenmenschlichkeit bzw. dem *einen* Moralprinzip ist dabei in zweierlei Hinsicht zu reden:

- Zum einen ist die *normative Logik der Zwischenmenschlichkeit* ein universales, in allen Kulturen vorzufindendes und allen menschlichen Individuen zugängliches empirisches *Phänomen* (Abschnitt 1.3). Moralität ist eine grundlegende Disposition des Menschen und daher in allen Kulturen anzutreffen, wenn auch in einer Vielzahl kulturgeschichtlich entstandener Erscheinungsformen. Sie ist uns vertraut als gutes oder schlechtes ‘Gewissen’, als unsere subjektiv empfundene moralische Verletzlichkeit (‘Kränkbarkeit’) und als Fähigkeit zur autonomen Verantwortungsübernahme.
- *Universal* ist jedoch auch der *Anspruch* der Moral. Was normativ richtig ist, muss von jedem vernunftbegabten Subjekt als normativ richtig eingesehen werden können. Neben dem empirischen Universalismus der Moral müssen wir also auch einen philosophisch-kritischen Universalismus ins Spiel bringen. Dieser erlaubt es uns erst, eine Norm *als richtig* (‘gerecht’, ‘legitim’, ‘fair’ usw.) bzw. als ethisch vernünftig auszuweisen, d.h. zu *begründen*. Der Ebene der *Reflexion* und der *Begründung* eines verbindlichen *Standpunktes der Moral (moral point of view)*, von dem aus empirisch vorfindliche Moralvorstellungen kritisierbar sind, wenden wir uns in Abschnitt 2 systematisch zu.

1.3 Das Ethos der Zwischenmenschlichkeit

Wie bereits erwähnt, ist uns Moral immer schon vertraut. Denn sie gehört wesentlich zur *Conditio humana*, zu unserer Grundausstattung als menschliche Individuen, die sich in sozialen Kontexten zu individuellen Persönlichkeiten gebildet haben und in solchen Kontexten zeitlebens stehen. Dabei lassen sich vier eng zusammenhängende, für alle Menschen gleichermaßen geltende Grundbestimmungen der universalen Logik zwischenmenschlicher Verpflichtungen unterscheiden:

¹⁶ Fragen einer ökologischen Ethik, die der Natur einen ‘Eigenwert’ oder gar Quasi-Rechte zuweist, klammern wir hier aus.

- a) die prinzipiell gleiche Verletzlichkeit und Schutzbedürftigkeit aller Menschen,
- b) ihre prinzipiell gleiche Fähigkeit, sich gedanklich in andere Menschen hinein zu versetzen,
- c) die sich daraus erschließende Reziprozität (Gegenseitigkeit) legitimer moralischer Ansprüche und schließlich
- d) die rationale Verallgemeinerbarkeit der moralischen Reziprozität (Universalisierungsprinzip).

1.3.1 Die Verletzlichkeit und Schutzbedürftigkeit der humanen Subjektkualität

Was zunächst allen Menschen unzweifelhaft gemeinsam ist, ist ihre psychische und physische Verletzlichkeit. Das unangenehme Gefühl der Missachtung, Verachtung oder Kränkung, das uns allen vertraut ist, demonstriert auch dem hartgesottesten Moralskeptiker zumindest die *Realität* einer moralischen Infrastruktur, die das soziale Leben durchwirkt.¹⁷ Zu dieser gehören typische Gefühlsreaktionen wie Entrüstung und Empörung über selbst erlittenes oder anderen zugefügtes Leid und Unrecht. Dazu gehören auch die Gefühle der Schuld und Reue auf der Seite desjenigen, der einsieht, dass er die Rechte anderer missachtet oder verletzt hat. Auch zeigt sich die moralische Infrastruktur des menschlichen Zusammenlebens darin, dass Kränkungen – zumindest in harmloseren Fällen – durch Entschuldigungen gleichsam ‘geheilt’ werden können. (‘Ich habe es nicht so gemeint.’). Und auch der Betroffene kann ein geschehenes Unrecht verzeihen.¹⁸

Diese moralische Infrastruktur verweist auf die Erwartung gelungener, zumindest nicht gestörter zwischenmenschlicher Beziehungen, in deren Zentrum der Respekt und der Schutz der Identität, Integrität und Würde einer jeden Person steht. In unserer moralischen Verletzlichkeit spiegelt sich das tiefgründige menschliche Angewiesensein auf die *Achtung* sowohl unserer unverletzlichen personalen Individualität als auch unserer sozialen Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft. Denn wir bilden unsere Identität im Umgang mit anderen. Diesen Zusammenhang zwischen personaler Identität und Moral hat Jürgen Habermas treffend charakterisiert:

“Die Person bildet nur in dem Maße ein inneres Zentrum aus, kommt erst in dem Maße zu sich selbst, wie sie sich an die kommunikativ hergestellten interpersonalen Beziehungen auch entäußert und sich in ein immer dichteres und subtileres Netz von reziproken Verletzbarkeiten und exponierten Schutzbedürftigkeiten verstrickt. Unter diesem anthro-

¹⁷ Damit ist allerdings die *Verbindlichkeit* einer Orientierung an moralischen Grundsätzen noch nicht erwiesen. Begründungsfragen wenden wir uns wie erwähnt erst in Abschnitt 2 zu.

¹⁸ Vgl. zur Phänomenologie des Moralischen Habermas, J.: Diskursethik – Notizen zu einem Begründungsprogramm, in: ders., Moralbewusstsein und kommunikatives Handeln, Frankfurt a.M. 1983, S. 53-125, hier S. 55 ff.

pologischen (,menschenswissenschaftlichen‘, A.d.V.) Gesichtspunkt können wir die Moral als diejenige Schutzvorrichtung begreifen, die eine in der soziokulturellen Lebensform selbst angelegte konstitutionelle Gefährdung kompensiert.” Moralische Institutionen dienen dazu, “durch Schonung und Rücksichtnahme der extremen Verletzbarkeit von Personen entgegenzuwirken,” wobei die “chronische Anfälligkeit einer persönlichen Integrität ... der handgreiflichen Versehrbarkeit der leiblichen Integrität noch vorausliegt, mit dieser aber verschränkt ist.”¹⁹

Damit haben wir den *Sinn der Moral* grundlegend bestimmt. Er liegt in der wechselseitigen *Anerkennung* und *Achtung* der Individuen als Personen. Diese Anerkennung duldet keine Relativierung – wie dies auch im Begriff der *unantastbaren Menschenwürde* zum Ausdruck kommt.²⁰ Als Menschenwürde wird dabei jener unversehrte Subjektstatus der Person bezeichnet, der auf der regelmäßigen Erfahrung beruht, in der eigenen unverwechselbaren, ‘eigenwilligen’ Persönlichkeit zumindest nicht missachtet und keineswegs als bloßes Objekt eines fremden Willens instrumentalisiert zu werden.

1.3.2 Die Fähigkeit zum gedanklichen Rollentausch

Personen sind zweifelsfrei in der Lage, jeden anderen Menschen als Menschen zu erkennen, sich in Gedanken in eine andere Person zu versetzen und sich, wie schon Adam Smith erkannt hat,

“so ein Bild von der Art und Weise (zu) machen, wie eine bestimmte Situation auf sie einwirken mag, dass wir uns vorzustellen suchen, was wir selbst wohl in der gleichen Lage fühlen würden.”²¹

Diese humane Fähigkeit zum gedanklichen Rollentausch (role-taking)²² ist die kognitive (erkenntnismäßige) Wurzel unserer Moralität: Indem wir uns gedanklich in die Lage eines *Alter Ego* versetzen, gewinnen wir sowohl die Möglichkeit der Anteilnahme an seinen Empfindungen als auch die Fähigkeit, unser eigenes Handeln gleichsam “mit seinen Augen und von seinem Standort aus” kritisch selbst zu reflektieren.²³ In der gedanklichen ‘Spiegelung’ (Selbstreflexion) vom Standpunkt des Anderen aus entwickeln wir auf diese Weise sowohl unsere zwischenmenschliche Beziehungs- und Bindungsfähigkeit (soziale Identität) als auch zugleich unser ‘Selbstbild’ und Selbstbewusstsein (personale Identität). Aus diesem Grund ist unsere Selbstachtung von der Erfahrung, von

¹⁹ Habermas, J.: Erläuterungen zur Diskursethik, Frankfurt a.M. 1991, S. 223.

²⁰ Vgl. etwa [Artikel 1](#) des Grundgesetzes Deutschlands: “Die Würde des Menschen ist unantastbar.”

²¹ Adam Smith ist vor allem berühmt für seine Schrift “The Wealth of Nations” (1776, dt. Der Wohlstand der Nationen, München 1978). Die weniger bekannte “Theorie der ethischen Gefühle”, Hamburg 1985, der dieses Zitat entnommen ist, (S. 2; der Titel der englischen Originalausgabe aus dem Jahre 1759 lautet “The Theory of Moral Sentiments), war Smith’s eigenen Angaben zufolge jedoch sein Hauptwerk.

²² Vgl. dazu schon Mead, G.H.: Geist, Identität und Gesellschaft, Frankfurt 1973 (Chicago 1934), S. 300ff.; hierzu auch Habermas, J.: Theorie des kommunikativen Handelns, 2 Bände, Frankfurt 1981 (1981a/b), hier Bd. 2, S. 141 ff. (1981b).

²³ Smith (1985:167)

anderen geachtet zu werden, nicht ablösbar. Von daher erschließt sich wohl auch der tiefere Sinn des Begriffs der moralischen Integrität, die buchstäblich als die unversehrte Ganzheitlichkeit unseres moralischen Selbstverhältnisses ‘ange-sichts’ der bestärkenden Achtung durch unsere Bezugspersonen zu verstehen ist; sie erlaubt es uns, uns im Spiegel selbst in die Augen zu sehen und uns als integ-re und daher als achtenswerte Menschen wahrzunehmen:

“Die nichtkonditionalen Beziehungen gegenseitiger Achtung, die Personen einander als verantwortlich handelnde Personen entgegenbringen, sind gleichursprünglich mit dem Phänomen der Selbstachtung – des Bewusstseins also, die Achtung anderer zu verdienen.”²⁴

1.3.3 Die zwischenmenschliche Reziprozität der moralischen Ansprüche und Rechte

Aus der intersubjektiven Austauschbarkeit (Reversibilität) der Perspektiven erschließt sich uns auch die Gegenseitigkeit oder Reziprozität der legitimen mora-lischen ‘Ansprüche’: Meinem moralischen Anspruch auf Anerkennung und Achtung meiner verletzlichen Subjektqualität (‘Ego’) steht symmetrisch der gleiche Anspruch des Alter Ego gegenüber, und meiner unbedingten Anerken-nungswürdigkeit als ‘unantastbare’ Person dieselbe Anerkennungswürdigkeit jeder anderen Person. Es gibt daher keine ‘private’ oder rein subjektive Moral. Vielmehr können wir hier erneut die *intersubjektive* Struktur aller moralischen Ansprüche, sogar unserer Selbstansprüche, erkennen: Moral ist “irreduzibel intersubjektiv”.²⁵

Die Reziprozität der zwischenmenschlichen Erwartungen, die der inter-subjektiven Struktur aller moralischen Ansprüche entspricht, kommt kultur-geschichtlich in vielfältigen Formen eines *Ethos der Gegenseitigkeit* zum Aus-druck. Das Spektrum reicht von symbolisch-rituellen Interaktionsformen wie dem in archaischen Gesellschaften anzutreffenden Gabentausch bis hin zur ar-gumentativen Verständigung zwischen ‘mündigen’ Personen im Diskurs, wie er für die Moderne charakteristisch ist.²⁶ Wie der namhafte Soziologe Alvin Gouldner gezeigt hat, ist das “principle of reciprocity”, verstanden als Symmet-rie wechselseitiger moralischer Verpflichtungen, tatsächlich ein *universales* Element aller bekannten Kulturen.²⁷

²⁴ Habermas (1991:150)

²⁵ Wingert, L.: *Gemeinsinn und Moral. Grundzüge einer intersubjektivistischen Moralkonzeption*, Frankfurt 1993, S. 13.

²⁶ Beim archaischen Gabentausch ging es nicht um den Austausch von Gütern aus ökonomischen Gründen. Der Sinn lag vielmehr in der wechselseitigen Bekundung einer friedlichen und freundschaftlichen Grundhaltung. Vgl. Maus, M.: *Die Gabe*, 2. Aufl., Frankfurt a.M. 1984 (das französische Original stammt von 1950); vgl. auch Ulrich, P.: *Transformation der ökonomischen Vernunft. Fortschrittsperspektiven der modernen Industriegesellschaft*, 3. Aufl., Bern/Stuttgart/Wien 1993, S. 46 ff. (1993a).

²⁷ Vgl. Gouldner, A.W.: *The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement*, in: *American Sociological Review* 25 (1960), S. 161-178.

Wir dürfen vermuten, dass dieser empirisch vorfindliche moralische Universalismus seine Wurzel in folgendem Umstand hat: Ego und Alter Ego könnten gegenseitig ihr moralisches Recht (d.h. den berechtigten Anspruch) auf Achtung der Person nicht bestreiten, ohne als vernünftige Personen damit zugleich auch ihren eigenen korrespondierenden Anspruch zu widerrufen. Aus dem moralischen *Recht* des Einen begründet sich die moralische *Pflicht* des Anderen zur Wahrung dieses Rechts und umgekehrt. Hieraus lassen sich zwei Schlußfolgerungen ziehen:

Erstens ergibt sich hieraus die prinzipielle moralische *Gleichberechtigung* aller Individuen. *Jeder* hat das Grund- oder Menschenrecht auf die Wahrung seiner humanen Würde, personalen Identität und Autonomie. Dieser Grundsatz der *Nicht-Diskriminierung* wird auch in Artikel 2 der [Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte](#) vom 10. Dezember 1948 festgehalten.

Zweitens hat jedes Individuum Rechte *und* Pflichten. Auch die Rollen zwischen Pflichten- und Rechtssubjekt müssen austauschbar sein. Dies sollte eigentlich selbstverständlich sein. Doch wird oftmals übersehen, dass auch derjenige, der eine Pflicht wahrzunehmen hat (wir sprechen hier vom moralischen Subjekt), Rechte hat. Und umgekehrt hat derjenige, dem ein Recht zusteht, die Pflicht, keine übergebürlichen bzw. unzumutbaren Forderungen zu stellen. Einer Pflicht zu entsprechen ist ja zuweilen mit großen Anstrengungen verbunden. Auch kann sich das moralische Subjekt seinerseits in einer Notlage befinden. Es kann daher *unzumutbar* sein, Ansprüchen zu genügen, die an und für sich legitim zu sein scheinen, sich bei näherer Betrachtung aber als übergebürlich herausstellen.²⁸

1.3.4 Die rationale Verallgemeinerbarkeit des moralischen Reziprozitätsprinzips

Jeder Mensch verfügt über ein gewisses Abstraktionsvermögen. Das erlaubt es uns, die Einsicht in die reziproke (wechselseitige) Struktur des zwischenmenschlichen Respekts, wie wir sie im Umgang mit *konkreten Anderen* erfahren haben, gedanklich auf den *allgemeinen Anderen* auszuweiten.²⁹ Die konkret erfahrene moralische Gemeinschaft unserer Lebenswelt wird zur *regulativen Idee*³⁰ der unbegrenzten moralischen Gemeinschaft aller Menschen verallgemeinert. Aus

²⁸ Wir kommen auf den Begriff der *Unzumutbarkeit*, der die Rechte des moralischen Subjekts benennt, im Zusammenhang des Konzepts von Wirtschaftsethik als ‚angewandter‘ Ethik (Abschn. 3.2) zurück.

²⁹ Vgl. Mead (1973: 194ff.). Meads Unterscheidung von konkretem und allgemeinem Anderen hat die Philosophin S. Benhabib im Kontext der „Gender Studies“ aufgegriffen; vgl. Benhabib, S.: Selbst im Kontext, Frankfurt 1995, S. 161 ff.

³⁰ *Regulative Ideen* sind Orientierungsideen, die den normativen Horizont für pragmatische Schritte in die richtige Richtung weisen, jedoch wegen ihres idealen Charakters unter realen Umständen nie vollständig einholbar oder realisierbar sind.

dem Rollentausch mit einem bestimmten Gesprächs- oder Interaktionspartner wird so die regulative Idee des universellen Rollentausches. In deren Konsequenz erweist es sich als vernünftigerweise unausweichlich, *jedem Menschen* prinzipiell und bedingungslos den doppelten Status einer unantastbaren Person zuzusprechen und zuzuerkennen:

- einerseits in ihrer allgemeinen Gleichheit als Mensch, d.h. unabhängig von Geschlecht, ethnischer Abstammung, sozialer Herkunft, kultureller Prägung, Religion, Bildung, Weltanschauung usf.³¹
- andererseits in ihrer konkreten Andersheit als besonderes, uns möglicherweise weitgehend fremd bleibendes Individuum.

“Der Aspekt, dass Personen als solche mit allen übrigen Personen gleich sind, darf nicht *auf Kosten* des anderen Aspekts, dass sie als Individuen von allen anderen zugleich absolut verschieden sind, zur Geltung gebracht werden. Der reziprok gleichmäßige Respekt für jeden, den der differenzempfindliche Universalismus verlangt, ist von der Art einer *nicht-nivellierenden* und *nicht beschlagnehmenden* Einbeziehung des Anderen *in seiner Andersheit*.”³²

Aus dem Prinzip der moralischen Reziprozität zwischen konkreten, uns bekannten Personen wird so das *Universalisierungsprinzip*: Allgemeingültig sind Ansprüche, die jede Person, die sich als Mitglied der universellen moralischen Gemeinschaft versteht, vernünftigerweise gegenüber jedermann vertreten kann. Konkret kann man sich diese Universalisierungsprinzip durch die Fragen veranschaulichen: ‚Was würden andere dazu denken?‘ ‚Gibt es berechnigte Einwände gegenüber meiner Position?‘

1.4 Ethische Analytik

Wir sollten nun eine hinreichend klare Vorstellung vom Sinn der Moral haben und in den Grundzügen wissen, worin das Ethos der Zwischenmenschlichkeit besteht. Wie Sie sich vorstellen können, sind damit die Grundfragen der Ethik noch keineswegs erschöpfend behandelt, und dies kann auch nicht die Aufgabe dieses Moduls Wirtschaftsethik sein.³³ Um eine gute Basis für die wirtschaftsethische Diskussion zu legen, ist jedoch die Einführung weiterer ethischer Grundbegriffe notwendig. Uns geht es ja darum, Klarheit und Präzision im (wirtschaftsethischen) Denken zu gewinnen, und dafür sind klare begriffliche Unterscheidungen unabdingbar. Sie bilden gleichsam die ‘Tools’, die zu erarbei-

³¹ Vgl. Artikel 3 des deutschen [Grundgesetzes](#): “Niemand darf wegen seines Geschlechtes, seiner Abstammung, seiner Rasse, seiner Sprache, seiner Heimat und Herkunft, seines Glaubens, seiner religiösen oder politischen Anschauungen benachteiligt oder bevorzugt werden.” Man beachte, dass hier keine Anspruchsbegrenzung auf deutsche Staatsbürger festgelegt ist; der Anspruch gilt vielmehr universal für jedermann.

³² Habermas, J.: Die Einbeziehung des Anderen, Frankfurt 1996, S. 58.

³³ Für das vertiefte Studium seien die folgenden Schriften empfohlen: Apel, K.-O./Böhler, D./Rebel, K. (Hrsg.): Funk-Kolleg Praktische Philosophie/Ethik: Studentexte. Korrigierte Neuausgabe der Studienbegleitbriefe des DIFF zum Funkkolleg praktische Philosophie, Ethik, 3 Bde., Weinheim/ Basel 1984 (1984a/b/c); Pieper, A.: Einführung in die Ethik, 5. Aufl., Tübingen 2003; Ulrich (2001: Teil I).

ten sind, um mit dem geeigneten begrifflichen Rüstzeug an wirtschafts- und unternehmensethischen Diskussionen souverän teilnehmen zu können – ob diese nun unter dem Label ‘Ethik’ auftreten oder nicht.

1.4.1 Bereiche der Ethik: teleologische vs. deontologische Ethik

Wenn bislang von Ethik die Rede war, so war damit vor allem *deontologische Ethik* oder *Pflichtenethik* gemeint (von griech. *déon*: das Erforderliche, die Pflicht). Die Grundfrage lautet hier: Welche Pflichten oder Verantwortlichkeiten haben wir gegenüber anderen? Diese Frage ist gleichbedeutend mit der Frage: Welche Rechte oder legitimen Ansprüche haben andere uns gegenüber? Das Kriterium, um das es hier geht, ist dasjenige der *Gerechtigkeit*, in dem ja der Begriff ‘Recht’ steckt. Alternativ kann man auch von *Legitimität* sprechen. Wenn wir die Geschichte der philosophischen Ethik betrachten, so ist *Immanuel Kant* (1724-1804) der bedeutendste Vertreter der deontologischen Ethik.

Die deontologische Ethik ist von der *teleologischen Ethik* abzugrenzen (von griech. *télos*: Ziel, Zweck).³⁴ Ihr geht es nicht primär um das Gerechte, sondern um das Gute, d.h. das gute Leben. Typische Fragen einer teleologischen Ethik lauten: Welches Leben möchte ich führen? Wer möchte ich sein? Was ist das Wünschenswerte? Was macht ein sinnerfülltes Leben aus? Was sind meine oder unsere wahren Bedürfnisse? Der philosophiegeschichtlich bedeutendste Vertreter einer teleologischen Ethik ist der griechische Philosoph Aristoteles (384-322 v. Chr.). Dieser bestimmte die “Glückseligkeit” (griech. *eudaimonia*) als das höchste Gut, nach dem wir streben.

Bei der Unterscheidung zwischen deontologischer und teleologischer Ethik handelt es sich genau genommen nicht etwa um konkurrierende Antworten auf das gleiche Problem. Vielmehr haben es beide mit unterschiedlichen, sich teilweise ergänzenden ethischen Problem- und Fragestellungen zu tun – das (für mich, für uns) Gute einerseits, das Gerechte andererseits. Aber wie hängen beide zusammen?

Mit den Klammereinschüben (‘für mich, für uns’) deutet sich bereits eine wesentliche Verhältnisbestimmung zwischen teleologischer und deontologischer Ethik an. Aussagen über das Gute (oder auch das Nützliche, das Effiziente usw.) provozieren aus deontologischer Sicht die Frage: gut, nützlich, effizient usw. *für wen* – und für wen nicht, d.h. für wen ist das angestrebte Gute möglicherweise schlecht oder schädlich? Ohne eine solche Indexierung hängen Aussagen über das Gute und Nützliche gleichsam in der Luft. Solche Fragen können jedoch

³⁴ Die Unterscheidung zwischen teleologischer und deontologischer Ethik geht auf Frankena zurück. Vgl. Frankena, W. K.: *Analytische Ethik*, 3. Aufl., München 1981, S. 32 ff. Die hier getroffene Systematik weicht von derjenigen Frankenas allerdings ab, der damit auf die Unterscheidung zwischen einer konsequentialistischen und non-konsequentialistischen Ethik abstellt (vgl. unten Abschnitt 1.4.3).

nicht wiederum teleologisch beantwortet werden, sondern nur deontologisch. Es sind Fragen danach, wem welche Rechte zustehen und wer wem gegenüber eine Verantwortung oder Pflicht hat.

Andererseits lässt sich sagen, dass das Spannungsverhältnis zwischen teleologischer und deontologischer Ethik weniger dramatisch ist, als vielleicht zunächst anzunehmen wäre. Entwürfe des guten Lebens treten im Plural auf. Wir leben in einer *pluralistischen* Welt. Die verschiedenen (definitionsgemäß teleologischen) Entwürfe des guten Lebens, seien sie individueller oder kollektiver Natur, treten wohlverstandenerweise auch nicht mit dem Anspruch ihrer *allgemeinen* Verbindlichkeit auf. Diese ist der deontologischen Ethik vorbehalten.

Deontologische Ethik ist also vereinbar mit verschiedenen kulturspezifischen Formen und individuumspezifischen Entwürfen des guten Lebens. Hier hat der Begriff der *Toleranz* seinen guten Sinn. Ja, der Schutz verschiedener ‘teleologischer’ Lebensentwürfe ist ein wesentlicher Gesichtspunkt deontologischer Ethik. Sie gilt es im Grundsatz zu schützen. Gleichzeitig ist die moderne, pluralistische, globalisierte Welt aber durch teilweise heftige Konflikte zwischen verschiedenen Lebensformen geprägt. Interpersonale Konflikte berühren stets deontologisch-ethische Fragestellungen. Mit welchen Dimensionen innerhalb der deontologischen Ethik haben wir es hier zu tun?

1.4.2 Dimensionen der Ethik: negative und positive Gerechtigkeit

Eine weit verbreitete Auffassung über das (deontologisch-)ethisch Richtige³⁵ lässt sich in dem Satz zusammenfassen: ‘Die Freiheit des Einen findet ihre Grenze an der Freiheit des Anderen.’ Man kann hier von einer Ethik der ‘Nichteinmischung’ sprechen.³⁶ Solange man andere nicht physisch schädigt und keine ‘externen Effekte’ auf sie ausübt, ist der Ethik gemäß dieser Auffassung eigentlich Genüge getan. Man soll also bestimmte Handlungen *unterlassen*. Darum lässt sich hier auch von einer Ethik *negativer* Gerechtigkeit sprechen. Deren Grundkriterium ist der *Frieden* bzw. die *Gewaltfreiheit*.

Die negative Gerechtigkeit lässt sich als die elementarste Dimension der Ethik begreifen. Dies zeigt sich auch darin, dass gewaltsame Eingriffe in die Freiheits-sphäre anderer vom Legalrecht negativ sanktioniert werden. Auch gehört der Schutz der Person in ihrer physischen Unversehrtheit zu den elementarsten aller Menschenrechte. Kant bezeichnete die einer negativen Ethik entsprechenden Pflichten als “eng” oder “unnachlässlich”.³⁷ Die Pflicht, andere nicht zu schädi-

³⁵ Ohne besonderen Hinweis wird unter Ethik im Folgenden deontologische Ethik verstanden.

³⁶ Vgl. Gilligan, C.: Die andere Stimme. Lebenskonflikte und Moral der Frau, München 1988, S. 33.

³⁷ Vgl. Kant, I.: *Grundlegung zur Metaphysik der Sitten*, Werkausgabe Bd. VII, Frankfurt a.M. 1974 (1974a), S. 55; ders.: Die Metaphysik der Sitten, Werkausgabe Bd. VIII, Frankfurt a.M. 1977 (1977a), S. 520.f., 524, 584, 603.

gen, ist also eine “unnachlässliche” Pflicht, d.h. sie kann nicht ‚erlassen‘ werden; sie gehört zum “engen” Bereich der Kernpflichten.

Damit sind die Dimensionen der Ethik jedoch noch keineswegs erschöpft. Wenn sich der Bereich unserer Pflichten auf die Unterlassung der Schädigung anderer beschränkte, dann dürften wir beispielsweise Personen, die sich in einer Notlage befinden, vollkommen gleichgültig gegenüberstehen. Dies aber würde all unseren moralischen Grundüberzeugungen widersprechen. Eine Gesellschaft, in der allein negative Pflichten als verbindlich anerkannt würden – wenn man sich dies überhaupt vorstellen kann –, ließe sich als *inhuman* charakterisieren.

Neben der negativen ist also auch die positive Gerechtigkeit oder die *Solidarität* (man spricht auch von Wohlwollen oder von Benevolenz) als ein Bereich von Pflichten anzuerkennen. Anderen beizustehen, sie zu unterstützen und an ihrem Wohlergehen interessiert zu sein, ist also keineswegs bloß eine Frage des je individuellen Geschmacks. Vielmehr sind wir grundsätzlich durchaus ethisch dazu *verpflichtet*, nicht nur bestimmte Handlungen zu unterlassen, sondern um des Wohlergehens anderer willen auch etwas *zu tun*.

Kant nannte die der *positiven* Ethik entsprechenden Pflichten “weite” oder “verdienstliche” Pflichten. Zwar hat sich derjenige, der andere unterstützt oder ihnen hilft, *verdient gemacht*. Der Verbindlichkeitscharakter dieser Pflichten ist aber weniger stark im Vergleich zu den Unterlassungspflichten. Dies hat zwei Gründe. Zum einen besteht selbstverständlich grundsätzlich eine *Selbstverantwortung* jedes Einzelnen für sein eigenes Wohlergehen; wobei diese allerdings nicht unbegrenzt und in die grundsätzliche wechselseitige *Mitverantwortung* der Individuen eingebettet ist. Zum anderen sind wir (als *moralische Subjekte*) ja annahmegemäß nicht für die Notlage, in der sich andere befinden mögen, ursächlich verantwortlich (etwa für die Opfer des Tsunami im Dezember 2004 im Indischen Ozean), sonst bewegten wir uns im Bereich der negativen Gerechtigkeit. Es ist also weniger klar, *wer* hier wem gegenüber eine Verantwortung hat. Auch darum ist die Verpflichtung zur Solidarität weniger strikt als diejenige zur Unterlassung der Schädigung anderer.

Eine dritte, intermediäre Dimension ist einzuführen, um das Bild abzurunden. Diese ist von ihrem Verbindlichkeitscharakter her der negativen Ethik zuzuordnen, in ihrer Ursache/Wirkungs-Struktur jedoch der positiven Ethik. Gemeint ist die *distributive* oder *Verteilungsgerechtigkeit*. Es ließe sich auch von Fairness reden. Hier wirkt zwar niemand auf den anderen ein und schädigt ihn, doch ist eine Lösung der Verteilungsfrage ethisch unausweichlich („unnachlässlich“). Diese Dimension ist gerade wirtschaftsethisch höchst relevant. In arbeitsteiligen Zusammenhängen – sei es auf der Ebene der unmittelbaren Interaktion zwischen Tauschpartnern und innerhalb der Unternehmung oder auf der Ebene der Volkswirtschaft oder gar der Weltwirtschaft – stellt sich ja die Frage, wie die

gemeinsam erwirtschaftete Wertschöpfung, sozusagen der ‘Wohlstandskuchen’, der stets den Charakter eines *Sozialprodukts* aufweist, fair auf alle, die zu seiner Entstehung beigetragen haben, zu verteilen ist. Hierbei geht es also nicht allein um Solidarität mit Unbeteiligten angesichts ihrer *Bedürftigkeit*, sondern um die Fairness innerhalb eines arbeitsteiligen Sozialgefüges angesichts der unterschiedlichen *Leistungsbeiträge* der Beteiligten. Jedem nach seinen Bedürfnissen, so lautet das Motto der Solidarität. Jedem nach seinen Leistungen, so lautet das Motto der Verteilungsgerechtigkeit.

Dabei ist allerdings im Leistungsbegriff zu differenzieren.³⁸ „Leistung“ meint hier zunächst nicht die eigene Cleverness oder den Einsatz eigener Macht nach Maßgabe der strikten Verfolgung eigener Interessen. Dann bekäme jeder soviel, wie er *durchzusetzen* in der Lage ist. Es würde das *Recht des Stärkeren* gelten.³⁹

Leistung meint hier vielmehr einerseits den Einsatz, die Anstrengung und die Qualifikationen, die jemand mitbringt (Input-Leistung). Diesbezüglich lässt sich wohl sagen, dass niemand mehr als, sagen wir, hundert mal leistungsfähiger sein kann als ein anderer. Leistung meint zudem die Wertschöpfung, die jemand mit seinem Einsatz bewirkt (Output-Leistung). In arbeitsteiligen Zusammenhängen besteht – betrieblich und volkswirtschaftlich gesehen – kein strikter Zusammenhang zwischen dem Leistungsbeitrag des einzelnen und der gemeinsam erzielten Wertschöpfung. Auch darum sind allzu großen Einkommensunterschieden ethische Grenzen gesetzt. Niemand erzielt ein Einkommen solitär aus eigener Kraft. So wird beispielsweise der von einer Unternehmung geschaffene „Wert“ nicht von der Geschäftsleitung allein geschaffen, was gelegentlich angenommen zu werden scheint.

Die eher lockere Beziehung zwischen Input- und Output-Leistung kommt auch in der Charakterisierung des Marktprozesses durch Friedrich August von Hayeks zum Ausdruck, der diesen als eine „Mischung von Glücks- und Geschicklichkeitsspiel“ beschreibt.⁴⁰ Markterfolge verdanken sich, wegen des systemischen Charakters des Marktprozesses,⁴¹ also nicht nur der eigenen (Input-) Leistung, der „Geschicklichkeit“, sondern sind zugleich auch dem unverdientem Zufall geschuldet – dem „Glück“ oder, im Falle des Misserfolgs, dem Pech.

³⁸ Vgl. auch für das Folgende Thielemann, U.: Managergehälter – Eine Frage der Ethik, in: Wirtschaftsdienst. Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, Juni 2004, S. 358-362 (2004a); ders.: Die Verteilungsfrage als Fairnessfrage und die Zurückeroberung der Idee der Sozialen Marktwirtschaft, in: Spieker, M. (Hrsg.), Pflegefall Sozialstaat (im Erscheinen), Vorabveröffentlichung [MeM-Wirtschaftsethik](#), Berlin 2011.

³⁹ Vgl. dazu eingehender Abschnitt 4.

⁴⁰ Hayek, F.A. von: Die Anmaßung von Wissen, Tübingen 1996, S. 202.

⁴¹ Vgl. Abschnitt 3.3.1.

1.4.3 Verantwortungs- vs. Gesinnungsethik

Der Gegensatz zwischen Gesinnungs- und Verantwortungsethik wurde von Max Weber (1864-1920), dem Begründer der deutschen Soziologie, in die ethische Diskussion eingeführt.

“Wir müssen uns klarmachen, dass alles ethisch orientierte Handeln unter zwei voneinander grundverschiedenen, unausragbar gegensätzlichen Maximen steht: es kann ‘gesinnungsethisch’ oder ‘verantwortungsethisch’ orientiert sein... Es ist ein abgrundtiefer Gegensatz, ob man unter der gesinnungsethischen Maxime handelt – religiös geredet: ‘Der Christ tut recht und stellt den Erfolg Gott anheim’ – oder unter der verantwortungsethischen: dass man für die (voraussehbaren) Folgen seines Handelns aufzukommen hat.”⁴²

Hier wird also ein Gegensatz gebildet zwischen den ‘guten’ oder ‘gerechten’ *Folgen* bzw. *Konsequenzen* des Handelns (man spricht daher statt von Verantwortungsethik auch von einer *konsequentialistischen Ethik*) einerseits und der ‘rechten Gesinnung’ bzw. dem *guten Willen* andererseits. Einen solchen Gegensatz zu bilden macht allerdings keinen Sinn, wie wir gleich sehen werden. Wir beschäftigen uns gleichwohl mit diesem Gegensatzpaar, erstens weil es in der ethischen Fachdiskussion eine große Rolle spielt und darüber hinaus auch populär ist,⁴³ zweitens weil die Auseinandersetzung mit diesem Gegensatz ethisch äußerst lehrreich ist. Warum nun ist es verfehlt, zwischen den ‘guten Folgen’ und dem ‘guten Willen’ trennen zu wollen? Betrachten wir dazu zunächst die Möglichkeit einer ‘gesinnungslosen Verantwortungsethik’ (1), sodann diejenige einer ‘verantwortungslosen Gesinnungsethik’ (2).⁴⁴

1. Eine *Verantwortungsethik ohne Gesinnung* könnte man auch als eine “Ethik ohne Moral” bezeichnen.⁴⁵ Eine solche Konzeption übersieht jedoch zwei wesentliche Umstände: Die ethisch ‘guten Folgen’ bewirken sich nämlich nicht von selbst. Dazu bedarf es vielmehr des moralisch *guten Willens*. Ohne *Moralität* oder kurz ‘Moral’ können keine ethisch guten Resultate erzielt werden.⁴⁶ Dies ist im Grunde trivial.

Weniger trivial, aber keineswegs weniger grundlegend, ist der zweite Umstand, den eine “Ethik ohne Moral” übersieht: Was ethisch ‘gute Folgen’ sind, ist keine

⁴² Weber, M.: Politik als Beruf, in: ders., Gesammelte Politische Schriften, herausgegeben von Johannes Winkelmann, 5. Aufl., Tübingen 1988, S. 505–560 (1988a), hier S. 551 f. Es handelt sich bei dem Text um eine im Jahre 1919 gehaltene Rede. Die wichtigsten Schriften Webers befinden sich online in der [Potsdamer Internet-Ausgabe](#).

⁴³ Man denke an Formulierungen wie ‘Gutgemeint ist meist das Gegenteil von gut’ oder ‘Letztlich entscheidend sind Taten, nicht schöne Worte.’

⁴⁴ Verantwortung meint in diesem Zusammenhang Verantwortung für die *Folgen* des eigenen Handelns.

⁴⁵ Wir wählen den Begriff in Anlehnung an Cortina, A: Ethik ohne Moral. Grenzen einer postkantischen Prinzipienethik?, in: Apel, K.-O./Kettner, M. (Hrsg.), Zur Anwendung der Diskursethik in Politik, Recht und Wissenschaft, Frankfurt 1992, S. 278-295.

⁴⁶ Dies gilt ja auch für andere Intentionen. Ohne den Willen, einen Kuchen zu backen, gibt es keinen Kuchen.

ausgemachte Sache, insbesondere nicht in einer modernen, pluralistischen Gesellschaft, in der ja konfligierende Auffassungen darüber bestehen, was denn das ethisch Richtige in dieser oder jener Situation ist. *Ethik ist kontrovers*. Die ‘guten Folgen’ müssen also überhaupt erst einmal als ‘gute Folgen’ bzw. als ‘gute Taten’ *beurteilt* werden. Und auch dazu bedarf es des guten Willens, des guten Willens nämlich, an ethischen *Fragestellungen* interessiert zu sein und natürlich gemäß den gewonnenen ethischen Einsichten zu handeln. Möglicherweise *täuscht* man sich ja darüber, dass tatsächlich ‘gute’ (und nicht ‘schlechte’) Taten vollbracht werden, oder man ist in *Vorurteilen* gefangen.

Es bedarf also der *ethischen Reflexion* und des *Diskurses*, um im Zweifel zu ethisch gültiger Erkenntnis zu gelangen.⁴⁷ Darum lässt sich sagen: Weder bewirken noch beurteilen sich die ethisch ‘guten Folgen’ von selbst. Dazu bedarf es vielmehr des guten Willens bzw. – etwas altmodisch ausgedrückt – der ‘rechten Gesinnung’. Insofern lässt sich auch sagen, dass die verantwortungsethische Leitidee, sich ‘pragmatisch’ an den konkreten Folgen tatsächlich verfügbarer Handlungsalternativen zu orientieren, die (‘gesinnungsethische’) Orientierung an ethisch begründeten Grundsätzen nicht etwa überflüssig macht, sondern diese bei der Beurteilung der Folgen schon *voraussetzt*. Eine ‘gesinnungslose Verantwortungsethik’ lässt sich nicht vernünftig denken und macht praktisch keinen Sinn. *Der gute Wille ist ethisch unverzichtbar*.

2. Auch von der anderen, der ‘gesinnungsethischen’ Seite her macht eine Trennung der beiden Momente – guter Wille und gute Folgen, ‘Gesinnung’ und ‘Verantwortung’ – wenig Sinn. Eine ‘*verantwortungslose Gesinnungsethik*’ ist zwar zuweilen empirisch vorfindbar, sie kann jedoch nicht als eine für uns verbindliche Position bezeichnet werden, wie wir sogleich sehen werden. Aus der Sicht einer wohlverstandenen ‘Gesinnungsethik’ ist jedoch zunächst und grundlegend zu fragen, warum es denn überhaupt eine Lücke geben sollte zwischen dem gutem Willen bzw. der ethischen Einsicht und den ethisch guten Folgen bzw. Handlungen. Warum sollte es also einer besonderen Verantwortungsethik bedürfen? Wer an ethischen Fragestellungen interessiert ist, von dem ist doch anzunehmen, dass er auch seinen Einsichten gemäß *handle*, also die ethisch guten Folgen tatsächlich *bewirken* wird. Und wenn er es nicht tut, dann gibt es entweder weitere ethische Gesichtspunkte, die vorher übersehen wurden, oder wir haben es mit einem *Zyniker* zu tun. Dann aber lässt sich wiederum sagen, dass es der betreffenden Person gerade am guten Willen bzw. an der rechten ‘Gesinnung’ mangelt. Sie handelt gesinnungs- und zugleich verantwortungslos.

Max Weber hatte bei seiner scharfen Zurückweisung einer bloßen ‘Gesinnungsethik’ allerdings eine andere, spezifische ethische Auffassung im Blick. Diese mag sich etwa in bestimmten Auslegungen christlicher Ethik oder im Pazifismus

⁴⁷ Wir wenden uns der Diskursethik systematisch in Abschnitt 2.3 zu.

wiederfinden. Und auch bei Kant findet sich tatsächlich stellenweise eine solche ‚verantwortungslose Gesinnungsethik‘, die als *rigoristisch* bezeichnet werden kann. Kant ging nämlich beispielsweise davon aus, dass es unter keinen Umständen erlaubt sei, zu lügen.⁴⁸

Das Lügenbeispiel

Dass es *im Prinzip* illegitim ist zu lügen, sollte klar sein. Der Lügner missachtet denjenigen, gegenüber dem er die Unwahrheit sagt. Er kann mit ihm nicht die Plätze tauschen; der Grundsatz der *Reversibilität* wird verletzt. Hiervon ausgehend war Kant allerdings der Ansicht, dass es *prinzipiell* illegitim sei, die Unwahrheit zu sagen. In seiner Schrift „Über ein vermeintes Recht aus Menschenliebe zu lügen“⁴⁹ wählte Kant ein denkbar krasses Beispiel. Stellen Sie sich vor, es bestünde ein Unrechtsregime und Sie hätten einem Regimekritiker Unterschlupf gewährt. Nun klingelt die Geheimpolizei an Ihrer Türe und fragt nach dem Verbleib des Verfolgten bzw. von ihr Gesuchten. Sagen Sie die Wahrheit oder lügen Sie?

Kant war der Auffassung, dass selbst hier die „unbedingte Pflicht“ der Wahrhaftigkeit gelte. Denn es sei ein „heiliges, unbedingt gebietendes, durch keine Konventionen einzuschränkendes Vernunftgebot: in allen Erklärungen *wahrhaft* (ehrlich) zu sein.“⁵⁰

Die *ethische* Absurdität eines solchen *Rigorismus* wird besonders deutlich, wenn wir uns unter diesem „mit Mordlust Umgehenden“ die Gestapo vorstellen. Offenkundig, ja definitionsgemäß, hat der Mordlustige *kein Recht*, die Wahrheit über den Verbleib des von ihm Verfolgten zu erfahren. Vielmehr besteht hier im Gegenteil *die Pflicht* zu lügen. Auch ist es verfehlt, wie Kant es tut, zu formulieren, der Schutz Gewährende lüge „zum Vorteil“ des Verfolgten bzw. er tue dies bloß aus einer besonderen Vorliebe, „Menschenliebe“ genannt. Vielmehr hat der Verfolgte ein denkbar elementares (Menschen-) *Recht*, nämlich am Leben zu bleiben. Nur weil sich der Verfolger wohl kaum hiervon überzeugen lassen wird, ist die Lüge in diesem Fall nicht nur ein Recht, sondern sogar eine moralische Pflicht.

Kant klammert also die Verantwortung für die *Folgen* des eigenen Handelns (hier: einer Lüge) aus der ethischen Betrachtung aus. Doch auch wenn im herangezogenen Beispiel klar ist, dass eine solche spezifische Folgenverantwortung ethisch notwendig ist, so stellt sich doch die Frage, warum es einer solchen *zusätzlichen* Folgenverantwortung systematisch eigentlich bedarf. Kant jedenfalls unterstellte eine ideale Welt in dem Sinne, dass alle handelnden Individuen zur ethischen Einsicht fähig sind. In einer solchen Welt mag es zwar ethische Meinungsverschiedenheiten geben. Diese würden jedoch mit (ethisch) *guten Gründen* ausgetragen – und nicht etwa mit Mitteln der Gewalt. Und in einer solchen Welt ist das Lügen weder erlaubt noch ethisch notwendig, denn der Austausch von guten Gründen verträgt sich nicht mit dem Lügen, vielmehr setzt er die *Wahrhaftigkeit* der Argumentierenden voraus. Eine spezifische Folgenverantwortung würde sich erübrigen, denn die Akteure handelten ja aus ethischer Einsicht.

Wir leben allerdings nicht in einer solchen Welt. Darum ist es zuweilen notwendig, und

⁴⁸ Wenn wir hier Kant kritisieren, so bedeutet dies keineswegs, dass wir seine deontologische Pflichtenethik verwerfen. (Vgl. hierzu Abschnitt 2.4.) Im Gegenteil, wir setzen sie bei unserer Kritik bestimmter Passagen im Werk Kants voraus.

⁴⁹ Kant, I.: *Über ein vermeintes Recht aus Menschenliebe zu lügen*, in: ders. (1977a: 637-643) (1977b); das Original erschien 1797.

⁵⁰ Kant (1974a: 641, 639)

zwar ethisch notwendig, gegen Grundsätze zu verstoßen, die in einer solchen idealen Welt unbedingt gelten würden. Überdies ließe sich bezogen auf unser Lügenbeispiel sagen, dass die Lüge zumindest *im Geiste* der Austauschbarkeit der Perspektiven bzw. der Argumentation erfolgt. Man kann sich die Situation ja so vorstellen, dass derjenige, der dem Verfolgten Schutz gewährt, gegenüber dem Verfolger im Stillen argumentiert: ‘Du hast kein Recht, dem anderen nach dem Leben zu trachten.’ Doch angesichts der Uneinsichtigkeit des Verfolgers darf er dies selbstverständlich nicht aussprechen.

Auch wenn es letztlich keinen Sinn macht, zwischen ‘guten Folgen’ und dem ‘guten Willen’ eine Trennlinie zu ziehen, wie wir soeben gesehen haben, so bedarf es Max Weber zufolge in der modernen Welt doch einer spezifischen “Verantwortungsethik”. Deren Spezifikum besteht darin, dass sie *um der ethischen Vernunft willen* “sittlich gefährliche Mittel”⁵¹ einsetzen, also gegen Grundsätze verstoßen muss, die doch *eigentlich* einzuhalten sind. Max Weber war der Ansicht, dass sich in einer modernen, hochkomplexen Gesellschaft häufig solche spezifisch verantwortungsethischen Probleme stellen und daher die Orientierung an dem, was doch eigentlich richtig oder geboten wäre, nicht ausreiche oder gar zum Gegenteil führe. Der Grund hierfür liege darin, dass es Personen, Gruppen, Institutionen oder gesellschaftliche Strukturen gibt, die nicht einsichtsfähig sind bzw. an denen ethische Einsichten gleichsam wirkungslos abprallen.⁵² Wir werden uns diesem Problemkontext systematisch im Zusammenhang des Konzepts von Wirtschaftsethik als ‘angewandter Ethik’ zuwenden, in dem es unter anderem um die Frage des vernünftigen Umgangs mit so genannten ‘Sachzwängen’ geht.⁵³

Wie groß auch immer der Bereich einer solchen Verantwortungsethik konkret ist, *rechtfertigen* lässt sich eine solche Ethik nur, wenn alle Beteiligten und Betroffenen (also in dem ‚Gestapo-Beispiel‘ auch die ‘Mordlustigen’) in die Überlegungen und d.h. in den zumindest gedanklichen Rollentausch einbezogen werden. Darum ist Verantwortungsethik keine Alternative zu einer deontologischen Pflichten- oder ‘Gesinnungs-’Ethik, sondern bloß eine zuweilen notwendige *Ergänzung*.⁵⁴

Fassen wir zusammen:

- Eine gleichsam ‘gesinnungslose Verantwortungsethik’ lässt sich nicht vernünftig denken und macht praktisch keinen Sinn.
- Eine wohlverstandene Gesinnungsethik (oder kurz: eine Ethik *mit Moral*) trägt ihre Folgenverantwortung bereits in sich.

⁵¹ Weber (1988a: 553)

⁵² Dies ist natürlich von einer bloßen Meinungsverschiedenheit streng zu unterscheiden, wobei diese Unterscheidung in konkreten Fällen äußerst schwierig zu treffen ist. Man sollte sich ihr aber bewusst sein.

⁵³ Vgl. Abschnitt 3.3.

⁵⁴ Zu diesem Fazit kommt auch Weber (1988a: 559), der am Ende seiner Rede festhält, dass “Gesinnungsethik und Verantwortungsethik nicht absolute Gegensätze (sind), sondern Ergänzungen...”

- In besonderen Situationen stellt sich ein *spezifisch* verantwortungsethisches Problem, welches eine *zusätzliche* Folgenbeurteilung notwendig macht.

Nun ist allerdings noch ein weiteres Moment bei der Bestimmung des Verhältnisses zwischen gutem Willen ('Gesinnungsethik') und guten Folgen ('Verantwortungsethik') erwähnenswert. Die Verantwortungsethik kommt ohne den guten Willen nicht aus. Auf Seiten der 'Gesinnungsethik' lässt sich jedoch sagen, dass es moralische Problemlagen gibt, bei denen gute oder schlechte Folgen gar keine Rolle spielen. Hierbei handelt es sich gleichsam um 'rein' ethische Problemlagen, die das *Ethos der Zwischenmenschlichkeit* und damit den *Sinn der Moral unmittelbar* betreffen. Missachtungen, Kränkung ebenso wie Entschuldigungen⁵⁵ spielen sich nicht in der objektiven Welt (der Welt der Folgen) ab, sondern allein in der sozialen Welt, und bilden hier unter anderem deren *moralische Infrastruktur*.

Hier zeigt sich nochmals die Unverzichtbarkeit des guten Willens. Nicht nur sind die ethischen guten Folgen – oder kurz: ist die Ethik – ohne den guten Willen nicht zu haben; vielmehr *besteht* die ethische Vernunft zumindest in diesen reinen Fällen in nichts anderem als in diesem guten Willen. Die moralisch geforderte Anerkennung anderer als vollwertige Individuen muss *als solche gewollt* sein, und wenn sie gewollt ist, dann 'existiert' sie auch. In diesen Akten der Anerkennung und Achtung lässt sich eine übergreifende Dimension der Moral erblicken, die unmittelbar am Sinn der Moral ansetzt. So gesehen sind die ethisch guten Folgen (etwa die Unterlassung einer Schädigung oder eine gerechte Einkommensverteilung) 'nur' eine – allerdings moralisch zwingende – Manifestation der Anerkennung anderer. Die guten Folgen machen also für sich betrachtet keinen Sinn. Vielmehr sind wir für sie *um der Rechte* und damit der *Anerkennung anderer* willen verantwortlich.

⁵⁵ Vgl. oben Abschnitt 1.3.1.

1.4 Multiple-Choice Fragen zu Kapitel 1

A) Warum sollte man auf die Bezeichnung einer Handlungsweise als ‘unethisch’ verzichten?

1	Weil man sich damit ein Urteilen anmaßen würde, dass einem nicht zusteht
2	Weil irgendeine ethische Position immer vertreten wird
3	Weil es keine ethische Neutralität gibt

B) Was ist ein naturalistischer Fehlschluss?

1	Die Ableitung von Fakten aus Normen.
2	Ein häufig unter Naturwissenschaftlern anzutreffender Fehlschluss von der Vergangenheit auf die Zukunft
3	Die Ableitung von normativen Urteile aus Seinsurteilen

C) In Firmenbroschüren ist zuweilen zu lesen: ‘Neben unserer ökonomischen Performance berücksichtigen wir auch ökologische und ethische Gesichtspunkte.’ Was ist davon zu halten?

1	Hier bleibt unklar, nach welcher Maßgabe Konflikte zwischen den verschiedenen Gesichtspunkten aufzulösen sind
2	Ein solches Statement verkennt das Primat der Ethik
3	Die Äußerung ist mit metaethischen Einsichten nicht vereinbar

D) Worin besteht der Sinn der Moral?

1	In der nachhaltigen Erfolgssicherung des eigenen Handelns
2	In der Anerkennung der universalen Menschenrechte
3	In der Achtung und dem Respekt vor der Würde anderer Personen

E) Deontologische Ethik ...

1	fragt unter anderem danach, für wen eine Maßnahme effizient ist
2	lässt sich auch als Ethik des Guten bezeichnen
3	steht in Konkurrenz zur teleologischen Ethik

F) Was heißt Reversibilität?

1	Gegenseitigkeit der Ansprüche
2	Austauschbarkeit der Perspektiven
3	Wiedergutmachung von Fehlleistungen

H) Das Universalisierungsprinzip besteht grundlegend in der Anerkennung aller anderen Personen ...

1	in ihrer Gleichheit
2	in ihrer Andersheit
3	in ihrer Gleichheit und Andersheit

I) Deontologische Ethik ist keine ...

1	Gerechtigkeitsethik
2	Glücksethik
3	Pflichtenethik

J) Eine der folgenden Fragen ist der teleologischen Ethik zuzuordnen. Welche?

1	Welche Rechte habe ich?
2	Welches Leben möchte ich führen?
3	Ist die Entlassung von Frau X sinnvoll?

K) Bei der positiven Gerechtigkeit geht es um ...

1	Gewaltfreiheit
2	Frieden
3	Solidarität

L) Negative Pflichten nennt man auch ...

1	unnachlassliche Pflichten
2	verdienstliche Pflichten
3	weite Pflichten

M) Die Verteilungsgerechtigkeit ist ...

1	in ihrem Verbindlichkeitscharakter der positiven Gerechtigkeit zuzuordnen
2	in ihrer Ursache-Wirkungsstruktur der negativen Gerechtigkeit zuzuordnen
3	in ihrem Verbindlichkeitscharakter der negativen Gerechtigkeit zuzuordnen

N) Die kategoriale Unterscheidung von Verantwortungs- und Gesinnungsethik ...

1	wurde von Immanuel Kant geprägt
2	macht ethisch letztlich keinen Sinn
3	ist für eine moderne Ethikkonzeption unverzichtbar

O) Es ist ...

1	prinzipiell nicht erlaubt zu lügen
2	im Prinzip nicht erlaubt zu lügen
3	in bestimmten Fällen geboten zu lügen

P) Welche Aussage trifft zu?

1	Es lässt sich eine Gesinnungsethik ohne verantwortungsethisches Moment vertreten
2	Es lässt sich eine Verantwortungsethik ohne gesinnungsethisches Moment vertreten
3	Ethik hat immer ein verantwortungs- und ein gesinnungsethisches Moment

1.5 Fallstudie zu Kapitel 1: Verdienen Top-Manager zu viel?

Angesichts der in den letzten Jahren stark gestiegenen Vergütungen der Top-Manager drängt sich die Frage der Verteilungsgerechtigkeit der unternehmerischen Wertschöpfung auf. Lesen Sie dazu den folgenden Text und beantworten Sie danach die folgenden Fragen.

Thielemann, U.: Zwischen Neidargument und Dschungeltheorie. Millionenbezüge für Manager – was ist fair und fördert die gute Unternehmensentwicklung?, Personalführung, 7/2006, S. 18-25.

Link zum Text:

<http://www.iwe.unisg.ch/org/iwe/web.nsf/wwwPubLiteraturAutor/6BD1EE8276DBCD32C125719D0033E1A6>

Fragen:

1. Welche Dimensionen der Gerechtigkeit sind mit der Frage der Angemessenheit der Vergütung der Top-Manager angesprochen? Unterscheiden Sie bei Ihrer Antwort zwischen dem Verbindlichkeitscharakter und den Ursache-Wirkungs-Beziehungen der involvierten Ansprüche.
2. Handelt es sich hierbei nur um eine Frage des Neids der Niedrig- gegenüber den Spitzenverdienern?
3. Halten Sie die gegenwärtige Verteilung der Einkommen innerhalb der Deutschen Bank für langfristig durchhaltbar oder nicht? Was würde das eine oder andere wirtschaftsethisch gesehen bedeuten?

2. Die Begründung der Moral

2.1 Ziele und Zweck

Seit jeher haben sich die Menschen gefragt, was es mit diesem eigentümlichen Phänomen der Moral genau auf sich hat. Wie lässt sich beurteilen, was das Richtige und was das Falsche ist? Nach welchen Maßstäben urteilen wir hier, und nach welchen Maßstäben sollten wir urteilen? Fragen dieser Art sind Ausdruck des Bestrebens, das bloß Intuitive des moralischen Urteils zu überwinden und zu möglichst gut *begründeten* Urteilen, Grundsätzen und Prinzipien zu gelangen. In diesen philosophischen Fragen liegt gleichsam die Geburtsstunde der *Ethik* als der *Reflexionstheorie der Moral*.

Wir wollen im Folgenden nicht die Geschichte der Ethik nachzeichnen, sondern lediglich ausgesuchte, wichtige Entwicklungsschritte hin zur Explikation und Begründung des *moral point of view*, des Standpunktes der Moral, aufzeigen. Dabei werden wir selbst nicht die Perspektive eines unbeteiligten Beobachters einnehmen; vielmehr werden wir uns mit den vorgefundenen Begründungsversuchen *kritisch-argumentativ* auseinandersetzen. Wir nehmen also die gleiche Perspektive ein wie die Vertreter der im Folgenden vorzustellenden ‘Schulen’ der Ethik. Denn wir wollen wie diese wissen, wie normativ-ethische Grundsätze *begründet* werden können und worin das *Prinzip der Moral* genau besteht. Wir reden nicht *über* die Schulen und ihre Vertreter, sondern diskutieren *mit* ihnen. Wir fragen nicht bloß nach ihren ‘moralischen Gefühlen’, sondern nehmen sie *argumentativ ernst*. Es geht also nicht darum, welche moralischen Vorstellungen *der Fall* sind oder waren, sondern darum, welche ethische Position *Verbindlichkeit* beanspruchen kann.

Man sieht, in der *Methodologie* solchen Fragens steckt bereits ein gutes Stück ethische Vernunft im Sinne des Ethos der Zwischenmenschlichkeit. Der Begriff ‘ethische Vernunft’ mag den einen oder anderen erstaunen, denn es ist eine verbreitete Ansicht, dass moralische Fragen nicht rational,⁵⁶ d.h. mit guten, allgemein einsehbaren Gründen entschieden werden können, sondern Sache einer je individuellen, willkürlichen Entscheidung sind. Diese Auffassung, Dezisionismus oder allgemeiner Non-Kognitivismus genannt, macht jedoch keinen Sinn.⁵⁷ Der Non-Kognitivist könnte nämlich, wenn er konsequent wäre, seine Position

⁵⁶ Wir gebrauchen die Begriffe ‘rational’ und ‘vernünftig’ weitgehend synonym.

⁵⁷ Im Begriff „Dezisionismus“ steckt die Dezision, die Entscheidung. Man müsse sich zum ethisch richtigen Handeln entscheiden, begründen könne man diese Entscheidung allerdings nicht. Entscheiden wird hier also als Gegensatz zum Begründen aufgefasst (was nicht ganz zwingend ist, denn es ginge ja doch wohl um begründete Entscheidungen). Gemeint ist also die bloße, willkürliche, unbegründete Entscheidung. – Im Begriff eines „Non-Kognitivismus“ steckt die Kognition, die Erkenntnis. Die These ist hier, dass es in der Ethik nichts zu erkennen gibt, dass man nicht wissen kann, warum eine bestimmte Handlung legitim, eine anderen hingegen illegitim ist.

nicht *vertreten* oder gar als ‘rational rechtfertigungsfähig’ ausweisen wollen; vielmehr müsste er schweigen.⁵⁸ Denn wenn er für seine Position eintritt, dann tritt er ja für ihre *Gültigkeit* und *Verbindlichkeit* ein, und er geht dabei ganz selbstverständlich davon aus, dass sich seine Position *begründen* lässt, man also *erkennen* kann, ob sie richtig oder falsch ist.

Im Folgenden gehen wir selbstverständlich von einer *kognitivistischen* Ethik aus. Ansonsten wäre es ja auch reichlich unklar, *warum* man sich mit verschiedenen Begründungs- und Auslegungsversuchen des *moral point of view* beschäftigen sollte. Dabei lassen sich im Wesentlichen zwei elementare Entwicklungslinien unterscheiden: Auf der einen Linie findet eine zunehmende Differenzierung zwischen *ethischer* und *strategischer Reziprozität* statt, die eine Purifizierung (‘Reinigung’) der Vernunftethik von außermoralischen Momenten zwischenmenschlicher Gegenseitigkeit erlaubt. Auf der anderen Linie kommt es zu einer fortschreitenden *Verallgemeinerung des Reziprozitätsprinzips* von der konkreten Gegenseitigkeit zweier Gegenüber (Ego und Alter Ego) zum abstrakten Universalisierungsprinzip. Beide Entwicklungslinien durchdringen sich in den verschiedenen Interpretationen des Standpunkts der Moral in jeweils unauflöslicher Weise, weshalb wir uns an eine chronologische Ordnung halten. Als Wegmarken der Explikation und Begründung des moralischen Standpunktes werden im Folgenden die Goldene Regel (2.2), der Utilitarismus (2.3), der kategorische Imperativ Kants (2.4) und schließlich die Diskursethik (2.5) diskutiert.

2.2 Die Goldene Regel

Die wohl älteste, am weitesten verbreitete und bis heute populärste Ausformung des moralischen Reziprozitätsgedankens stellt die Goldene Regel dar. Sie findet sich in nahezu gleich lautender Form in fast allen Hochkulturen, in der alten hinduistischen Ethik und im Konfuzianismus in China und Japan ebenso wie in der griechischen Antike, im Judentum, im Alten wie im Neuen Testament des Christentums und im Islam. In der positiven Form lautet die goldene Regel:

“Behandle andere so, wie Du selbst von ihnen behandelt werden willst.”⁵⁹

Geläufiger ist die negative Version der Goldenen Regel, deren heute im Deutschen am weitesten verbreitete Form kein anderer als Wilhelm Busch geprägt hat:

“Was Du nicht willst, das man Dir tu’, das füg’ auch keinem andern zu.”

⁵⁸ Der wohl prononcierteste Vertreter des Non-Kognitivismus in Deutschland ist Hartmut Kliemt. Vgl. Kliemt, H.: Normbegründung und Normbefolgung in Ethik und Ökonomik, in: Albach, H. (Hrsg.), Unternehmensethik. Konzepte – Grenzen – Perspektiven, Wiesbaden 1992, S. 93-107.

⁵⁹ Auch im Neuen Testament findet sich die Goldene Regel in ihrer positiven Form. Vgl. Matthäus (7, 12), Lukas (6, 31).

Die Goldene Regel ist auch heute noch äußerst populär. Vielen gilt sie als *das* Prinzip der Moral schlechthin. Letztlich könne man alle moralischen Regeln auf die Goldene Regel zurückführen. Philosophen melden allerdings Vorbehalte an: Zwar wird zugestanden, dass die Goldene Regel zweifelsohne einen moralischen Gehalt aufweist und sowohl negative Unterlassenspflichten wie positive Hilfspflichten umfasst. Stellt die Goldene Regel jedoch eine angemessene Explikation des *moral point of view* dar?

Das wohl augenscheinlichste Manko der Goldenen Regel ist ihr Egozentrismus.⁶⁰ Ausgangs- und Bezugspunkt ist das einzelne Individuum mit seinen Wünschen, Interessen und Neigungen. So, wie *man selbst* behandelt werden *will*, so *soll* man auch andere behandeln. Was aber, wenn man selbst, sagen wir, eher hart angefasst werden möchte, äußerst genügsam ist oder sich viel abverlangt? Das Standardbeispiel für die Fragwürdigkeit der Goldenen Regel als Prinzip der Moral ist der Masochist.⁶¹ Zu denken wäre auch an den Fanatiker⁶² oder an einen potentiellen Selbstmörder. Angesichts der Schützenswürdigkeit verschiedener, vom eigenen Lebensentwurf abweichender Lebensformen in einer *pluralistischen* Welt ließe sich sogar sagen, dass die Goldene Regel umzukehren ist: “Don’t do unto others as you would have them do unto you. Their tastes might be different.”⁶³

Die eigene, möglicherweise ja fehlgeleitete Handlungsorientierung kann unter der Ägide der Goldenen Regel nur begrenzt korrigiert werden. Zwar lässt sich aus ihr der Grundsatz der *Gleichbehandlung* bzw. die Absage an besondere *Privilegien* ein Stück weit herauslesen. Doch selbst hier ist eher unklar, wie mit Fragen *distributiver Gerechtigkeit* und der *Solidarität* umzugehen ist. Der Wohlhabende bzw. der in seinen Lebensumständen Begünstigte könnte sich gegenüber dem weniger Begünstigten auf den Standpunkt stellen: ‘*Ich* möchte von *Dir* nicht unterstützt werden. Darum unterstütze ich *Dich* auch nicht.’ All diese ethischen Defizite lassen sich darauf zurückführen, dass das der Goldenen Regel entsprechende wechselseitige moralische Verpflichtungsgefühl selbst immer schon an das Motiv gebunden bleibt, dass dadurch die eigenen Erwartungen in der Regel erfüllt werden.

Das Ungenügen der Goldenen Regel, den moralischen Standpunkt überzeugend zu explizieren, zeigt sich daran, dass der *Rollentausch*, den die Goldene Regel vorsieht, unvollständig ist. Man versetzt sich in die Lage des Anderen und sieht von da aus auf sich selbst. Man nimmt gleichsam zweimal die eigene Position ein. Aber man nimmt nicht den eigenen Standpunkt ein und sieht sich *zugleich*

⁶⁰ Egozentrismus ist nicht mit Egoismus zu verwechseln.

⁶¹ Vgl. Wimmer, R.: Universalisierung in der Ethik, Frankfurt a.M. 1980, S. 259.

⁶² Vgl. Pieper (1991: 40).

⁶³ George Bernhard Shaw, nach Hospers, J.: Human Conduct: An Introduction to the Problems of Ethics, London, 2. Aufl. 1970, S. 277.

mit den Augen *des Anderen*. In der Unvollständigkeit der Reziprozität liegt wohl auch der Grund, warum Kant die Goldene Regel als Explikation des moralischen Standpunktes verwarf. Sie könne nicht “zur Richtschnur” der Moral dienen, nicht weil sie ganz und gar falsch sei, sondern weil ihr der “Grund der Pflichten” gegen sich selbst und andere fehle.⁶⁴

2.3 Der Utilitarismus und die Maximierung des Weltnutzens

Der Utilitarismus ist eine *konsequentialistische Ethik*, und zwar eine solche ‘mit Moral’. Er setzt also ein *urteilsfähiges Pflichtensubjekt* als seinen Adressaten voraus, das gemäß moralischer Einsicht handelt. Allerdings wird die moralische Qualität einer Handlung allein an ihren ‘guten Folgen’ gemessen. Überdies ist der Utilitarismus insofern, aber auch nur insofern, eine *teleologische Ethik*, als der Begriff der Gerechtigkeit bei ihm keine Rolle spielt. Er meint, auf spezifisch deontologisch-ethische Überlegungen in konkreten Fällen des Konflikts zwischen Personen verzichten zu können. Gesamthaft ist der Utilitarismus jedoch, entgegen der verbreiteten Ansicht, als eine *deontologische Ethik* zu klassieren. Wir sind *verpflichtet*, für ‘gute Folgen’ zu sorgen.

Was sind nun aus Sicht des Utilitarismus ‘gute Folgen’ bzw. Wirkungen? Wie der Name – Utilitarismus – bereits vermuten lässt, handelt es sich um *nützliche* Folgen. Das provoziert natürlich die Frage: nützliche Folgen *für wen*? Das Spezifikum des Utilitarismus besteht darin, dass es sich hierbei nicht etwa bloß um nützliche Wirkungen für den einzelnen Akteur handelt, sondern um ‘gute Folgen’ im Hinblick auf das so genannte ‘Gemeinwohl’. Nach Auffassung des Utilitarismus lässt sich dieses ‘Gemeinwohl’ in der Formel vom “größten Glück der größten Zahl” zusammenfassen.⁶⁵ Das utilitaristische Kriterium besteht also in der *Maximierung* dieses ‘Gemeinwohls’ bzw. eines ‘Gesamtnutzens’.

Nicht umsonst haben wir Begriffe wie ‘Gemeinwohl’ oder ‘Gesamtnutzen’ in Anführungszeichen gesetzt. Es handelt sich nämlich um äußerst vielschichtige und interpretationsbedürftige Begriffe. Wer den Begriff ‘Maximierung des Gemeinwohls’ hört, nimmt vermutlich an, dass es dabei darum geht, das *Wohl aller* – und das kann letztlich nur heißen: *jedes Einzelnen* – zu fördern bzw. zu ‘maximieren’. Wie ethisch sinnvoll ein solches Ziel auch immer sein mag,⁶⁶ eine der-artige Bestimmung des ‘Gemeinwohls’ entspricht weder dem Sinn des utili-

⁶⁴ Vgl. Kant (1974a: 62).

⁶⁵ Die Formel geht auf Francis Hutcheson (1694-1746) zurück (Über den Ursprung unserer Ideen von Schönheit und Tugend, Hamburg 1986 (1726), S. 71). Jeremy Bentham (1748-1832) hat die Formel aufgegriffen und zur utilitaristischen Ethik ausgebaut. Ein deutschsprachiger Auszug aus seinem Werk “An Introduction to the Principles of Morals and Legislation”, das 1789 in London erschien (ein Jahr nach Kants “Kritik der praktischen Vernunft”), findet sich in Höffe, O. (Hrsg.), Einführung in die utilitaristische Ethik. Klassische und zeitgenössische Texte, 2. Aufl., Tübingen 1992, S. 55-83; dort finden sich auch weitere Texte der beiden anderen klassischen Vertreter des Utilitarismus: John Stuart Mill (1806-1873) und Henry Sidgwick (1838-1900).

⁶⁶ Es wäre ja beispielsweise zu fragen, wer denn diese Maximierung bewerkstelligt, wie der zu ‘backende’ Gemeinwohlkuchen zu verteilen ist und wie die Lasten der ‘Erarbeitung’ des ‘Gemeinwohls’ zu verteilen sind.

taristischen Kriteriums noch der wörtlichen Bedeutung der Formel vom “größten Glück der größten Zahl”. “Glück” und “Zahl” sind hier nämlich *funktionale Äquivalente*. Dies lässt sich gut an einem Beispiel demonstrieren, welches eher einem ethischen Grenzbereich entnommen ist.

Nach Dietrich Birnbacher, einem der Hauptvertreter des Utilitarismus im deutschsprachigen Raum, lässt sich das *utilitaristische Prinzip* folgendermaßen zusammenfassen:

“Es ist besser, wenn mehr Wert in der Welt existiert als weniger.”⁶⁷

Daraus leitet Birnbacher unter anderem eine Reproduktionspflicht ab, also die Pflicht, sich fortzupflanzen und so das ‘Glück’ in der Welt zu mehren.⁶⁸ Denn da der Mensch als “Wesen mit der einzigartigen und hochgradig verletzlichen Qualität des Selbstbewusstseins einen Wert darstellt, ... ist es *ceteribus paribus* besser, wenn mehr Exemplare dieses Wesens existieren als weniger.” Diese Pflicht gilt laut Birnbacher allerdings nur “*ceteribus paribus*”, also unter sonst gleichen Umständen bzw. im Normalfall. Es kann also Birnbacher zufolge auch ein ‘Zuviel’ an Individuen geben. Das spezifisch Utilitaristische kommt dabei in der Definition des Begriffs der “Überbevölkerung” zum Ausdruck: “Überbevölkerung ist genau derjenige Zustand, in dem ... der Wert eines zusätzlichen Individuums den anderweitigen Wertverlust nicht mehr aufwiegt.”

Wenn wir dies auf die Formel des “größten Glücks der größten Zahl” beziehen, so wird hier die *Gesamtsumme des ‘Glücks’* durch die Vergrößerung der ‘Zahl’ vermindert und nicht, wie im Normalfall, erhöht. Aus dieser Sicht sind die Individuen also nicht Inhaber von Rechten, sondern bloß *Repräsentanten* von Nutzenquanten an ‘der Welt’. Sie repräsentieren einen “Wert” für ‘die Welt’ – und gelegentlich auch einen ‘Unwert’.⁶⁹

Als Konsequenz aus der – an sich sinnlosen – *Norm der Maximierung* eines ominösen unpersönlichen ‘Weltnutzens’⁷⁰ ergibt sich zwingend die ‘Aufrech-

⁶⁷ Birnbacher, D.: Zur Frage der Gründe für die Erhaltung der menschlichen Gattung, in: Meyer, Th./Miller, S. (Hrsg.), *Zukunftsethik und Industriegesellschaft*, München 1986, S. 59-61, hier und für das Folgende S.60.

⁶⁸ Uns dient das Beispiel nur der Illustration des utilitaristischen Prinzips bzw. der utilitaristischen Auslegung des *moral point of view*. Auf eine darüber hinausgehende ethische Erörterung wird hier verzichtet.

⁶⁹ Diese Denkweise wird auf wohl erschreckende, aber auch lehrreiche Weise im Positionsbezug des Philosophen Peter Singer deutlich, der erklärtermaßen eine utilitaristische Ethik vertritt und durch seine Befürwortung der Euthanasie bekannt geworden ist. “Sofern der Tod eines geschädigten Säuglings zur Geburt eines anderen Kindes mit besseren Aussichten auf ein glückliches Leben führt, dann ist die Gesamtsumme des Glücks größer, wenn der behinderte Säugling getötet wird. Der Verlust eines glücklichen Lebens für den ersten Säugling wird durch den Gewinn eines glücklicheren Lebens für den zweiten aufgewogen.” Singer, P.: *Praktische Ethik*, Stuttgart 1984, S. 183. Wenn hier auf die Position Peter Singers Bezug genommen wird, so wird damit keineswegs unterstellt, dass alle Vertreter des Utilitarismus dessen Position teilen würden oder müssten.

⁷⁰ Den Begriff des ‘Weltnutzens’ verwenden die Vertreter des Utilitarismus nicht. Er bringt das utilitaristische Prinzip jedoch gut auf den Punkt.

nung' des 'kleineren' Schadens des Einen gegen den 'größeren' Nutzen des Anderen – wie immer diese Nutzen- bzw. Schadensquanten auch im Einzelnen zu messen wären. Diese Aufrechnung muss aus deontologischer Sicht als *Rechtfertigung* gelesen werden. Wem welche Rechte zukommen, lässt sich also aus Sicht des Utilitarismus im Prinzip *berechnen*. Derjenige bekommt Recht, dessen Situation mehr 'Glück', 'Nutzen' oder 'Wert' repräsentiert.⁷¹

Es sollte nicht erstaunen, dass weite Teile der *ökonomischen Theorie*, und d.h. vor allem die Lehrbuchökonomie bzw. die so genannte 'Neoklassik', dem Utilitarismus zuneigen.⁷² Schließlich lässt sich wirtschaftliches *Wachstum* leicht mit der 'Maximierung' eines 'Gesamtnutzens' identifizieren. Hier finden wir die beiden Haupteigenschaften utilitaristischen Denkens, wie sie soeben skizziert wurden, namentlich

- die Norm der Steigerung eines unpersönlichen 'Weltnutzens' (2.3.1) sowie
- die Aufrechnung von Vorteilen und Nachteilen zwischen Personen (2.3.2).

2.3.1 Effizienzsteigerung und Weltnutzenmaximierung

Das Denken in Kategorien der Steigerung eines 'Weltnutzens' findet sich am deutlichsten in der von Ökonomen vertretenen Norm der Steigerung der 'Effizienz':

"Efficiency's basic meaning is simple: It yields a maximum value of outputs from any given total of inputs ... Obviously any simple waste of inputs is to be avoided, so that there is no sheer idleness or destruction of resources."⁷³

Für wen hier der "Wert des Outputs" "maximiert" werden soll, wird allerdings nicht gesagt, denn es spielt keine Rolle. Die Norm der "Effizienz" bzw. der Verhinderung von "Verschwendung" ist *personenunabhängig* gedacht. Die Personen kommen erst nachträglich ins Spiel, nämlich bei der so genannten 'Distribution', die als von der rein marktlichen 'Allokation' unabhängig begriffen wird:

"Equity means fairness in distribution. It is largely independent of efficiency of allocation."⁷⁴

Es muss also dieser Position zufolge zunächst mittels einer 'optimalen Allokation' der Produktionsfaktoren ein möglichst großer 'Wohlstandskuchen' bzw.

⁷¹ Kritik an dieser utilitaristischen Additionslogik hat vor allem John Rawls geübt. Vgl. Rawls, J.: Eine Theorie der Gerechtigkeit, Frankfurt a.M. 1979, S. 19 f., 45 f.; vgl. auch Ulrich (1993: 180 ff., insbes. S. 194 f.).

⁷² Wir behandeln die Verbindung zwischen Utilitarismus und ökonomischer Theorie hier und nicht im wirtschaftsethischen Teil 2, weil der Utilitarismus letztlich nicht eine *systematische* wirtschaftsethische Grundposition darstellt.

⁷³ Shepherd, W.G.: The Economics of Industrial Organization, 2. Aufl., Englewood Cliffs 1985, S. 17 f.

⁷⁴ Shepherd (1985: 22).

‘Weltnutzen’ produziert werden, und erst dann stellt sich allenfalls die Frage, wie dieser Kuchen zu verteilen ist. Dieses Denken in *unpersönlichen* Nutzenkategorien bzw. in der Kategorie der Nützlichkeit ‘*an sich*’ bzw. für ‘*die Welt*’ findet sich besonders anschaulich in den Versuchen der Rechtfertigung des ‘freien’ internationalen Handels:

“Die Welt insgesamt gewinnt aus freiem internationalen Handel.”⁷⁵

Dass dabei nicht jeder Einzelne gemeint ist, zeigt sich darin, dass durchaus zugestanden wird, dass der ‘freie’ und damit ‘allokativ effiziente’ Handel bzw. der Wettbewerb nicht nur Gewinner, sondern auch Verlierer erzeugt. Dem „economic blow“, dem die Arbeitnehmer ausgesetzt sind, entsprechen „Kosten“ im weiteren Sinne (also Unannehmlichkeiten in Form von Einkommensverlusten, Arbeitslosigkeit, erhöhtem Leistungsdruck usw.). Doch es gelte:

„The costs associated with changes in the economy (are) beneficial to the economy as a whole.”⁷⁶

Eine ungleiche Primärverteilung spreche dabei – so pflegen die meisten Ökonomen zu argumentieren – nicht etwa gegen den marktlichen Prozess der Steigerung des Nutzens ‘an sich’; vielmehr eröffne der gesteigerte ‘Wohlstandskuchen’ ja die Möglichkeit einer (außerökonomisch begründeten) Verteilung bzw. Umverteilung:

“The gains (of free trade, A.d.V.) will outweigh the losses for *the country as a whole*; thus, the winners can afford to compensate the losers.”⁷⁷

In einem konsequent utilitaristischen Konzept müsste diese nachträgliche Umverteilung natürlich ebenfalls nach dem Gesichtspunkt der Gesamt- oder Weltnutzensteigerung vollzogen werden.⁷⁸ Unter der Annahme eines abnehmenden Grenznutzens müssten die Mittel wohl an die Armen fließen; denn der Nutzen der ersten Bratwurst ist für den Hungrigen offenkundig größer als der Nutzen

⁷⁵ Siebert, H.: Weltwirtschaft, Stuttgart 1997, S. 173.

⁷⁶ Vgl. McKenzie, R. B.: The American Job Machine, New York 1988, S. 183 und 189.

⁷⁷ Kapstein, E. B.: Workers and the World Economy, in: Foreign Affairs, May/June 1996, S. 16-37, hier S. 26, Hvh.d.V. Dieser Vorschlag entspricht der Grundidee des sog. Kaldor-Hicks-Kriteriums. Vgl. Külpe, B./Knappe, E.: Wohlfahrtsökonomik I, 2. Aufl., Düsseldorf 1984, S. 103 ff. – Wir wenden uns diesem Denkmuster wieder im Rahmen des unternehmensethischen Konzepts einer Spendenethik zu (3.4.3). Dort werden die systematischen Gegenargumente gegen diese Position entwickelt. Hier geht es zunächst um das Verstehen des Utilitarismus und seiner Auslegung des moral point of view.

⁷⁸ Es sei daran erinnert, dass der Utilitarismus ein moralisches Pflichtensubjekt voraussetzt, welches die Umverteilung nach eben utilitaristisch-ethischen Gesichtspunkten vornimmt – und nicht nach Maßgabe des eigenen Vorteils. Diesbezüglich markiert die Position von Weiss genau den Übergang vom Utilitarismus zum Ökonomismus, mit dem wir uns in Abschnitt 4 eingehender beschäftigen werden: “Es ist klar, dass eine Öffnung der Wirtschaft insgesamt Vorteile bringt. Doch gibt es bei diesem Prozess auch Verlierer. *Um den Widerstand gegen Marktöffnung zu brechen*, könnten die Verlierer entschädigt werden.” Weiss, F. D.: Einleitung, in: Bhagwati, J.: Geschützte Märkte. Protektionismus und Weltwirtschaft, Frankfurt a.M. 1990, S. IX-XIX, hier S. XVI, Hvh.d.V.

der dritten verspeisten Wurst für den längst Gesättigten. Man könnte aus utilitaristischer Sicht jedoch auch der Ansicht sein, dass die Mittel besser bei den Wohlhabenden, jedenfalls bei den besonders Wettbewerbsfähigen und -willigen aufgehoben wären, da hier die Aussicht auf eine ‘Verschwendung’ geringer und die Aussicht auf eine investive Verwendung und damit auf *weitere* Weltnutzensteigerungen höher ist. Wie dem auch sei – wir möchten uns auf *diese* Diskussionen, die nur innerhalb des Utilitarismus Sinn machen, nicht einlassen. Bevor wir ein Fazit ziehen, sei jedoch auch ein Beleg für das zweite wesentliche Merkmal des Utilitarismus in der ökonomischen Theorie gegeben.

2.3.2 Die Aufrechnung von Vorteilen und Nachteilen zwischen Personen

Die ökonomische Standardposition besteht wie gesagt darin, die so genannte ‘Allokation’ von der ‘Distribution’ zu trennen und nur für erstere, also für den ‘effizienten’ Einsatz von Produktionsfaktoren, eine utilitaristische Lösung vorzuschlagen. Die ‘Distribution’ ist dann der Politik überlassen und darf ruhig nach nicht-utilitaristischen, außerökonomisch verstandenen Gesichtspunkten der Verteilungsgerechtigkeit vorgenommen werden. Die ökonomische Standardposition ist also eine *partiell* utilitaristische.

Eine *durchgängig* utilitaristische Position finden wir jedoch in der älteren Wohlfahrtsökonomie, für die der Name *Arthur Cecile Pigou* (1877-1959) steht. Der normative Zielpunkt der Pigou’schen Wohlfahrtsökonomik ist das personenunabhängig gedachte “soziale Nettoprodukt”; die “Summe des ökonomischen Wohlstands” soll zu einem “Maximum” gebracht werden.⁷⁹ Auch Pigou erkennt, dass der wettbewerbliche Wachstumsprozess, der als Prozess der ‘Weltnutzensteigerung’ begriffen wird, sowohl Gewinner als auch Verlierer schafft.⁸⁰ Wie ist nun dieser Umstand aus utilitaristischer Sicht zu beurteilen? Nun, er wird nach Ansicht Pigous durch die insgesamt gesteigerte Nutzensumme gerechtfertigt:

“Whatever loss the old producers (also die Verlierer im wettbewerblichen Kampf um Marktanteile und Kostensenkungen, die jetzt *nicht mehr* ‚Produzenten‘ sind, A.d.V) suffer through a reduction in the price of their products *is balanced* by the gain which the reduction confers upon purchasers of these products.”⁸¹

Hier erkennen wir besonders eindrücklich die für den Utilitarismus kennzeichnende *Verrechnung* des ‘größeren’ Gewinns des Einen (hier ‘der Käufer’ und übrigens auch der ‚neuen Verkäufer‘) gegen den ‘kleineren’ Verlust des Ande-

⁷⁹ Vgl. Pigou, A. C.: *The Economics of Welfare*, London 1929, S. 145.

⁸⁰ Wir werden uns mit dem Wettbewerbsprozess und seiner ‘Parteilichkeit’ für bestimmte Interessen systematisch in Abschnitt 3.4 beschäftigen.

⁸¹ Pigou (1929: 190), Hvh.d.V.

ren (hier der Verlierer im Wettbewerbsprozess bzw. der ‚ehemaligen Verkäufer‘).⁸²

In den Augen utilitaristisch geprägter Ökonomen mag sich diese Verrechnung in der Tat zur Rechtfertigung der Verluste oder gar Schädigungen anderer (der Wettbewerbsverlierer) eignen.⁸³ Sie bemerken vermutlich nicht, dass sie damit die Individuen auffordern, sich zum *Mittel* einer ominösen, an sich sinnlosen Gesamt- oder Weltnutzensteigerung zu degradieren. Das entscheidende Gegenargument hierzu findet sich im kategorischen Imperativ Kants, dem wir uns nun zuwenden möchten.

2.4 Der kategorische Imperativ Immanuel Kants

Von Immanuel Kant, dem großen Philosophen der Aufklärung, war in diesem Abschnitt ebenso wie in der Einleitung schon häufig die Rede. Worin bestehen nun aus der Sicht Kants der moralische Standpunkt und das Prinzip der Moral? Und was macht das Herausragende seiner Ethik aus?

2.4.1 Die transzendentalphilosophische Methode

Kants größtes philosophisches Verdienst besteht wohl darin, dass er erstmals systematisch nach dem *Standpunkt* der Moral überhaupt gefragt hat. Die Kantische Philosophie ist eine *Transzendentalphilosophie*, d.h. sie fragt nach den „Bedingungen der Möglichkeit“ gültiger Urteile bzw. der Vernunft. Der Begriff ‚transzendental‘ ist dabei nicht mit ‚transzendent‘ zu verwechseln. Transzendent heißt, die Grenzen der Erfahrung überschreitend, das Übersinnliche betreffend. Transzendental heißt hingegen: die Bedingungen betreffend, durch welche gültige Erkenntnis möglich wird. Bezogen auf die empirischen Wissenschaften (Erfahrungswissenschaften), die danach fragen, was der Fall ist, geht die transzendente Erkenntnis also der Erfahrung voraus – und nicht, wie bei der transzendenten ‚Erkenntnis‘ (insoweit man hier von Erkenntnis überhaupt sprechen kann) über sie hinaus. Die transzendente Reflexion bzw. die Transzendentalphilosophie richtet den Blick mithin nicht auf den *Gegenstand* unserer Erkenntnis, sondern auf die *Perspektive*, die wir ihm gegenüber einnehmen müssen, wenn wir zu gültiger Erkenntnis gelangen wollen. Sie gibt den Wissenschaften, überhaupt der (auch ethischen) Erkenntnisgewinnung, somit eine vernünftige

⁸² Vgl. als weiteres Beispiel auch die Auffassung von Harold Demsetz, einem der sogenannten Chicago School of Economics zuzurechnenden Ökonomen: „Competition in a private property system is expected to guide resources to those uses that maximize the value of production secured from them ... Harmful effects are possible, but only when they are outweighed by beneficial effects. Thus, if the new product is to succeed, the harmful effects imposed of producers of related old products must be *more than offset* by the combined gains of consumers and the product innovator.“ Demsetz, H.: Economic, Legal, And Political Dimensions of Competition, Amsterdam/New York/Oxford 1982, S. 22, Hvh.d.V.

⁸³ Vgl. auch Thielemann, U.: System Error. Warum der freie Markt zur Unfreiheit führt, Frankfurt a.M. 2009, S. 55-60.

Orientierung; aber sie betreibt nicht selbst diese Wissenschaft.⁸⁴ Dies gilt auch für die Ethik bzw. für die praktische Vernunft.⁸⁵ Was erlaubt uns überhaupt, eine Handlungsweise bzw. eine Norm *als legitim* bzw. *als ethisch vernünftig* auszuzeichnen? Mit anderen Worten: Was ist das “oberste Prinzip der Moralität”⁸⁶?

Die Kantische Ethik liefert keinen Normenkatalog, sondern stößt gleichsam direkt zum Prinzip der Moral vor, indem sie *reflexiv* und *kritisch* nach dem “Grund der Verbindlichkeit”⁸⁷ unserer möglicherweise fehlgeleiteten, jedenfalls klärungsbedürftigen Urteile fragt. Veranschaulichen wir uns zunächst an einem berühmten Bild, worum es dabei geht.

2.4.2 Exkurs: Das Höhlengleichnis Platons und die transzendente Umkehrung des Blicks

Die transzendente Differenz zwischen konkreten Urteilen jeder Art und den Bedingungen der Möglichkeit gültiger Urteile finden wir bereits bei Platon (427-347 v.Chr.), dem bedeutenden Philosophen der griechischen Antike. Normalerweise urteilen wir einfach oder wir handeln in einer bestimmten Art und Weise. Wir streiten uns vielleicht mit anderen, die anderer Meinung sind, und möglicherweise lassen wir uns überzeugen. Aber wir fragen im Allgemeinen nicht nach den *Grundsätzen* unseres Urteilens und Handelns, und wir fragen auch nicht nach der *Vernünftigkeit* dieser Grundsätze oder Maximen. Genau dies leistet die transzendentalphilosophische Aufklärung, wie sie Platon im berühmten Höhlengleichnis illustriert hat.⁸⁸

Platon wählt das [Bild einer Höhle](#), in der die Menschen von Kindesbeinen an gefesselt sind. Sie schauen gegen eine Wand, auf die durch ein für sie unsichtbares Feuer Schatten von sich bewegenden Gegenständen projiziert werden. Ihnen bleibt gar nichts anderes übrig, als diese Schattenbilder für die Realität zu halten. Wenn man nun die Gefesselten befreien würde, so dass sie sich umblicken und die Welt so sehen könnten, wie sie tatsächlich ist, so wären sie zunächst durch das grelle Licht geblendet. Auch würden sie zunächst die Realität, die sie dann zu erblicken erstmalig in der Lage wären, für ein Trugbild halten.

⁸⁴ Vgl. zu dieser Unterscheidung auch Kant, I.: [Kritik der reinen Vernunft](#), Werkausgabe Bd. III und IV, 5. Aufl., Frankfurt a.M. 1981, [S. 62 ff.](#)

⁸⁵ Man kann statt von Ethik auch von *praktischer Vernunft* sprechen. Der Begriff *Praxis* kommt von griech. *prattein* (handeln) und *praktikos* (das Handeln betreffend). Und genau um das richtige *Handeln* geht es ja in der Ethik. Die praktische Vernunft ist von der theoretischen Vernunft abzugrenzen, die sich nicht mit dem Handeln, sondern mit dem faktisch Gegebenen beschäftigt. Ihr geht es nicht um das Sollen, sondern um das Sein.

⁸⁶ Kant (1974a: 16).

⁸⁷ Kant (1974a: 13).

⁸⁸ Platon: Der Staat, München 1991, 515a-516b, 518c-e.

Dieses Gleichnis soll nicht nur zum Ausdruck bringen, dass *Aufklärung* bzw. die Befreiung von Trugbildern ein schwieriger, ja bisweilen schmerzhafter Prozess ist, der Überwindung kostet. Auch wird Aufklärung bzw. die *Reflexion* charakterisiert als *Umkehrung des Blicks*: Weg von der gewohnten, gegenstandsbezogenen Einstellung des Sehens der da vorliegenden Dinge und des selbstvergessenen Urteilens (*intentio recta*), hin zur kritischen Reflexion der Einstellung und Perspektive selbst, die man beim Wahrnehmen und Beurteilen der Dinge einnimmt. Die selbstreflexive Einstellung, bei der man sich des eigenen Standpunktes kritisch vergewissert, wird auch *intentio obliqua* genannt. Diese Umkehr und Hinwendung zu den *Voraussetzungen* gültiger Urteile bezeichnete Kant als eine *Kopernikanische Wende*.⁸⁹ Sie erst erlaubt es, das Stadium des bloßen “Herumtappens” zu überwinden und zum “sicheren Gang einer Wissenschaft” zu gelangen.⁹⁰ Für die Ethik heißt dies: Erst die Umkehrung des Blicks erlaubt es, zur kritischen Reflexion des moralischen Gesichtspunkts bzw. des Prinzips der Moral vorzustoßen.

2.4.3 Der kategorische Imperativ und das Universalisierungsprinzip

Worin besteht nun das Prinzip der Moral? Kant setzt hier selbstreflexiv bei der uns allen geläufigen, “gemeinen Idee der Pflicht” an und fragt nach dem Begriff und dem “Grund der Verbindlichkeit” bzw. dem Grund der *Gültigkeit* einer Pflicht.⁹¹ Seine Antwort findet sich im kategorischen Imperativ, der in verschiedenen, genauer: in drei Formulierungen auftritt, die allesamt das “oberste Prinzip der Moralität”⁹² unter je verschiedenen Gesichtspunkten zu benennen beanspruchen. In der wohl bekanntesten Fassung lautet der kategorische Imperativ:

“Handle nur nach derjenigen Maxime, durch die du zugleich wollen kannst, dass sie ein allgemeines Gesetz werde.”⁹³

Dies ist der Grundsatz der *Verallgemeinerungsfähigkeit* (Universalisierungsprinzip). Dabei sind allerdings nicht Handlungen zu verallgemeinern, sondern “Maximen”, d.h. *Grundsätze* des Handelns bzw. des Willens. Entscheidend ist hier die Formulierung des ‘Wollen-Könnens’. Kant fordert uns auf, uns zu fragen, ob wir denn eine bestimmte Ausrichtung unseres Handelns “wollen können”, und dies bedeutet in moderner Sprache formuliert: ob wir sie nach reiflicher Überlegung und Abwägung wollen können, ob wir sie *begründen* können. Was nämlich *Verbindlichkeit* beanspruchen kann, also für mich *verpflichtend* ist,

⁸⁹ Nikolaus Kopernikus (1473-1543) löste das geozentrische durch das heliozentrische Weltbild ab, nach dem nicht die Erde, sondern die Sonne den Mittelpunkt des Universums bildet.

⁹⁰ Vgl. Kant (1981: 25 ff.); vgl. hierzu auch Böhler, D.: Philosophischer Diskurs im Spannungsfeld von Theorie und Praxis, in: Apel/Böhler/Rebel (1984b), S. 313-355 (1984a), hier S. 323 f.

⁹¹ Vgl. Kant (1974a: 13).

⁹² Kant (1974a: 16).

⁹³ Kant, I.: Kritik der praktischen Vernunft, Werkausgabe Bd. VII, Frankfurt a.M. 1974 (1974b), S. 140; vgl. auch ders. (1974b: 51).

das muss auch von jedermann als verbindlich eingesehen werden können.⁹⁴ Es macht also keinen Sinn, eine ‚Privatmoral‘ zu vertreten und zu sagen: ‘Dies hier ist *meine* Moral. Und mir ist eigentlich ziemlich egal, was andere davon halten.’ Ein solches Ethikverständnis würde dem Prinzip der Moral diametral entgegenlaufen. Wenn doch Moralität grundlegend mit *Pflichten* zu tun hat und das Verpflichtende auch als das Verbindliche bezeichnet werden kann, dann ist das ethisch Richtige als dasjenige zu begreifen, das alle als solches einsehen können müssten bzw. das jeder ‘wollen kann’. Es gibt keine Verbindlichkeit bloß für mich, vielmehr ist Verbindlichkeit ein in sich *universalistischer* Begriff.

2.4.4 Autonomie vs. Willkürfreiheit: die Autonomieformel

Auf den ersten Blick ist vielleicht erstaunlich, dass Kant dem *Wollen* und der *Freiheit* einen so großen Stellenwert einräumt. Damit ist jedoch nicht eine *Willkürfreiheit* gemeint (also die Freiheit, all das zu tun, was man gerade so will oder durchzusetzen in der Lage ist), sondern *Autonomie*. “Was kann denn wohl” fragt Kant rhetorisch, “die Freiheit des Willens sonst sein, als Autonomie, d.i. die Eigenschaft des Willens, sich selbst ein Gesetz zu sein?”⁹⁵ Und mit dem “Gesetz” ist hier wiederum auf das Prinzip der Verallgemeinerungsfähigkeit im Sinne des kategorischen Imperativs abgestellt. Insofern lässt sich sagen: Was wir als autonome Personen vernünftigerweise *wollen* können, also aus freier Einsicht als normativ richtig anerkennen können und müssen, dies ist identisch mit dem, was wir *sollen*.⁹⁶ Der freie bzw. autonome Wille ist dabei wie gesagt strikt zu trennen von jeder willkürlichen, also unbegründeten Bestimmung des eigenen Willens (etwa: all das zu tun, was man durchzusetzen in der Lage ist) einerseits und von allen Formen der *Heteronomie* (Fremdbestimmung) andererseits. Hierbei hat Kant – aus heutiger Sicht wohl nicht mehr ganz zeitgemäß – vor allem die menschliche Bedürfnisnatur im Auge, also den durch “sinnliche Begierden affizierten (befallenen, A.d.V.) Willen”,⁹⁷ der die menschliche Urteilskraft trüben kann, aber auch die Fremdbestimmung durch Ideologien, obrigkeitliche Abhängigkeiten und gesellschaftliche Zwänge aller Art.

Autonomie ist also der von inneren und äußeren Zwängen befreite Wille. Und wenn man den Willen “von allem Empirischen sorgfältig gesäubert” hat und von allen “Neigungen” und äußeren Zwängen “abgesondert” hat, so bleibt nichts übrig als die “reine praktische Vernunft” und mit ihr der “reine und gute Wille”.⁹⁸ Dieser ist durch nichts anderes bestimmt als durch die Einsicht in das “Sittengesetz”, also in das moralisch Richtige und Vernünftige, welches sich durch die Möglichkeit seiner *allgemeinen Verbindlichkeit* und Einsehbarkeit (als morali-

⁹⁴ “Der kategorische Imperativ ... (sagt) überhaupt nur aus, was Verbindlichkeit sei.” Kant (1977a: 331).

⁹⁵ Kant (1974a: 81).

⁹⁶ Vgl. auch Kant (1974a: 82): “Ein freier Wille und ein Wille unter sittlichem Gesetz (ist) einerlei.”

⁹⁷ Kant (1974a: 90).

⁹⁸ Vgl. Kant (1974a: 12, 16, 27 f.).

ches „Gesetz“) auszeichnet. Die Pflicht, der man damit folgt, ist also nicht, wie zuweilen umgangssprachlich angenommen, mit einem Zwang zu verwechseln, dem man sich, angesichts der Macht anderer, aus Klugheit beugt, sondern allein Ausdruck einer autonomen Einsicht. Man folgt ihr, nicht weil man es *muss* (Zwang), sondern weil man es *soll* (Pflicht) und *darum* als vernünftige Person *will* (autonome Einsicht). Entsprechend gibt Kant dem kategorischen Imperativ eine weitere Fassung, nämlich so zu handeln, „dass der Wille durch seine Maxime sich selbst zugleich als allgemein gesetzgebend betrachten könne“, so dass der Mensch „nur seiner eigenen und dennoch allgemeinen [d.h. moralisch begründungsfähigen] Gesetzgebung unterworfen“ ist.⁹⁹ Ohne dieses Autonomieprinzip hätten wir es nicht nur mit einer heteronomen Ethik, sondern mit überhaupt keiner Ethik, vielmehr mit einer Zwangs- bzw. Klugheitslehre zu tun. Wir würden nicht ein *Sollen*, sondern ein *Müssen* explizieren.

2.4.5 Die Zweckformel des kategorischen Imperativs und der gute Wille

Der gute Wille nimmt in der Ethik Kants einen zentralen Stellenwert ein. Der erste Abschnitt der „Grundlegung der Metaphysik der Sitten“ beginnt mit dem Satz:

“Es ist überall nichts in der Welt, ja überhaupt auch außer derselben zu denken möglich, was ohne Einschränkung für gut könnte gehalten werden, als allein ein guter Wille.”¹⁰⁰

Der zentrale Stellenwert des guten Willens hat dabei zwei Gründe: Zum einen ist es der “reine Wille”, aus dem sich Kant zufolge die ethische Vernunft entwickeln und begründen lässt, und der, konsequent zu Ende gedacht, zum “guten Willen” wird, wie wir soeben gesehen haben; zum anderen ist der gute Wille auch für die Praktizierung der ethischen Vernunft unverzichtbar. Dies wird deutlicher, wenn wir eine andere Formulierung des kategorischen Imperativs betrachten, die so genannte *Zweckformel*:

“Handle so, dass du die Menschheit, sowohl in deiner Person, als in der Person eines jeden andern, jederzeit zugleich als Zweck, niemals bloß als Mittel brauchest.”¹⁰¹

Damit ist das ethisch grundlegende *Verdinglichungsverbot* benannt. Wir dürfen andere Personen nicht behandeln, als wären sie Sachen. Wir dürfen nicht allein an ihren *Wirkungseigenschaften* interessiert sein, die für uns nützlich sein mögen (etwa allein an ihrer Leistungsfähigkeit), sondern sind aufgefordert, sie *als Personen* zu achten und anzuerkennen. Damit ist nicht irgendein Liebesgebot gemeint (denn zur Liebe kann man bekanntlich nicht verpflichtet werden bzw. sich verpflichten), sondern der *Respekt*, der zur ganz normalen [sozialen Infrast-](#)

⁹⁹ Kant (1974a: 65, 67).

¹⁰⁰ Kant (1974a: 18).

¹⁰¹ Kant (1974a: 61).

ruktur des Lebens und Zusammenlebens gehört. Und diese Anerkennung ergibt sich nicht etwa zufällig, sondern muss als solche gewollt sein. Darum ist der gute Wille für alle Moralität unverzichtbar, ja konstitutiv.¹⁰²

Kant verdeutlicht diese Unverzichtbarkeit anhand der Unterscheidung zwischen Handlungen “aus Pflicht” und bloß “pflichtmäßigen” Handlungen.¹⁰³ Letztere entsprechen zwar *äußerlich* gesehen dem ethisch Gebotenen, sind also nicht “pflichtwidrig”, sie erfolgen jedoch nicht *um des ethisch Gebotenen willen*. Dies aber ist ethisch defizitär bzw. “misslich”, denn die Anerkennung anderer als Person – und darin besteht der Sinn der Moral – muss als solche gewollt sein, also “aus Pflicht” erfolgen.

Wie kann es zu bloß “pflichtmäßigen” Handlungen kommen? Hier ist natürlich vor allem an das (Legal-) Recht zu denken, das auch diejenigen, denen es an gutem Willen mangelt, zur Einhaltung moralischer Gebote zwingt – wobei hier (teilweise wohl kontrafaktisch) von der Identität von Legalität und Legitimität ausgegangen wird. Ansonsten wäre die bloße “Pflichtgemäßheit” einer Handlung allenfalls “zufällig” zu erwarten, wie Kant ausdrücklich hervorhebt.¹⁰⁴

Interessanterweise erläutert Kant die Unterscheidung zwischen der Behandlung anderer “als Zweck” oder “als Mittel” anhand ökonomischer Kategorien:

“Im Reiche der Zwecke (in der sozialen Welt vernunftbegabter Wesen, A.d.V.) hat alles entweder einen *Preis*, oder eine *Würde*. Was einen Preis hat, an dessen Stelle kann auch etwas anderes als Äquivalent gesetzt werden; was dagegen über allen Preis erhaben ist, mithin kein Äquivalent verstattet, das hat eine *Würde*.”¹⁰⁵

Zwischen “Preis” und “Würde” besteht also ein grundlegender Gegensatz. Dies darf allerdings nicht so verstanden werden, dass der “Marktpreis”, den beispielsweise “Geschicklichkeit und Fleiß im Arbeiten” auf dem *Arbeitsmarkt* haben, etwas generell Illegitimes wäre. So kommt es bei der Bepreisung der ‘Arbeitskraft’, die Kant hier exemplarisch erwähnt, zunächst nur auf die “Wirkungen” an, die ihrer Nutzung entspringen, und damit auf ihren “Vorteil und Nutzen”. Doch die Bepreisung muss und kann mit der Achtung der *Würde* des ‘Bepreisten’ einhergehen. Sie ist also gegebenenfalls an dieser Achtung zu relativieren und zu korrigieren. *Letztlich* und “jederzeit zugleich” muss also die Würde zählen. Ansonsten würden die ‘Bepreisten’ (etwa: die Arbeitnehmer) ihrer Würde beraubt und zu bloßen Produktionsfaktoren degradiert. Dies aber widerspräche klar dem kategorischen Imperativ.

¹⁰² Vgl. auch oben Abschn. 1.4.3.

¹⁰³ Vgl. Kant (1974a: 14, 22 ff.).

¹⁰⁴ Kant (1974a: 14).

¹⁰⁵ Kant (1974a: 68).

2.4.6 Der kategorische und formale Charakter der Kantischen Ethik

Nun lässt sich auch klären, warum Kant moralische Pflichten und Prinzipien bzw. Imperative als “kategorisch” bezeichnet. Im “kategorischen” Geltungsanspruch des Moralprinzips spricht sich die *Unbedingtheit* der Anerkennung und Achtung anderer Personen aus. Kant unterscheidet “kategorische” von “hypothetischen Imperativen”. Letztere sind durch eigene Interessen oder “Triebfedern” *bedingt*, nicht aber von einem “Bewegungsgrund” bestimmt, der, “wenn er durch bloße Vernunft gegeben wird,” einen *guten Grund* darstellt, also “für alle vernünftige Wesen gleich gelten” muss.¹⁰⁶ Hypothetische Imperative gelten also nur *relativ* zu einem bestimmten Interesse bzw. nur unter der *hypothetischen* Annahme der ethischen Gültigkeit (Legitimität) dieses Interesses. Sie stellen Regeln der Klugheit dar, die sich in Wenn-dann-Aussagen formulieren lassen: ‘Wenn Du X willst, dann musst Du Y tun.’ Ihre Gültigkeit ist also abhängig von der Gültigkeit der ihnen zugrunde liegenden Zwecksetzungen. *Der* kategorische Imperativ, wie er im Universalisierungsgrundsatz und in der Zweckformel seinen Ausdruck findet, duldet solche Relativierungen hingegen nicht; denn er benennt ja gerade die Bedingungen der Möglichkeit *gültiger* (vernünftiger) Urteile. Diese Bedingungen sind identisch mit der “Idee der Menschheit als Zwecks an sich selbst”.¹⁰⁷

Der kategorische (unbedingte) Charakter der Ethik hat also zwei Bedeutungen: Zum einen bedeutet er schlicht, dass ethisch-normative Urteile nicht aus etwas anderem abgeleitet werden können. Die ethische Urteilsfindung vollzieht sich nicht durch Deduktionen aus etwas anderem, das dann der Reflexion entzogen wäre, sondern durch vorbehaltloses *Begründen*. Zum anderen benennt der kategorische Imperativ das *Prinzip der Moral*, also den ‘höchsten’ Punkt dessen, was letztlich normativ maßgeblich sein soll. Darum muss mit dem Moralprinzip bereits definitionsgemäß ein kategorischer (unbedingter) Geltungsanspruch verbunden werden.¹⁰⁸

Aus der *Unbedingtheit* des Moralprinzips und der *Unabhängigkeit* ethisch begründbarer Normen (also ethisch gebotener Handlungsweisen oder Unterlassungen) von vorgegebenen, nicht eigens legitimierten Zwecken und Interessen folgt jedoch nicht die unbedingte (identische) Geltung und damit die Universalität der *Normen* – etwa überall auf der Welt. Da nämlich Normen stets in mehr oder minder starkem Maße mit spezifischen kulturellen Lebensformen und individuellen Lebensentwürfen verknüpft sind, würde damit der *Pluralismus* der Lebensformen und -entwürfe negiert. Überdies lässt sich ohne Kenntnis der je situativen Umstände gar nicht bestimmen, was denn das in konkreten Situationen Richtige und Gebotene ist.

¹⁰⁶ Kant (1974a: 59).

¹⁰⁷ Kant (1974a: 61).

¹⁰⁸ Vgl. bereits Abschn. 1.1.

Hiermit ist der Grund gegeben, warum moderne Ethikkonzeptionen (zu denen auch die Kantische Ethik zählt) *formaler* Natur sind. Damit ist nicht ein ‘Formalismus’ im umgangssprachlichen Sinne gemeint, nach dem man ‘nach Schema F’ verfahren solle, sondern eher das Gegenteil: Die moderne Ethik benennt nicht einen Katalog von Normen, der dann strikt ‘anzuwenden’ wäre, sondern bloß die *Form* des moralischen Urteils. Dieses muss die “Form der Allgemeinheit” aufweisen,¹⁰⁹ und d.h.: von jeder vernunftbegabten Person als einer spezifischen Situation ethisch angemessen anerkannt und eingesehen werden können.¹¹⁰

2.4.7 Der Solipsismus der Ethik Kants

Allerdings hat sich Kant selbst an diese Vorgabe nicht gehalten. Vielmehr war er der Ansicht, dass sich auch *Normen* (und nicht bloß das *Moralprinzip*) ein für alle mal festlegen ließen und dann rigoros durchzuhalten seien.¹¹¹ Der tiefere Grund dieses ethischen Rigorismus bei Kant (der wohlgemerkt *ethisch* keinen Sinn macht) liegt vermutlich darin, dass Kant den kategorischen Imperativ bzw. das moralische Urteilen als ein *Gedankenexperiment* konzipierte. Der Einzelne soll für sich und gleichsam in sich seine Handlungsgrundsätze einer “Probe” unterziehen, eben dem kategorischen Imperativ, und so prüfen, ob man diese “als allgemein gesetzgebend”, also als verallgemeinerungsfähig “*denken*” kann.¹¹²

Zwar bestimmte Kant das ethisch Vernünftige bzw. das, was “praktisch gut ist”, als das, was “aus Gründen, die für jedes vernünftige Wesen als ein solches gültig sind, den Willen bestimmt”. Doch ist es nicht das tatsächliche Begründen und Argumentieren mit anderen Subjekten, sondern letztlich die bloße “*Vorstellung* der Vernunft” – also das Gedankenexperiment –, welches bei Kant die Richtschnur des ethischen Urteils bildet.¹¹³ *Jeder für sich* nimmt dieses Gedankenexperiment vor; aber die Menschen argumentieren nicht miteinander, zumindest ist dies in der Ethik Kants kaum systematisch vorgesehen. Vielmehr setzt Kant je für sich denkende, vereinzelte Individuen voraus und versucht, die ethische Vernunft aus dem widerspruchsfreien Denken abzuleiten, welches jeder für sich vornimmt. Die praktische (ethische) Vernunft sei eine Sache des “Verhältnisses eines Willens zu sich selbst, so fern er sich bloß durch Vernunft bestimmt”.¹¹⁴

Darin steht Kant in einer Linie mit René Descartes (1596-1650), der keine Erkenntnis für gesichert hielt bis auf diejenige, dass man selbst denkt und damit als

¹⁰⁹ Kant (1974a: 63).

¹¹⁰ Vgl. zum Formalismus der Ethik Kants auch Kant (1974a: 26, 45, 100).

¹¹¹ Dies wurde bereits in Abschn. 1.4.3 an Hand des Lügenbeispiels exemplarisch aufgezeigt.

¹¹² Kant (1982: 331, Hvh.d.V.).

¹¹³ Vgl. Kant (1974a: 42).

¹¹⁴ Kant (1974a: 58).

Denkender existiert. (“Ich denke, also bin ich.”) Da sich diese Position auf das alleinige Selbst (lateinisch: *solus ipse*) stützt, bezeichnet man sie auch als “methodologischen Solipsismus”.¹¹⁵

Damit besteht die Gefahr, dass sich der vereinzelt Denkende, etwa der Philosoph in der Person Kants, eine privilegierte Einsichtsfähigkeit anmaßt, die kritischen Einwänden gar nicht mehr zugänglich ist. Wer anderer Meinung ist, der hat eben das Gedankenexperiment nicht richtig durchgeführt. Und wer im Gedankenexperiment erkannt hat, dass beispielsweise die *Lüge* prinzipiell nicht verallgemeinerungsfähig ist, der hält daran auch fest, wenn bedeutende andere Rechte verletzt werden. In den Worten Kants: “Das Wesentlich-Gute” einer Handlung “besteht in der Gesinnung (im guten, vernünftigen Willen, A.d.V.), *der Erfolg mag sein, welcher er wolle.*”¹¹⁶ Wenn man selbst für sich das “Sittengesetz” erkannt hat, dann ist man dieser Sicht zufolge also von allen weiteren Pflichten und Verantwortlichkeiten befreit. Der Mordlustige in obigem Lügenbeispiel hat eben das Gedankenexperiment des kategorischen Imperativs nicht verstanden, aber, so denkt der kantische Rigorist, was kümmert mich das?

Der methodologische Solipsismus liefert eine *Erklärung* für den Rigorismus Kants, ebenso wie für dessen missverstandene “Gesinnungsethik”, aber er liefert keine gute Begründung. Eine solche selbstreflexive *Begründung* des Moralprinzips vermag erst die *Diskursethik* zu leisten – ohne freilich einem Rigorismus zu verfallen.

2.5 Diskursethik

Eine wohlverstandene Fassung des Universalisierungsgrundsatzes und damit des Standpunkts der Moral, die in der kantischen Tradition liegt, ohne deren Rigorismus und Solipsismus zu verfallen, lässt sich im Rahmen der Diskursethik (oder kommunikativen Ethik) gewinnen, wie sie seit nunmehr gut drei Jahrzehnten von Karl-Otto Apel¹¹⁷ und Jürgen Habermas¹¹⁸ in kaum mehr auflösbarer Wechselwirkung, aber dennoch mit unterschiedlichen Akzentsetzungen entwickelt worden ist.

Beginnen wir mit einer schlichten Frage: Weshalb wird der *Diskurs*, verstanden als jene qualifizierte Form des Redens, bei der strittige Fragen *argumentativ*, also durch Angabe von *Gründen* geklärt werden, und die ihr Ziel in der vernünftigen *Verständigung* zwischen den Gesprächspartnern hat, in den Mittelpunkt der

¹¹⁵ Vgl. Böhler, D.: Instrumentelle und praktische Vernunft – das ethische Dilemma der Neuzeit, in: Apel/Böhler/Rebel (1984b), S. 396-433 (1984b), S. 396-433, hier S. 427 ff.

¹¹⁶ Kant (1974a: 45), Hvh.d.V.

¹¹⁷ Vgl. u.a. Apel, K.-O.: Das Apriori der Kommunikationsgemeinschaft und die Grundlagen der Ethik, in: ders., Transformation der Philosophie, Bd. 2, Frankfurt 1976, S. 358-435; ders., Diskurs und Verantwortung, Frankfurt 1988.

¹¹⁸ Vgl. u.a. Habermas (1983); (1991).

Ethik gerückt? Entwicklungsgeschichtlich ist hier zunächst darauf zu verweisen, dass der Mensch ein ‘Sprachtier’ ist, bei dem an die Stelle der Instinkte die Sprache als Orientierungsinstanz getreten ist. Wir wachsen auf, indem wir sprechen lernen und so *münd-ig* werden. Ohne Sprache hätten wir keinen *Begriff* davon, was es heißt, sich in der Welt zu *orientieren*. Unser ganzes Denken und Handeln ist sprachlich vermittelt und ermöglicht.

Sprache und Kommunikation sind natürlich keine private oder ‘solipsistische’, sondern eine *zwischenmenschliche* Angelegenheit. Damit sind wir bereits bei der Ethik, wenn auch noch nicht bei der *rationalen Begründung* der Ethik. Der Sprache bzw. der Kommunikation wohnt ein Ethos inne, das es kritisch zu reflektieren und sich bewusst zu machen gilt. Die Diskursethik zeigt nun, dass sich aus der strikten Reflexion von Sprache und Kommunikation eine starke, *unhintergehbare* Begründung des *moral point of view*, ja überhaupt unserer Vernunftorientierung gewinnen lässt. Karl-Otto Apel spricht hier von einer “Letztbegründung”.

2.5.1 Die Ursituation der diskursethischen Begründung: ein fiktiver Dialog zwischen einem Skeptiker und einem Philosophen

Die *kognitivistische* Pointe der Diskursethik erschließt sich am besten, indem wir uns in eine Situation versetzen, die sich gleichsam als die *Ursituation* der diskursethischen Reflexion und Begründung bezeichnen lässt.¹¹⁹ In dieser tritt ein ethischer Skeptiker bzw. ein Vernunftskeptiker auf und stellt gegenüber einem Philosophen Behauptungen auf wie:

- ‘Moral, das gibt es doch gar nicht.’
- ‘Jeder hat doch seine eigene Wahrheit.’
- ‘Ich lüge immer.’

Der Philosoph gibt dem Skeptiker darauf die folgende Antwort: „Aber mit diesen Behauptungen erhebst du doch einen *Geltungsanspruch*. Wenn man deine Rede in ihre propositionale (inhaltliche) und performative (sprechhandlungsbezogene oder sprachpragmatische) Bestandteile zerlegt, dann sagst du: ‚Hiermit behaupte ich gegenüber dir und jedem anderen vernunftbegabten Subjekt *als wahr* bzw. *als gültig* (performativer Bestandteil), dass es keine Wahrheit gibt (propositionaler Bestandteil).‘ Damit aber begehst du einen *performativen Selbstwiderspruch* zwischen dem propositionalen Gehalt deiner Behauptung und der performativen Logik allen Argumentierens – oder einfacher gesagt: zwischen dem, was du sagst, und dem, was du tust, indem du es sagst. Wenn man

¹¹⁹ Vgl. zum folgenden Apel, K.-O.: Fallibilismus, Konsensstheorie der Wahrheit und Letztbegründung, in: Forum für Philosophie Bad Homburg (Hrsg.), Philosophie und Begründung, Frankfurt a.M. 1987, S. 116-211, insbesondere S. 172 ff. Das folgende fiktive Gespräch lehnt sich an die dort dargelegte Argumentation an.

nämlich argumentiert, dann hat man eine ganze Reihe von Voraussetzungen anerkannt, etwa die, dass Behauptungen den ernsthaften Anspruch erheben, systematisch *gültig* (empirisch wahr oder normativ richtig) zu sein; dass es also *Vernunft* und normative *Verbindlichkeit* gibt. Sonst hätten die eigenen Äußerungen einfach keinen *Sinn*. Man hat ebenso anerkannt, dass gültige Aussagen auch von jedem anderen vernunftbegabten Individuum als gültig anerkannt werden können müssen – mit anderen Worten, dass es Wahrheit (Gültigkeit) gibt, worin diese auch immer im Einzelfall bestehen mag. Denn Argumentieren heißt stets, mit *Geltungsanspruch* argumentieren.“

Das überzeugt den Skeptiker immer noch nicht: „Was willst du mir vorschreiben? Ich sehe das einfach anders. Und schau doch in unsere Welt. Findest du da Verbindlichkeit? Jeder tut doch, was er will.“ Darauf der Philosoph: „Dies mag der Fall sein. Doch möchte ich zum einen klarstellen, dass die Voraussetzungen, die man im Argumentieren anerkannt hat, *formaler Art* und damit durchaus mit dem Pluralismus von Meinungen und Lebensentwürfen vereinbar sind. Um Verbindlichkeit muss eben argumentativ, also in Diskursen, *gerungen* werden. Zum anderen, und dies ist der springende Punkt für die definitive Begründung der Diskursethik, *argumentierst* du ja offenbar nach wie vor mit mir. Damit erweist du die soeben angedeuteten Argumentationsvoraussetzungen als rational *unhintergebar*, auch wenn du dir dies nicht eingestehen willst. *Man kann gar nicht anders*, als sie im Versuch ihrer argumentativen Widerlegung selbst noch vorzusetzen!“

„Gut, ich argumentiere nicht mehr mit dir“, sagt der hartnäckige Skeptiker und schickt sich an zu gehen. „Ich bin eben anderer Meinung“, denkt er. „Wenn du dich jetzt in die Argumentationsverweigerung stürzt“, hebt der Philosoph an, die Gedanken des Skeptikers erahnend, „so bedenke deine tiefe Verwurzelung in Zusammenhängen kommunikativen Handelns, die deine Identität ausmachen. Solltest du Kommunikationsverweigerung zur Maxime deiner Lebensführung erheben wollen, so warne ich vor den pathologischen Konsequenzen für dich. Ich möchte dir eine Passage von meinem Kollegen Jürgen Habermas vorlesen:

“Durch Argumentationsverweigerung kann ... der Skeptiker ... nicht, auch nicht indirekt, verleugnen, dass er eine soziokulturelle Lebensform teilt, in Zusammenhängen kommunikativen Handelns aufgewachsen ist und darin sein Leben reproduziert. Er kann, mit einem Wort, Moralität verleugnen, aber nicht die Sittlichkeit der Lebensverhältnisse, in denen er sich sozusagen tagsüber aufhält. Sonst müsste er sich in den Selbstmord oder in eine schwere Geisteskrankheit flüchten ... Sofern er überhaupt am Leben bleibt, ist eine Robinsonade, mit der der Skeptiker sein Aussteigen aus dem kommunikativen Handeln auf stumme und eindrucksvolle Weise demonstrieren könnte, nicht einmal als fiktive Versuchsanordnung vorstellbar.”¹²⁰

¹²⁰ Habermas (1983: 109 f.).

Allerdings ist dies hier, wo es um die *Begründung* des *moral point of view* geht, letztlich nicht mein Punkt. Vielmehr fordere ich dich auf, dir einzugestehen, dass du, selbst wenn du stumm bleibst, dir doch deine Gedanken machst und dabei, wenn auch im Stillen, einen Geltungsanspruch erhebst. Die Ethik, die im Argumentieren steckt, ist rational *unhintergebar*.“

Dies gibt dem Skeptiker nun doch zu denken. „Ja“, sagt er sich, „wenn ich mir es recht überlege, so habe ich in der Tat gerade einen inneren Diskurs geführt.“ „O.K.“, sagt er zu dem Philosophen, „es hat wohl keinen Sinn zu leugnen, dass man im Denken und erst recht durch das Argumentieren Geltungsansprüche erhebt. Doch was hat dies alles mit Ethik zu tun? Ich bleibe dabei, Moral ist jedermanns eigene Sache. Dafür oder auch dagegen kann man sich nur *entscheiden*, aber nicht *argumentieren*.“

„Moralische Gründe für oder gegen konkrete Handlungsweisen und Normen sind tatsächlich im Allgemeinen weniger eindeutig als empirische Wahrheitsargumente. Doch geht es mir zunächst darum, dich von der Unhintergebarkeit des *Moralprinzips* zu überzeugen. Die Argumentationsvoraussetzungen, von denen ich eben sprach und deren Unhintergebarkeit du ja bereits grundsätzlich erkannt hast, *haben selbst einen ethischen Gehalt*. Die Ethik, zumindest die Vernunftethik, hat gleichsam ihren Sitz in der Sprache – genauer: in der Logik des Argumentierens, und zwar unabhängig davon, ob wir ethisch-praktische oder empirisch-theoretische Fragen erörtern und diskutieren. Darum lässt sich von einer „Ethik der Logik“ sprechen.¹²¹ Diese besteht in Folgendem:

Wenn man ernsthaft argumentiert oder auch nur mit Gültigkeitsanspruch denkt, also wissen will, was wahr und richtig ist, so hat man nicht nur seine unmittelbaren Gesprächspartner, sondern darüber hinaus letztlich die *unbegrenzte Gemeinschaft aller Argumentierenden als Prüfungsinstanz seiner Argumente anerkannt*. Jeder könnte ja einen berechtigten Einwand vorbringen und meine bislang als gültig angenommene Auffassung in Frage stellen. Man hat also den *kategorischen Imperativ* und dessen Universalismus anerkannt, nämlich alle Personen letztlich nicht ‚als Mittel‘, sondern ‚jederzeit zugleich als Zweck‘ zu behandeln. ‚Als Mittel‘ würde heißen: nur an ihrer Macht interessiert zu sein, die eigenen Interessen zu gefährden oder auch zu fördern. ‚Als Zweck‘ heißt hingegen: andere als gleichberechtigte Diskussionspartner anzuerkennen. Man hat also anerkannt: *Nicht Macht, sondern gute Gründe sollen zählen*. Es soll allein der „eigentümlich zwanglose Zwang des besseren Arguments“ herrschen.¹²² Dagegen lässt sich nicht argumentieren, denn im argumentativen Bestreiten würde man den *moral point of view* ja wiederum voraussetzen.“

¹²¹ Vgl. Apel (1973: 398 ff.).

¹²² Vgl. Habermas (1981a: 52 f.).

„Hmhm ... Obwohl ich noch nicht alles durchschaue, vor allem was die Implikationen für mein alltägliches Handeln und Entscheiden anbelangt, so scheint mir dies tatsächlich eine überzeugende Begründung zu sein. So habe ich das noch gar nie gesehen. Daraus scheint wohl auch zu folgen, dass das Lügen nicht eine Maxime des Handelns sein kann, denn durch Lügen kann ich niemanden überzeugen (höchstens überreden). Durch Lügen kann man nicht herausfinden, wer Recht hat. Außerdem ist die Lüge eine Missachtung der Person des Belogenen. Beide Seiten könnten nicht die Plätze tauschen. Das Lügen lässt sich eben nicht begründen und kann somit nicht als Maxime des Willens dienen.“ „Genau, du hast eine gute Auffassungsgabe“, antwortet der Philosoph. „Aber eigentlich handelt es sich ja um eine einfache und jedem zugängliche Einsicht. Schwieriger ist allerdings die Frage, welcher praktische Stellenwert der diskursethischen Grundidee zukommt.“

2.5.2 Diskursethische Kategorienlehre: Dimensionen der Rationalität und Grundtypen rationalen Handelns

In der richtigen Auslegung der diskursethischen Grundeinsicht – darin liegt wohl in der Tat die größte Schwierigkeit. Bevor wir uns den häufigsten Missverständnissen bezüglich der Diskursethik zuwenden, seien einige wichtige begriffliche Unterscheidungen eingeführt, die die weitere Verständigung erleichtern.

Eine Systematik von Geltungsansprüchen

Wie wir gesehen haben, liegt der Diskursethik eine Theorie der Wahrheit bzw. der Logik zugrunde.¹²³ Genau genommen müsste man allgemeiner von einer Theorie der Gültigkeit bzw. der Rationalität sprechen. Jürgen Habermas unterscheidet drei Typen von Geltungsansprüchen:¹²⁴

- Bei der *Wahrheit* geht es um die Gültigkeit von Aussagen über die objektive Welt. Die Grundfrage lautet hier: Was ist der Fall? Wahrheitsfragen werden in *theoretischen Diskursen* geklärt.
- Bei der *Richtigkeit* geht es um die Legitimität des Handelns in der sozialen Welt interpersonaler Beziehungen. Handeln ist nicht wahr oder unwahr, sondern richtig oder falsch. Legitimitätsfragen werden in *praktischen Diskursen* geklärt.
- Bei der *Wahrhaftigkeit* geht es um den authentischen Ausdruck subjektiver Erlebnisse. Die Wahrhaftigkeit der Selbstentäußerung einer Person ist Ha-

¹²³ Vgl. Habermas, J.: Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns, Frankfurt a.M. 1984, S. 127 ff.; Apel (1987).

¹²⁴ Vgl. Habermas (1984: 110 ff., 436 ff.).

bermas zufolge nicht diskursfähig und interessiert uns im Folgenden nicht weiter.

Das generelle, alle Rationalitätsdimensionen der Vernunft umfassende Kriterium ist also streng genommen nicht ‚Wahrheit‘, sondern (theoretische und praktische) Gültigkeit. Hier interessiert uns natürlich vorrangig die praktische Gültigkeitsdimension der Richtigkeit bzw. Legitimität.

*Grundtypen rationalen Handelns*¹²⁵

Den beiden Geltungsansprüchen (Wahrheit und Richtigkeit) korrespondieren unterschiedliche Formen der *Handlungsrationalität*. Durch die Kombination unterschiedlicher Handlungsorientierungen einerseits und Handlungssituationen andererseits lassen sich drei Grundtypen rationalen Handelns entwickeln.

Handlungs- orientierung	erfolgsorientiert	verständigungsorientiert
Handlungssituation		
nicht-sozial	instrumentelles Handeln	–
sozial	strategisches Handeln	kommunikatives Handeln

Abb. 1: Grundtypen rationalen Handelns¹²⁶

Instrumentelles Handeln

Wer wissen möchte, ob die Durchführung einer Handlungsabsicht auch gelingt, der benötigt Kenntnisse darüber, wie die *objektive Welt* aufgebaut ist. Er sucht nach möglichst präzisen und verlässlichen, d.h. *wahren* Informationen über objektive *Wirkungszusammenhänge*, die sich zweckrational nutzen lassen. Hinter dem Interesse an der Wahrheit von Aussagen über die objektive Welt kommt eine *erfolgsorientierte* Einstellung zum Vorschein.

¹²⁵ Vgl. für das folgende Habermas (1981a: 384 ff.); ders. (1984: 571 ff.).

¹²⁶ Quelle: Habermas (1981a: 384); ders. (1984: 460).

Solange man es *nur* mit der im engeren Sinne objektiven Welt – klassisch gesprochen: der Natur – zu tun hat, ist eine solche Handlungsorientierung ethisch gesehen im Prinzip unproblematisch. Man denke an die Natur- und Ingenieurwissenschaften, deren Erkenntnisse mit großem Erfolg technisch bzw. instrumentell angewendet werden. Da die Welt, mit der man es hier zu tun hat, als ein Mittel, also ein Instrument, betrachtet wird, lässt sich von einem *instrumentellen Handeln* sprechen. (Beispiel: Man braucht einen Schraubenschlüssel, um die Schraube erfolgreich lösen zu können.) Die dem erfolgskontrollierten Handeln korrespondierende Rationalität wird üblicherweise als *technische Rationalität* bezeichnet.

Strategisches Handeln

Eine erfolgsorientierte Einstellung kann allerdings auch gegenüber der *sozialen Welt* eingenommen werden. Anderen Personen wird hier also in *objektivierender* Weise entgegengetreten: Es zählen allein ihre *Wirkungseigenschaften*. Denn der erfolgsorientiert Handelnde weiß ja schon, was er will bzw. soll. Darum sind seine Interaktionspartner für ihn nur noch “als Mittel” relevant, nicht mehr “als Zweck” (Kant). Er oder sie versucht daher, *Informationen* über seine Kooperationspartner und Gegenspieler zu erlangen, d.h. *sozialtechnologisch anwendbares Verfügungswissen*.

Im Unterschied zum instrumentellen Umgang mit ‘toten’ Objekten bzw. der Natur verfügen die derart zu “Mitteln” degradierten Handlungssubjekte allerdings über die Möglichkeit, zu Gegenmitteln zu greifen, wenn sie bemerken, dass sie dem Versuch einer *Einflussnahme* unterliegen. Darum spricht man hier statt vom instrumentellen von einem *strategischen Handeln* und nennt die Erfolgsrationalität im sozialen Raum *strategische Rationalität*. Mit dieser Form der Rationalität, insbesondere mit den Versuchen ihrer ethischen Rechtfertigung, werden wir uns eingehend in Abschnitt 4 auseinandersetzen.

Kommunikatives Handeln

Die alternativ mögliche Form des sozialen Handelns ist das *kommunikative Handeln*. Dabei handelt es sich allerdings nicht um einen Handlungstypus für bzw. gegen den wir uns, aufs Ganze gesehen, entscheiden könnten. Denn wir wachsen in Zusammenhängen kommunikativen Handelns auf und bilden dort unsere Identität aus. Das kommunikative Handeln zeichnet sich durch seine *Verständigungsorientierung* aus. Damit ist nicht etwa der Verzicht auf die Verfolgung eigener Interessen gemeint. Vielmehr bedeutet die verständigungsorientierte Einstellung, dass die Akteure ihre Handlungsziele *unter der Bedingung der Verständigung* verfolgen.

Der Interaktionsmodus ist hier nicht die Einflussnahme, sondern das argumentativ erzielte *Einverständnis*. Auf diese Weise werden die Interaktionspartner als humane Subjekte respektiert und argumentativ ernst genommen, statt dass über

sie einfach wie über bloße Objekte *verfügt* würde. Im Gegensatz zum strategischen Handeln besteht beim kommunikativen Handeln die systematische Möglichkeit der *Einsicht* in die Richtigkeit bzw. Falschheit der eigenen Handlungsabsichten und damit gegebenenfalls deren begründeter Korrektur.¹²⁷ Die Beteiligten sind hier an der Klärung der *Legitimität* des eigenen Handelns – insbesondere vor den (negativ) Betroffenen – interessiert.

Die argumentative Klärung von Legitimationsfragen durch wechselseitigen Perspektivenwechsel geschieht im *Diskurs*, der nichts anderes als die reflexive Form kommunikativen Handelns darstellt. Auf der Ebene des Diskurses und der Argumentation werden Geltungsansprüche nicht mehr naiv vorausgesetzt, sondern selbst *thematisiert* und *problematisiert*. Streng genommen lässt sich erst hier von *kommunikativer Rationalität* (*Diskursrationalität*) sprechen. Dabei handelt es sich allerdings nicht um *eine* Rationalität neben anderen, womit ja auch unklar bliebe, wie die Konflikte zwischen den verschiedenen Rationalitäten aufzulösen wären, sondern um den *Inbegriff der Vernunft*. Die Idee der Vernunft hat ihre Wurzel und ihren Sitz in der Sprache.¹²⁸

Hier drängt sich eine wichtige Frage zum Verhältnis der beiden sozialen Handlungstypen zueinander auf: Kann allein das kommunikative oder auch das strategische Handeln als legitimer Modus des sozialen Handelns gelten? Die Antwort muss zwei Ebenen differenzieren:

- Für die Klärung der Frage, welche Ansprüche legitim (d.h. berechtigt) sind, ist eine verständigungsorientierte Einstellung der Beteiligten unabdingbar. Denn dabei dürfen ja nur gute Gründe, nicht die Macht der Beteiligten zählen, weshalb auf dieser Ebene ein strategischer Interaktionsmodus nicht zulässig ist.
- Strategisches Handeln kann jedoch als legitim gelten, soweit es sich innerhalb einer ethisch gerechtfertigten *Rahmenordnung* abspielt, für die *faire Spielregeln* festgelegt wurden.¹²⁹ Was allerdings faire Spielregeln sind, in die strategisches Handeln einzubetten ist, dies kann nicht wiederum durch strategisches Handeln, sondern nur durch kommunikatives Handeln bzw. prakti-

¹²⁷ Wenn man sich der in der ökonomischen Theoriebildung üblichen Unterscheidung von ‘Präferenzen’ (Motive, Bewertungsmuster) und ‘Constraints’ (Machtfaktoren) bedient, dann sind durch kommunikatives Handeln Veränderungen von ‘Präferenzen’ möglich, die sich dann natürlich auch in feststellbaren Verhaltensänderungen niederschlagen. Beim strategischen Handeln hingegen ändert sich das Verhalten nur bei veränderten ‘Constraints’ bzw. bei einer genaueren Einschätzung der ‘Sachlage’ (d.h. der Machtverhältnisse) durch den Akteur selbst. Die ‘Präferenzen’, die aus der Sicht kommunikativen Handelns als handlungsleitende *Gründe* zu begreifen sind, verdanken sich im Modell strategischen Handelns einzig der privaten Willkürentscheidung des Akteurs.

¹²⁸ Vgl. Habermas (1984: 104 f.).

¹²⁹ Der Begriff der *Fairness* wird vorzugsweise für die Legitimität der Regeln strategischer Spiele bzw. Handlungssettings gebraucht. Man denke auch an die Spielregeln des Sports. In seiner vieldiskutierten “Theorie der Gerechtigkeit” versteht John Rawls Gerechtigkeit ausdrücklich als Fairness, reduziert sie allerdings auch darauf. Vgl. Rawls (1979: 19 ff.).

sche, politisch-ethische Diskurse bestimmt werden. Es gilt auch hier das *Primat der Ethik* bzw. der *Vorrang* des kommunikativen vor dem strategischen Handeln. Insoweit ökonomisches Handeln eigeninteressiertes Handeln ist, ist dieser Gedanke natürlich wirtschaftsethisch höchst bedeutsam, wie wir in Abschnitt 7 zur Ordnungsethik sehen werden.

Zuweilen wird behauptet, die Zweckformel des *kategorischen Imperativs* würde mit ihrer Formulierung „niemals *bloß* als Mittel“ eine ‚Instrumentalisierung‘ anderer Personen legitimieren.¹³⁰ Diese Behauptung interpretiert das „bloß“ der Zweckformel mengentheoretisch: Wir dürften andere Personen zu, sagen wir, 98 Prozent „als Mittel“ gebrauchen, wenn wir sie denn in zwei Prozent der Fälle „als Zweck“ behandeln. Wenn man allerdings die Passage liest, in der Kant die Zweckformel entwickelt,¹³¹ dann wird klar, dass Kant hier den Begriff „bloß“ weniger mengentheoretisch, sondern vor allem pejorativ (abwertend) gebraucht.

Auch die hier vertretene Sicht einer Rahmenordnungsethik stützt eine mengentheoretische Interpretation nicht. Nicht etwa bloß auf der Ebene der Rahmenordnung (bezogen auf eine parlamentarische Demokratie könnte dies etwa heißen: bloß beim Gang zur Wahlurne), sondern „jederzeit zugleich“ müssen wir andere Personen „als Zweck“ anerkennen und ihre Würde achten. Dies bedeutet praktisch, dass wir die Bereitschaft mitbringen müssen, im Zweifel in jeder Situation vom strategischen zum kommunikativen Handeln überzugehen. Auch das strategische Handeln muss „jederzeit zugleich“ von einer Verständigungsorientierung begleitet und letztlich auch getragen werden.

2.5.3 Der Stellenwert der diskursethischen Grundeinsicht: Wider das konkretistische Missverständnis über die Diskursethik

Nehmen wir den am Ende unseres hypothetischen Dialogs (2.5.1) liegengelassenen Faden wieder auf. Welche praktischen Schlussfolgerungen sind aus den diskursethischen Einsichten zu gewinnen bzw. nicht zu gewinnen?¹³² Eines der häufigsten Missverständnisse gegenüber der Diskursethik besteht darin, den Diskurs als ein *Verfahren* zur Generierung legitimer Normen zu begreifen, sozusagen als eine Art ‘Ethiktest’. Man müsse nur dafür sorgen, dass Diskurse stattfinden, dann sei auch die Legitimität sichergestellt. Dies allerdings ist ein *konkretistischer Fehlschluss*. Die Diskursethik begründet weder einen Katalog ver-

¹³⁰ Vgl. beispielsweise Homann, K.: Das Problem der ‘Instrumentalisierung’ der Moral in der Wirtschaftsethik, in: Kumar, B. N./Osterloh, M./Schreyögg, G. (Hrsg.), Unternehmensethik und die Transformation des Wettbewerbs, Stuttgart 1999, S. 53-70 (1999a), hier S. 65.

¹³¹ Kant (1974a: 59-62).

¹³² Vgl. hierzu auch Thielemann, U.: Diskursethik in der Orientierungskrise. Bemerkungen zum Theorie-Praxis-Verhältnis und zum Sinn der Diskursethik als einer Vernunftethik, in: Ulrich, P./Breuer, M. (Hrsg.), Wirtschaftsethik im philosophischen Diskurs, Würzburg 2004, S. 65-80; Ulrich, P.: Prinzipienkaskaden oder Graswurzelreflexion? – Zum Praxisbezug der Integrativen Wirtschaftsethik, in: Ulrich/Breuer (2004: 127-142).

bindlicher Normen noch ein Verfahren, um diesen Katalog zu bestimmen, sondern sie expliziert kritisch den *moral point of view* als Bedingung der Möglichkeit gültiger Urteile – *unserer* Urteile. Sie spricht *uns* also kritisch an, die wir ja selbst immer schon in Argumentationsprozessen stehen, auch wenn diese teilweise von Verzerrungen bestimmt sind.¹³³

Die Diskursethik gibt also kein Messkriterium an die Hand, sondern klärt uns über die (ethische) Vernünftigkeit *unserer Orientierung* auf. Dies so zu formulieren ist wichtig, weil man sonst auf die Idee kommen könnte, dass es darum ginge, bloß für die Implementierung von Veranstaltungen, die ‘Diskurse’ genannt werden, besorgt zu sein (an denen wir selbst gar nicht teilnehmen müssten), und dann anzunehmen, damit sei der Ethik genüge getan. Demgegenüber gilt es festzuhalten, dass wir selbst – jeder Einzelne – dazu aufgefordert sind, an Diskursen teilzunehmen, und d.h. unter Vermeidung konkretistischer Missverständnisse: uns im Denken und Argumentieren am kategorischen Imperativ zu orientieren. Ohne eine solche kritische Orientierung wüssten wir ja auch nicht, ob es sich tatsächlich um einen Diskurs handelt und nicht doch ein anderer Zwang als allein der “eigentümlich zwanglose Zwang des besseren Arguments” (Habermas) herrscht.

Eine weitere Fehlinterpretation, die einem konkretistischen Missverständnis entspricht, besteht in der Behauptung, die Diskursethik arbeite “mit (zu) starken Idealisierungen” und stelle mit ihrem (angeblichen) Anspruch einer “vorwiegend diskursgestützten Koordination” der Gesellschaft allzu “rigorose ... Forderungen”.¹³⁴ Demgegenüber ist festzuhalten, dass die Diskursethik nicht etwa fordert, überall ‘Diskurse’ oder ‘Dialoge’ zu institutionalisieren. Doch ist der Diskurs die *Bedingung der Möglichkeit* gültiger Urteile, auch ethisch gültiger Urteile. Ob es sich bei den der Diskursethik zugeschriebenen Postulaten also beispielsweise um “zu starke Idealisierungen” oder um “rigorose”, also irgendwie ethisch verfehlte Forderungen handelt, *kann selbst nicht anders denn diskursiv geklärt werden, also unter Abwägung von Argumenten, die jeden überzeugen können müssten*. Hier gibt es einfach keine andere Möglichkeit, jedenfalls nicht “innerhalb der Grenzen bloßer Vernunft”.¹³⁵ Ob der Diskurs nun im stillen Selbstgespräch (Denken als ‘inneres Reden’) oder tatsächlich stattfindet, macht keinen *kategorialen* Unterschied aus. Entscheidend ist stets die diskursive

¹³³ Vgl. zu einer Systematik von Kommunikationsverzerrungen, die kritisch von der “idealen Sprechsituation” abzugrenzen sind, Habermas (1984: 174 ff.). Man denke bei Kommunikationsverzerrungen vor allem an Repressionen, Ungleichbehandlungen, überhaupt den strategischen Einsatz von Machtmitteln aller Art.

¹³⁴ Osterloh, M.: Vom Nirwana-Ansatz zum überlappenden Konsens: Konzepte der Unternehmensethik im Vergleich, in: Nutzinger, H. G. (Hrsg.), Wirtschaftsethische Perspektiven III, Berlin 1996, S. 203-229, hier S. 214; sowie Osterloh, M./Tiemann, R.: Konzepte der Wirtschafts- und Unternehmensethik. Das Beispiel der Brent Spar, in: Die Unternehmung, 1995, S. 321-338, hier S. 332.

¹³⁵ In Anlehnung an Kant, I.: Die Religion innerhalb der Grenzen der bloßen Vernunft (1793), in: Werkausgabe Bd. VIII, Frankfurt 1977, S. 647-658 (1977c).

Orientierung eines jeden; nur dann besteht die Chance ethisch *vernünftigen* Urteilens und Handelns.

2.5.4 Der Unterschied zwischen Legitimität und Akzeptanz

Das wohl häufigste und gravierendste Missverständnis über die Diskursethik besteht in der Annahme, sie stelle eine “Konsensethik”¹³⁶ in dem Sinne dar, dass der Diskurs bzw. – hier bezogen auf die Unternehmung – “die Unternehmenskommunikation” als “strategischer Erfolgsfaktor” begriffen werden kann im Hinblick auf “die Sicherung der Legitimitätsgrundlagen für unternehmensstrategisches Handeln gegenüber verschiedenen gesellschaftlichen Bezugsgruppen ...”¹³⁷ Denn “Konsens” sei ein “Produktionsfaktor”.¹³⁸ Damit wird jedoch der entscheidende Unterschied zwischen *Akzeptanz* und *Legitimität*, zwischen faktischer sozialer *Geltung* und ethisch-normativer *Gültigkeit* eingeebnet.

Wie kann es zu dieser Konfusion kommen? Sie lässt sich verstehen als Folge einer fehlenden Unterscheidung von “faktischem” von “vernünftigem Konsens”.¹³⁹ Denn der Schein kann trügen; die vorherrschende Mehrheitsmeinung kann in Vorurteilen oder Irritationen befangen sein. Wenn alle glauben oder eine Mehrheit glaubt, etwas sei richtig, dann muss es deswegen noch nicht richtig sein. Nicht die Faktizität übereinstimmender Meinungen (Akzeptanz), sondern allein die ethisch-argumentative Qualität des *Prozesses* der Erkenntnisgewinnung und Meinungsbildung kann als Gültigkeits- bzw. Legitimitätskriterium fungieren. Kritik an der herrschenden Meinung oder am ‘common sense’ muss möglich sein; in dieser argumentativen Kritik besteht ja gerade der *praktische* Sinn des Diskurses. Insofern ließe sich sagen, dass es die Aufgabe des Diskurses ist, einen eventuell bestehenden *Scheinkonsens* (Akzeptanz) als solchen aufzudecken und so zu einem vernünftigen Konsens (Legitimität) zu gelangen. Ebenfalls sollte klar sein, dass ein “Konsens” im strikten Sinne faktisch unerreichbar ist – eine Menschheitsvollversammlung ist eine absurde Vorstellung, die von der Diskursethik sicher nicht postuliert wird.

Um die entscheidende Differenz zwischen vernünftigem und bloß faktischem Konsens genauer zu treffen, hat Jürgen Habermas den Begriff der “idealen Sprechsituation” eingeführt. Diese ist dadurch gekennzeichnet, dass in ihr allein der “eigentümlich zwanglose Zwang des besseren Arguments” herrscht und je-

¹³⁶ Vgl. Homann, K.: Die Legitimation von Institutionen, in: Korff, W., u.a. (Hrsg.), Handbuch der Wirtschaftsethik, Bd. 2, Gütersloh 1999 (1999b), S. 50-95, hier S. 58 ff.

¹³⁷ Steinmann, H./Zerfass, A.: Management der integrierten Unternehmenskommunikation, in: Ahrens, R./Scherer, H./Zerfass, A. (Hrsg.), Integriertes Kommunikationsmanagement, Frankfurt a.M. 1995, S. 11-50, hier S. 13. Nach Ansicht von Michael Behnam (Strategische Unternehmensplanung und ethische Reflexion, Frankfurt a.M. 1997, S. 226) besteht das “Ziel des Dialogs” darin “herauszufinden, ob sich bei den relevanten Interessengruppen eine Akzeptanz der Maßnahmen erzielen lässt.”

¹³⁸ Röglin, H.-Ch./Grebmer, K. von: Pharma-Industrie und Öffentlichkeit, Basel 1988, S. 9 ff.

¹³⁹ Habermas (1981a: 386 f.); ders. (1984: 117 f., 160); Apel (1973: 426); ders. (1987: 145, 200 f.).

der die gleichen Chancen hat, seine Argumente in die Diskussion einzubringen.¹⁴⁰ Karl-Otto Apel hat mit der gleichen Intention den Begriff der „idealen Kommunikationsgemeinschaft“ eingeführt, in der *alle* Beteiligten und Betroffenen ihre Argumente zur Geltung bringen können.¹⁴¹

Allerdings ist die „ideale Sprechsituation“ bzw. die „ideale Kommunikationsgemeinschaft“ kein äußerlich herstellbarer, empirischer Zustand, so dass der unter ‚idealen‘ Bedingungen erzielte Konsens als *Ethiktest* fungieren könnte. Vielmehr handelt es sich um eine *regulative Idee*, an der *wir* uns in unserem Denken und Handeln *orientieren* sollen und müssen, wenn wir in legitimer (ethisch richtiger) Weise handeln wollen.¹⁴² So, und nur so, lässt sich auch das Verhältnis zwischen Konsens und Legitimität (oder überhaupt Gültigkeit) bestimmen: Nicht nach der empirischen “Konsensfähigkeit” unserer Argumente müssen wir fragen, sondern nach ihrer rationalen “Konsenswürdigkeit”.¹⁴³ *Verdient* eine als legitim deklarierte, möglicherweise allgemein akzeptierte Handlungsweise dieses Prädikat? – Diese kritische Frage müssen wir selbst stellen (und bewegen uns damit natürlich unvermeidlich innerhalb eines Diskurses); wir können sie nicht an äußerliche “Bedingungen” delegieren, auch wenn wir diese “ideale Sprechsituation” oder “ideale Kommunikationsgemeinschaft” nennen. Entscheidend ist und bleibt unsere *Einstellung*. Diese Einstellung lässt sich als *Verständigungsorientierung* bzw. als *Argumentationsintegrität* bezeichnen. Es geht der Diskursethik letztlich darum, diese Orientierung als Einstellung der (ethischen) Vernunft klarer ins Bewusstsein zu rücken und Verfehlungen des damit gegebenen *Moralprinzips* erkenn- und benennbar zu machen. Darin liegt ihre kritische Funktion.

2.5.5 Diskursethik als Institutionenethik

Auch wenn das tatsächliche Führen praktischer Diskurse grundsätzlich der ideale Weg ist, um ethische Fragen begründet zu klären, so ist dies in der sozialen Welt nicht immer möglich bzw. sinnvoll (was logischerweise wiederum in einem allerdings ‘inneren’ oder stellvertretenden Diskurs geklärt werden muss). Das kann sein

¹⁴⁰ Habermas (1984: 119 f.). Vgl. in jüngerer Zeit Habermas, J.: Wahrheit und Rechtfertigung, Frankfurt a.M. 1999, S. 286 ff.; ders. (1984: 160); Apel (1987: 151 ff.). Vgl. zum Folgenden auch Thielemann, U.: Das Prinzip Markt. Kritik der ökonomischen Tauschlogik, Bern/Stuttgart/Wien 1996, S. 238 ff.

¹⁴¹ Vgl. Apel (1987: insbesondere S. 141 f., 143 ff.).

¹⁴² Vgl. Apel (1987: 143 f.); ders. (1988: 130 f.). Der Begriff der regulativen Idee geht auf Kant zurück. Vgl. auch Thielemann, U.: Das Prinzip Markt. Kritik der ökonomischen Tauschlogik, Bern/Stuttgart/Wien 1996, S. 238 ff.

¹⁴³ Diesen Begriff hat der Diskursethiker Dietrich Böhler geprägt. Vgl. Böhler, D.: Über Diskursethik und (Markt-)Wirtschaftstheorie, in: Brune, J. P./Böhler, D./Steden, W., Moral und Sachzwang in der Marktwirtschaft, Münster 1995, S. 125-143, hier S. 129, 140.

- aus prinzipiellen Gründen (z.B. gegenüber noch Ungeborenen oder Unmündigen, die jedoch die langzeitlichen Folgen heutigen Handelns zu tragen haben),
- wegen pragmatischer Schwierigkeiten (z.B. fehlende Abgrenzbarkeit der potentiell Betroffenen; zu große Zahl; räumliche, zeitliche, technische oder finanzielle Hindernisse)
- oder aus dem motivationalen Grund der fehlenden Verständigungsorientierung anderer Akteure; in diesem Fall darf ein Verantwortungsträger nicht naiv mit dem guten Willen anderer, möglicherweise einflussreicher Akteure rechnen, wenn die praktischen Folgen der voraussehbaren Enttäuschung dieser Erwartung ethisch höchst problematisch wären.¹⁴⁴

Wie ist mit solchen Situationen praktisch umzugehen? Hier stellt sich eine spezifisch *verantwortungsethische* Aufgabe. Mit dem Begriff der Verantwortung wird in der Ethik in der Regel auf Situationen abgestellt, in denen ein Gefälle zwischen Individuen besteht und man sich nicht voll gleichberechtigt, sozusagen auf Augenhöhe, gegenüber treten kann. Die Bedingungen der Verständigungsgegenseitigkeit sind hier nicht oder nur begrenzt erfüllt. Man denke an die Verantwortung der Eltern für ihre (noch unmündigen) Kinder. Ethische Verantwortung im Handeln wahrzunehmen ist definitionsgemäß etwas anderes, als, sozusagen auf Augenhöhe, an einem Diskurs mit anderen teilzunehmen. Verantwortung heißt hier Verantwortung *für andere*. Verantwortung heißt aber auch: Verantwortung *vor anderen*. In dem Begriff steckt also durchaus ein kommunikativ-ethischer Kern, eben das Red' und Antwort stehen vor anderen, insbesondere vor den Betroffenen der Folgen des eigenen Handelns. Dies weist darauf hin, dass auch die 'einsame' Reflexion in verantwortungsethischer Absicht in die Diskursethik eingebunden ist, denn diese, nicht die Verantwortungsethik, benennt den *moral point of view*. Folgende *drei Stufen eines diskursethisch verstandenen verantwortungsethischen Konzepts* lassen sich formulieren:

- (a) Wo die Voraussetzungen der Verständigungsgegenseitigkeit, also der beidseitigen Argumentationsintegrität, einigermaßen erfüllt sind, handelt derjenige verantwortlich, der den Legitimationsdiskurs mit den Betroffenen real zu führen sich bemüht.
- (b) Wo die Voraussetzungen der Verständigungsgegenseitigkeit aus prinzipiellen Gründen nicht erfüllbar sind, handelt verantwortlich, wer stellvertretend einen fiktiven Diskurs mit den Betroffenen in 'einsamer' Reflexion bestmöglich vollzieht, um deren legitime 'Ansprüche' gegen seine eigenen Interessen abzuwägen.
- (c) Wo die Voraussetzungen der Verständigungsgegenseitigkeit lediglich aus pragmatischen Gründen vorläufig nicht erfüllt sind, handelt verantwortlich, wer zunächst stellvertretend in Gedanken die einseitige Verantwortung über-

¹⁴⁴ Man denke hier wieder an das Beispiel der *Lüge* gegenüber einem Mörder.

nimmt, zugleich aber sein Handeln an der regulativen Idee der längerfristig bestmöglichen Verwirklichung entschränkter Kommunikationsverhältnisse orientiert und dementsprechend politische Mitverantwortung übernimmt.

Die dritte Stufe der diskursethisch ausgerichteten Verantwortungsethik verweist auf die Notwendigkeit einer *politischen Ethik*. Die politische Ethik hat die vorherrschenden *Regeln und Institutionen* der Gesellschaft zum Gegenstand, wobei unter einer *Institution* hier allgemein ein gesellschaftliches Gefüge verstanden wird, das Kommunikationschancen und -rechte eröffnet oder schließt.¹⁴⁵ *Argumentationsintegrität* heißt daher auch, Mitverantwortung zu übernehmen für die *kommunikative Rationalisierung* der Gesellschaft, d.h. für die Ausdehnung zwangloser Verständigungsmöglichkeiten zwischen mündigen Personen.¹⁴⁶ Dabei geht es zwar primär um die *Öffnung* gesellschaftlicher Verständigungsverhältnisse, gelegentlich jedoch auch um deren institutionelle (d.h. vor allem rechtsstaatliche) *Schließung*, d.h. den Ausschluss bestimmter Handlungsoptionen. Um zu klären, wann eine solche Schließung *legitim*, also ethisch gut begründet ist, muss offenbar ein höherstufiger Ort der gesellschaftlichen Kommunikation angenommen werden. Dieser Ort ist die unbegrenzte kritische *Öffentlichkeit*. Diese ist wiederum prozedural zu verstehen und nicht etwa mit der jeweils vorherrschenden öffentlichen Meinung oder der Mehrheitsmeinung zu verwechseln. Kritik kann und soll geäußert werden, darin besteht das prozedurale Moment der diskursethisch verstandenen Idee der Öffentlichkeit. Diese Idee einer "für alle Teilnehmer, Themen und Beiträge porösen Öffentlichkeit" verkörpert mit ihren prinzipiell "öffentlichen Diskursen"¹⁴⁷ die nicht hintergehbare gedankliche Instanz (Meta-Institution) bzw. den *ideellen Ort der Moral* in einer modernen, offenen (Welt-) Gesellschaft.

Als *Fazit* bleibt vorerst festzuhalten: Die Diskursethik bietet die bisher elaborienteste Explikation des vernunftethischen Standpunkts der normativen Logik der Zwischenmenschlichkeit. Sie entfaltet diese Logik konsequent als universale argumentative *Reziprozität* zwischen sich wechselseitig als *mündig* anerkennenden Personen und gewinnt damit gegenüber früheren Explikationsformen des Moralprinzips nicht nur eine überlegene reflexive Begründungskraft, sondern auch eine weit reichende kritisch-normative Orientierungskraft auf der Ebene personaler Verantwortungsethik ebenso wie auf der Ebene der Institutionenethik bzw. der Meta-Institution der unbegrenzten kritischen Öffentlichkeit als dem

¹⁴⁵ Wirtschaftsethisch relevant ist hier vor allem die Rahmenordnung der Wirtschaft, der wir uns in Abschnitt 7 zuwenden werden. Dem unternehmensethischen Pendant dieses Zusammenhangs zwischen Öffnung und Schließung von Optionen wenden wir uns in Abschnitt 8.4 zu.

¹⁴⁶ Kommunikative Rationalisierung bedeutet: „Tilgung jener Gewaltverhältnisse, die in die Kommunikationsstrukturen unauffällig eingelassen sind, und die die bewusste Konfliktaustragung und eine konsensuelle Konfliktregelung durch intrapsychische ebenso wie durch interpersonelle Sperren der Kommunikation verhindern.“ Habermas, J.: Zur Rekonstruktion des Historischen Materialismus, Frankfurt 1976, S. 34. Vgl. zum Konzept der kommunikativen Rationalisierung auch Habermas (1981a/b).

¹⁴⁷ Habermas (1991: 21, 159).

‘letzten’ Ort der Moral in einer freiheitlich-demokratischen Gesellschaft mündiger Bürger.

2.6 Multiple-Choice Fragen zu Kapitel 2

A) Die Goldene Regel ist nicht geeignet, den *moral point of view* zu explizieren,

1	weil sie die ethische Logik der Zwischenmenschlichkeit von vornherein verfehlt
2	weil ihr ein nur unvollständiger Austausch der Perspektiven entspricht
3	weil sie dem Pluralismus der Lebensformen nicht gerecht wird

B) Das utilitaristische Prinzip besteht

1	im "größten Glück der größten Zahl"
2	in der Maximierung des Weltnutzens
3	in der Maximierung des Wohls jedes Einzelnen

C) In der ökonomischen Theorie zeigt sich utilitaristisches Denken

1	in der Trennung von 'Allokation' und 'Distribution'
2	in der Forderung der Steigerung 'der Effizienz', ohne zu sagen, für wen
3	wenn davon die Rede ist, dass die Verluste des Einen durch die Gewinne des Anderen 'mehr als ausgeglichen' werden

D) Autonomie im Sinne Kants

1	ist letztlich identisch mit Willkürfreiheit
2	ist letztlich identisch mit dem guten Willen
3	ist der von äußeren, aber nicht von inneren Zwängen befreite Wille

E) Der kategorische Imperativ

1	erlaubt uns jederzeit zugleich ein bloß “pflichtmäßiges” Handeln
2	expliziert, was es heißt, “aus Pflicht” zu handeln
3	macht die Unterscheidung von Handeln “aus Pflicht” und “pflichtmäßigem” Handeln überflüssig

F) Welche ethische Position wird durch die Aussage repräsentiert: ‘Für oder auch gegen die Ethik kann man nicht argumentieren, sondern nur entscheiden.’

1	Utilitarismus
2	Dezisionismus
3	Diskursethik

G) Welche Beziehung besteht zwischen dem kategorischen Imperativ und der Diskursethik?

1	Die Diskursethik vermag den kategorischen Imperativ zu begründen
2	Die Diskursethik weist den kategorischen Imperativ als ethisch verfehlt zurück
3	Die Diskursethik vermag genauer zu explizieren, was es heißt, andere “als Mittel” oder “als Zweck” zu behandeln

H) Strategisches Handeln

1	ist erfolgsorientiertes Handeln im sozialen Raum
2	lässt sich auch als Einflussnahme bezeichnen
3	ist verständigungsorientiertes Handeln im sozialen Raum

I) Warum ist die Diskursethik eine Vernunftethik?

1	Weil man nur im Diskurs herausfinden kann, welche Interessen sich langfristig durchhalten lassen
2	Weil sie zeigt, dass Ethik ihren Sitz in der (argumentativen) Vernunft hat
3	Weil sich nur diskursiv klären lässt, ob normative Geltungsansprüche berechtigterweise erhoben werden

J) Legitimität lässt sich von Akzeptanz unterscheiden,

1	indem wir nach der Konsenswürdigkeit von Argumenten fragen
2	indem wir nach der Konsensfähigkeit von Argumenten fragen
3	indem wir für die Verwirklichung der "idealen Kommunikationsgemeinschaft" Sorge tragen

Teil II. Grundkonzepte der Wirtschafts- und Unternehmensethik

Im vorangegangenen Teil I sind wir der Frage ‘Was ist Ethik?’ nachgegangen und haben dabei gesehen, dass moderne Ethik nicht anders denn als *Vernunftethik* begriffen werden kann. Dementsprechend lautet die zunächst etwas schematische (aber richtige!) Antwort auf die in diesem Teil interessierende Frage ‘Was ist Wirtschaftsethik?’: Wirtschaftsethik ist grundsätzlich als eine *Vernunftethik des Wirtschaftens* zu entfalten. Diese lässt sich auch als *integrative Wirtschaftsethik* bezeichnen. Was ist darunter genau zu verstehen?

Am besten erschließt sich das in Abgrenzung zu zwei alternativ möglichen Ansätzen und Denkschulen der Wirtschaftsethik: der Wirtschaftsethik als *angewandter Ethik* einerseits (Abschnitt 3), als *normativer Ökonomik* andererseits (4). Mit diesen Ansätzen wollen wir uns im Folgenden eingehend beschäftigen, um in Abgrenzung dazu den *integrativen Ansatz* zu entwickeln (5), der in Teil III schließlich entfaltet wird. Bei der kritischen Abgrenzung zu anderen Denkschulen handelt es sich nicht etwa um eine akademische Fingerübung. Denn schließlich geht es bei der Wirtschaftsethik grundlegend und vorrangig darum, sich *im wirtschaftsethischen Denken zu orientieren*, und d.h. natürlich: sich möglichst *vernünftig* zu orientieren. Im Folgenden geht es also vorrangig um grundlegende Fragen der Verhältnisbestimmung zwischen ‘der Wirtschaft’ bzw. ‘dem Wirtschaften’ einerseits (es ließe sich auch von der ‘ökonomischen Rationalität’ oder der ‘ökonomischen Sachlogik’ sprechen) und der ethischen Vernunft andererseits – und weniger um Vorschläge, *wie* ‘Ethik’ in die Wirtschaft zu bringen bzw. dort ‘anzuwenden’ ist. Schließlich ist es nicht leicht zu beurteilen, was das ethisch Vernünftige im Allgemeinen oder in einer spezifischen Situation ist. Es bedarf also vorrangig der *Urteilkraft* aller Beteiligten. Und wenn man sich nur auf eine ‘How-to-do-it-Ethik’ konzentrierte, dann verlöre man leicht einmal aus dem Auge, ob man denn die Wirtschaft tatsächlich nach Maßstäben ethischer Vernunft gestaltet – oder nur *scheinbar*. Hier lauert also eine gewisse *Ideologiegefahr*. Denn man muss sich, um es salopp zu formulieren, klarmachen: *Nicht überall da, wo ‘Ethik’ draufsteht, ist auch wirklich Ethik drin.*

Der (integrativen) Wirtschaftsethik geht es letztlich durchaus darum, etwas ‘besser’ zu machen, d.h. die Wirtschaft und das Wirtschaften nach Maßstäben ethischer Vernunft zu gestalten. Doch zunächst müssen wir dazu sowohl unsere eigene, zumeist uns ja nicht klar bewusste, Position als auch diejenige anderer besser verstehen. Nur so gewinnen wir die Urteilkraft, um tatsächliche ethische Verbesserungen (d.h. besser begründete Vorschläge) von bloß vermeintlichen ethischen Verbesserungen zu unterscheiden.

3. Wirtschaftsethik als angewandte Ethik?

3.1 Ziele und Zweck

Mit den letzten Hinweisen zu einer ‘How-to-do-it-Ethik’ haben wir im Grunde bereits ansatzweise auf das Konzept von Wirtschaftsethik als ‘angewandter Ethik’ Bezug genommen. Es handelt sich dabei um das wohl populärste wirtschaftsethische Denkmuster. Schließlich mag es zunächst naheliegend erscheinen, anzunehmen, bei der Wirtschaftsethik ginge es darum, wie ‘die Ethik’ auf die Wirtschaft ‘anzuwenden’ sei. Hierbei stellt man sich die folgende Arbeitsteilung vor: Was das ethisch Richtige sei, wird von den Philosophen bzw. den ‘Ethikern’ geklärt, oder dies wird sogar als mehr oder minder selbstverständlich und keiner weiteren Klärung bedürftig angenommen. Die Wirtschaftsethik sagt uns dann, wie ‘die Ethik’ auf die Wirtschaft ‘anzuwenden’ sei – und ob sie überhaupt auf die Wirtschaft oder in der Wirtschaft ‘anwendbar’ ist.

Dieses Verständnis finden wir beispielsweise in der folgenden Definition von Wirtschafts- und Unternehmensethik:

“Wirtschaftsethik (bzw. Unternehmensethik) befasst sich mit der Frage, welche moralischen Normen und Ideale unter den Bedingungen der modernen Wirtschaft ... (von den Unternehmen) zur Geltung gebracht werden können.”¹

Auf den ersten Blick mag dieses Verständnis plausibel erscheinen. Bei näherem Hinsehen erweist es sich jedoch als unzureichend. Es bleibt nämlich der symptomatischen Vorstellung verhaftet, ‘die Wirtschaft’ sei ein von Ethik noch unberührter Bereich, in den es überhaupt erst Moral *hineinzubringen* gelte, und zwar als einen Zusatz, der der als ‘wertfrei’ begriffenen ökonomischen Sachlogik äußerlich bleibt.

Systematisch unberücksichtigt bleibt dabei, dass die (markt-) wirtschaftliche Sachlogik bzw. die “Bedingungen der modernen Wirtschaft” (Homann) implizit oder explizit selbst immer schon einem normativen Geltungsanspruch unterstehen. Wir können nicht in einer irgendwie ‘neutralen’ Weise über die Wirtschaft reden. Insbesondere wenn wir dem Wirtschaften eine spezifisch *ökonomische Rationalität* unterstellen – etwa in Effizienzbehauptungen – erheben wir damit unweigerlich einen *normativen* (ethischen) Geltungsanspruch. Jedes Konzept von Rationalität hat ja eine normative Bedeutung, besagt es doch, wie vernünftigerweise gehandelt werden *soll*. Der Platz, den die Wirtschaftsethik als ‘angewandte’ Ethik füllen möchte, ist also gleichsam schon besetzt, allerdings ohne

¹ Homann, K./Blome-Drees, F.: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen 1992, S. 14. Die Position Karl Homanns ist letztlich allerdings nicht der angewandten Ethik, sondern der angewandten Ökonomik zuzurechnen. Wir kommen hierauf in Abschnitt 4.2 zurück.

dass er in diesem Konzept explizit ethisch thematisiert und problematisiert werden könnte. Es stehen sich so zwei konkurrierende normative Logiken gegenüber ('Ethik' vs. 'ökonomische Rationalität'), deren Verhältnis innerhalb des 'angewandten' Ansatzes als nicht klärungsbedürftig angenommen wird.

Angewandte Ethik ist auch außerhalb der Wirtschaftsethik sehr populär. Ethik, die nicht als 'praxisfern' gelten möchte, gibt sich heute als 'angewandte Ethik' zu verstehen. Die entsprechende 'Ethik-Nachfrage' ist unter anderem wohl darauf zurückzuführen, dass in der modernen, technisch durchdrungenen Welt immer neue, komplexe und unübersichtliche Problemlagen nach wissenschaftlich begründeten *praktischen* Handlungsorientierungen verlangen. Doch haben sich die betreffenden akademischen Fachdisziplinen unter dem Einfluss des positivistischen² und szientistischen³ Wissenschaftsverständnisses auf die (angeblich) 'wertfreie' Theoriebildung und ein (sozial-) *technologisches* Verständnis des Theorie/Praxis-Verhältnisses zurückgezogen. Sie fühlen sich für ethisch-normative Fragen nicht mehr zuständig.

In dieser Situation systematischer Ratlosigkeit der 'modernen' Normalwissenschaft hinsichtlich der ethisch-praktischen und gesellschaftspolitischen Herausforderungen der Zeit bilden sich zunehmend bereichsspezifische 'Bindestrich-Ethiken' heraus, die sich im Selbstverständnis 'angewandter Ethik' um die von den 'wertfreien' Fachdisziplinen hinterlassenen Lücken bezüglich der *ethischen* Dimension praktischer Probleme kümmern (z.B. Medizin-Ethik, Wissenschafts- und Technik-Ethik, Umwelt-Ethik, usw.). Diese Bindestrich-Ethiken sind von daher zunächst als praxisorientiertes *Kompensationsphänomen* zu verstehen. Wohlverstandenerweise ginge es vielmehr darum, die betreffenden Disziplinen selbst auf eine ethisch reflektierte Grundlage zu stellen – um ethische *Grundlagenreflexion*.

So verhält es sich grundsätzlich auch im Fall der Wirtschaftsethik, wobei hier erschwerend hinzukommt, dass die Wirtschaft nicht nur ein gesellschaftlicher *Bereich* ist, sondern das Wirtschaften auch eine spezifische *Rationalität* für sich beansprucht. Einerseits haben sich die *Mainstream Economics* neoklassischer Prägung längst von der klassischen Tradition *Politischer Ökonomie* verabschiedet und sich von ihrer Mutterdisziplin, der praktischen Philosophie, nach ihrem

² *Positivismus* ist eine wissenschaftstheoretische Position, derzufolge nur Tatsachenfeststellungen – das 'Positive', das Objektive und sinnlich Erfahrbare, das Mess- und Beobachtbare – Gegenstand wissenschaftlicher Forschung und damit rationaler Erörterung sein können. Werturteile sind somit aus positivistischer Sicht rationaler Argumentation und Kritik nicht zugänglich. Damit ist aus positivistischer Sicht zugleich gesagt, dass eine 'wertfreie' wissenschaftliche Forschung und Argumentation möglich sei.

³ *Szientismus* bedeutet die Verallgemeinerung des naturwissenschaftlichen Modells nomologischer, d.h. an der Formulierung allgemeingültiger, technologisch anwendbarer empirischer Gesetzmäßigkeiten interessierter Realtheorie (*Science* im engeren angelsächsischen Sinn) zum einzigen, universalen Wissenschaftskonzept schlechthin und dessen Übertragung in den Bereich der Geistes- und Sozialwissenschaften. Zu den wissenschaftsgeschichtlichen und erkenntnistheoretischen Hintergründen der szientistischen Halbierung des Praxisbezugs 'moderner' Wissenschaft vgl. Ulrich (1993: 145 ff., 269 ff.).

Selbstverständnis als nunmehr ‘autonome Ökonomik’ restlos emanzipiert.⁴ Andererseits stellen sich immer mehr Menschen grundlegende Fragen in Bezug auf den *Sinn* und die *Legitimität* der entfesselten, zunehmend ‘eigensinnig’ wirkenden Dynamik des sich globalisierenden Wirtschaftssystems angesichts der unübersehbaren, buchstäblich fragwürdigen Nebenwirkungen – in der Ökonomik bezeichnenderweise ‘externe Effekte’ genannt – auf die natürliche Umwelt, die soziale Lebenswelt und auch auf unsere kulturelle Innenwelt. Shareholder-Value, Globalisierung, anhaltende ökologische Zerstörung, wachsendes Gefälle zwischen Arm und Reich mögen hier als Stichworte genügen. Der zeittypische ‘Ruf’ nach Wirtschaftsethik spiegelt offenbar die zunehmende Erfahrbarkeit sehr realer ethisch-praktischer Probleme. Eine nicht bloß symptomhafte, sondern *ursachengerechte* Herangehensweise und Bewältigung dieser hier nur angedeuteten Probleme ist allerdings mit der gegenwärtigen ‘Arbeitsteilung’ zwischen einer sich nicht zuständig fühlenden, vermeintlich ‘wertfreien’ Ökonomik einerseits und einer auf die Wirtschaft ‘angewandten’ Ethik andererseits nicht zu erwarten.

Was stimmt nicht mit dem Ansatz von Wirtschaftsethik als ‘angewandter’ Ethik? Fragen wir hierzu zunächst, ob Ethik, verstanden als Diskursethik, überhaupt als ‘angewandte Ethik’ zur Praxis kommt. Wird die Diskursethik über ihren (vermeintlichen) ‘Anwendungsbezug’ praktisch? (3.2) Sodann sind die systematischen Konsequenzen des Konzepts einer ‘Anwendung der Ethik unter den Bedingungen der modernen Wirtschaft’ herauszuarbeiten. Dieses Konzept kommt nämlich zu dem Ergebnis, dass ‘die Ethik’ angesichts der *Sachzwänge* des Wirtschaftens teilweise nicht ‘anwendbar’ ist (‘Unmöglichkeitstheorem’). Was von dieser Sichtweise zu halten ist, wird in Abschnitt 3.3 herausgearbeitet. Schließlich gibt die Kritik am Anwendungskonzept von Wirtschaftsethik Anlass, genauer danach zu fragen, was diese Konzeption systematisch unberücksichtigt lässt, nämlich die “Bedingungen der modernen (Markt-)Wirtschaft” (Karl Homann) selbst, ‘unter denen’ sich nach dem Anwendungsmodell die Ethik zu vollziehen habe. Diesen ‘Bedingungen’ wird unter Vermeidung möglichst aller *Reflexionsstopps* in Abschnitt 3.4 auf den normativen Grund gegangen.

3.2 Diskursethik als angewandte Ethik?

Der Diskurs ist keine Methode, mit der man vorher definierte Probleme ‘am besten’ löst, sondern die Art und Weise, wie man Probleme überhaupt erst in gültiger, d.h. ethisch vernünftiger Weise definieren kann. Diese Pointe wohlverständer Diskursethik, so wie wir sie in Abschnitt 2.5 herausgearbeitet haben, lässt

⁴ Vgl. Albert, H.: *Ökonomische Theorie als politische Ideologie*, 3. Aufl., Tübingen 2009, S. 16 und 22 (1. Aufl. 1954). Albert prägte oder verwendete den Begriff in kritischer Absicht: Er sprach damals ausdrücklich von der “angeblich autonomen Ökonomik” (S. 3). Die Hauptetappen dieses *Purifizierungsprozesses*, der ‘Reinigung’ der modernen Ökonomik von allen ‘störenden’ normativen Restmomenten, ist in Ulrich (1993: 173 ff.) nachgezeichnet.

sich auch so zusammenfassen, dass sich ethische Vernunft nicht im Modus der ‘Anwendung’, sondern allein im Modus der *Begründung* zur Geltung bringen lässt.

Umso erstaunlicher ist es, dass sogar die Begründer der Diskursethik ganz selbstverständlich davon ausgehen, dass es ein “Anwendungsproblem der Diskursethik”⁵ gebe oder dass “Begründungsdiskurse” von “Anwendungsdiskursen” zu unterscheiden seien.⁶ Demgegenüber wird hier die These vertreten, dass eine Ethik, die sich nicht durchgängig im Modus der Begründung zur Geltung bringt, den *moral point of view* verfehlt oder gar verletzt. Wir müssen hier also *mit* Apel und Habermas *gegen* Apel und Habermas argumentieren. Dazu müssen wir uns klar machen, was ‘Anwendung’ genau bedeutet.

Das Anwendungsmodell von Ethik setzt voraus, dass das ethisch Richtige *vorgängig* bestimmt und begründet ist, und zwar vorgängig zur *Befolgung* einer als ethisch verbindlich ausgewiesenen Norm. Und *nachdem* bereits klar ist, was das ethisch Richtige ist, stellt sich dieser Position zufolge ein *zusätzliches, anders gelagertes* Problem: das Problem der so genannten ‘Anwendung’ (‘Implementation’, ‘Realisierung’, ‘Durchsetzung’) des bereits als gültig Begründeten.

Das ethische Defizit dieser Sicht wird deutlich, wenn man sich klarmacht, dass sich hinter den ‘Anwendungsbedingungen’, die die angewandte Ethik voraussetzen muss, in den meisten Fällen (außer wenn es sich um rein technische Probleme handelt) menschliche Individuen und ihre Handlungen verbergen. Ihnen wird im Anwendungskonzept von Ethik jedoch nicht in verständigungsorientierter Einstellung gegenübergetreten, denn Anwenden ist offenbar etwas anderes als Begründen. Das Anwenden entspricht letztlich einer *erfolgsorientierten* Einstellung, bei der es auf den Erfolg, die Wirksamkeit oder die Effektivität eines vorgängig festgelegten Ziels ankommt. Anwenden heißt letztlich *Durchsetzen*. Der Diskurs gegenüber den ‘Anwendungsbedingungen’ wird also abgebrochen oder gar nicht erst aufgenommen. Darum entspricht der angewandten Ethik ein *partikularistisches* Ethikkonzept, das stillschweigend diejenigen Akteure aus der Diskursgemeinschaft ausschließt, die sich hinter den ‘Anwendungsbedingungen’ verbergen.

Das damit zusammenhängende Defizit lässt sich in zweierlei Hinsicht spezifizieren:

- Im Anwendungsmodell können erstens die ‘anzuwendenden’ Normen durch den ‘Gegenstand’ der Anwendung – d.h. diejenigen Personen, aus deren Handlungen die ‘Anwendungsbedingungen der Ethik’ letztlich bestehen –

⁵ Vgl. Apel (1988: 110 ff.).

⁶ So eher beiläufig Habermas (1991: 85, 95 f., 137 ff.).

nicht mehr begründet zurückgewiesen werden. Das moralische Subjekt, das vielleicht mit einem Co-Subjekt vorher einen Diskurs geführt haben mag (sozusagen in der ‘Theorie’), und jetzt seine normativen Vorstellungen ‚angewendet‘ bzw. durchgesetzt sehen will, maßt sich also an, gegenüber dem Anwendungs-‘Objekt’ (‘der Praxis’) prinzipiell im Recht zu sein.

- Zweitens können die Handlungsweisen und moralischen Überzeugungen dieses ‘Anwendungsobjekts’ bzw. der die ‘Anwendungsbedingungen’ darstellenden Handlungssubjekte nicht mehr kritisiert werden. Ihre Handlungsweisen können nicht begründet zurückgewiesen, sondern letztlich nur *bekämpft* bzw. durch die Setzung von ‘Anreizen’ zu steuern versucht werden. Zwischen beiden Seiten, dem ‘Anwender der Ethik’ und dem ‘Anwendungsgegenstand’, gilt hier also nicht das Moralprinzip, sondern das *Prinzip von Macht und Gegenmacht*, das Prinzip wechselseitiger Verdinglichung.

Mit dem Konzept der ‘Anwendung der Ethik’ wird streng genommen das genaue Gegenteil einer ethisch vernünftigen Orientierung zur Geltung gebracht und der kategorische Imperativ verfehlt oder sogar verletzt.⁷ Wohlverstandene Ethik bietet nämlich nicht ‘anwendbares’ *Verfügungswissen* (How to do it?), sondern kritisch-normatives *Orientierungswissen* (What to do?). Sie ist keine *Sozialtechnik* – auch nicht für ‘gute’ oder vermeintlich gute Zwecke. Die Diskursethik expliziert den *moral point of view*, also eine *Perspektive*, und zwar diejenige der praktischen Vernunft. Diese kann man nicht ‘anwenden’; man kann allenfalls *aus einer Perspektive heraus* bzw. *von einem Standpunkt aus* etwas anwenden. Das ‘Anwenden’ ist im übrigen auch eine Perspektive. (Man kann das ‘Anwenden’ nicht selbst wiederum ‘anwenden’.) Allerdings ist es nicht diejenige Perspektive, die normative Verbindlichkeit für sich beanspruchen kann.

Was ist dann aber davon zu halten, dass Karl-Otto Apel von den „Anwendungsbedingungen der Diskursethik“ spricht? Diese seien ihm zufolge gegenwärtig nicht so ohne weiteres gegeben. Vielmehr leben wir in einer weitgehend von strategischem Handeln durchdrungenen Welt, so dass “jeder von uns tagtäglich genötigt ist ..., in mehr oder weniger krasser Form gegen das Prinzip einer universalistischen Diskursethik zu verstoßen, *um nicht unverantwortlich zu handeln*.”⁸ Darum sei – gleichsam als Gegenstrategie – ein “moralisch-strategisches Ergänzungsprinzip” notwendig, mit Hilfe dessen auf die “Realisierung der Anwendungsbedingungen einer Kommunikationsethik” hinzuwirken ist.⁹

⁷ Dies wird insbesondere bei Karl Homann deutlich, der den Begriff der ‘Anwendung’ konsequent als ‘Durchsetzung’ begreift, um mit dem Anwendungskonzept von ‘Ethik’ (oder auch einer beliebigen anderen ‘Präferenz’) unter der Hand die *Selbstbehauptungsrationalität des homo oeconomicus* zur Geltung zu bringen, d.h. als die für uns verbindliche Orientierung auszuweisen. Wir kommen hierauf in Abschnitt 4.2 c) zurück. Vgl. auch Thielemann, U.: Was spricht gegen angewandte Ethik? Erläutert am Beispiel der Wirtschaftsethik, in: *Ethica*, Nr. 1, 2000, S. 37-68, insbes. S. 45 ff.

⁸ Apel (1988: 464, vgl. auch S. 134), Hvh.d.V.

⁹ Vgl. Apel (1988: 145 ff., 297 ff.).

Das Schlüsselargument gegen diese Auffassung lässt sich mit Apel selbst formulieren: Nur im Diskurs lässt sich herausfinden, was das ethisch Richtige ist.¹⁰ Ob man tatsächlich dazu “genötigt” ist oder nicht, strategisch zu agieren, “*um nicht unverantwortlich zu handeln*”, lässt sich nur im (möglicherweise stillschweigenden oder *stellvertretenden*) Diskurs klären. Es ließe sich auch nur im Diskurs herausfinden, ob die “Anwendungsbedingungen der Diskursethik” realisiert sind oder nicht – womit sich erweist, dass es sich hierbei nicht um eine sinnvolle Kategorie handelt. Natürlich macht es einen Unterschied, ob wir in einer Zeit oder in einer Gesellschaft leben, in der eine Verständigungsorientierung weit verbreitet und selbstverständlich ist, Diskurse allen offen stehen und institutionell fest verankert sind oder nicht. Doch müssen wir dazu nicht zu dem unstimmgigen Konzept der ‘Anwendung der (Diskurs-)Ethik’ Zuflucht nehmen, sondern uns nur vergegenwärtigen, dass es neben einer Individual- auch eine *Institutionenethik* gibt.¹¹

3.3 Ist Ethik unter den ‘Sachzwängen’ des Wettbewerbs überhaupt möglich? Kritik des unternehmensethischen Unmöglichkeitstheorems

Der Anwendungsbegriff hat, wie wir gesehen haben, in der wohlverstandenen Ethik keinen Platz. Diese bringt vielmehr die Perspektive der Begründbarkeit bzw. der *Reversibilität* zur Geltung, die universal und unbedingt gilt (und dabei institutionell zu stützen ist). Dabei ist keine Ausnahme zugelassen (etwa indem man *statt* einer begründungs- und verständigungsorientierten eine anwendungs- bzw. durchsetzungsorientierte Einstellung einnimmt); denn Ausnahmen müssten ja wiederum begründet werden können, also von jedem eingesehen werden können, was nur in verständigungsorientierter Einstellung gelingen kann, die von jedem einzufordern ist.

Die Angewandte Ethik operiert demgegenüber mit ethikfremden Begriffen *und reklamiert für diese stillschweigend dennoch ethische Vernünftigkeit*. Unter der Hand werden also andere Prinzipien als das Moralprinzip *als normativ maßgeblich* vorausgesetzt. Zentral und nahe liegend ist dabei der Begriff der ‘(Nicht-) Anwendbarkeit’ einer ansonsten als legitim oder geboten anerkannten Norm. Dieser lässt sich auch als ‘(Un-) Möglichkeit der Ethik’ übersetzen.

Das Denken in Kategorien der ‘Unmöglichkeit der Ethik’ ist gerade in der wirtschafts- und unternehmensethischen Diskussion weit verbreitet: ‘Unter den Bedingungen’ eines sich stetig intensivierenden *Wettbewerbs* sei es Unternehmen oder Wirtschaftssubjekten im Allgemeinen gar nicht so ohne weiteres ‘möglich’, moralischen Ansprüchen, die ansonsten gut begründet sein mögen, zu genügen.

¹⁰ Vgl. Apel, K.-O.: Institutionsethik oder Diskursethik als Verantwortungsethik?, in: Harpes, J.-P./Kuhlmann, W. (Hrsg.), Zur Relevanz der Diskursethik, Münster 1997, S. 167-208 (1997b), hier S. 200; vgl. auch ders. (1988: 283).

¹¹ Wir kommen hierauf in Teil III zurück.

Dies wird zwar eher selten apodiktisch und generell behauptet, jedoch häufig als Frage formuliert:

“Können Firmen im zunehmenden Konkurrenzdruck noch soziale Verantwortung übernehmen?”¹²

Auch unter Ökonomen ist die Ansicht anzutreffen, dass es “unter Bedingungen moderner Marktwirtschaften mit Wettbewerb”¹³ wenn nicht durchwegs, so doch teilweise ‘unmöglich’ sei, das ethisch Richtige zu tun:

“Besondere moralische Anstrengungen sind dann, wenn diese teuer sind und ein Unternehmen unter hartem Wettbewerbsdruck steht, gar nicht möglich.”¹⁴

Die ‚Unmöglichkeitsthese‘ lautet: Wenn die Unternehmen – oder allgemeiner: die unter Wettbewerbsbedingungen handelnden Subjekte – nicht *alles* daran setzen, ihre *Markt-Performance* zu steigern, dann werden sie von denjenigen, die dies tun, ‘ausgelesen’. Für ethische Überlegungen und Rücksichten bleibe daher kein Platz mehr. Gelegentlich wird die Frage, ob denn die “moralische Urteils- und Handlungskompetenz”, über die die Menschen verfügen, auch “in Wirtschaftsinstitutionen mit ihren systemfunktionalen Zwängen anwendbar ist,”¹⁵ auch unter dem Begriff der “Handlungsspiel-” bzw. “-freiräume” thematisiert:

“Handlungsfreiräume gibt es überall dort, ... wo die Sachzwänge das Handeln nicht vollständig determinieren und zu einem bloßen Re-Agieren zwingen ... Je größer ... der Handlungsfreiraum, desto größer ist auch die ethische Verantwortung des Handlungsträgers ... Wie groß dieser Freiraum in einer konkreten Handlungssituation ist, kann nicht theoretisch zum Vorneherein festgelegt werden, sondern muss empirisch beantwortet werden.”¹⁶

Die folgenden beiden Unterabschnitte sind ganz dieser “Möglichkeitsfrage”¹⁷ gewidmet. Dabei wird sich zeigen, dass es sich von vornherein um eine *falsch gestellte Frage* handelt. Wenn nach der “Möglichkeit einer Unternehmensethik”¹⁸ gefragt wird, wird stillschweigend ein anderes Prinzip als das Moral-

¹² O.V.: Wettbewerb als Gefahr für Sinn und Ethik?, in: Neue Zürcher Zeitung, 28.1.1997, S. 21.

¹³ Vgl. Homann, K.: Ethik und Ökonomik, in: Kappler, E./Scheytt, T. (Hrsg.), Unternehmensführung – Wirtschaftsethik – Gesellschaftliche Evolution, Gütersloh 1995, S. 177-200, hier S. 190.

¹⁴ Kirchgässner, G.: Globalisierung: Herausforderung für das 21. Jahrhundert, in: Aussenwirtschaft, 1998, S. 29-50, hier S. 47.

¹⁵ Retzmann, Th.: Wirtschaftsethik und Wirtschaftspädagogik, Köln 1994, S. 11.

¹⁶ Enderle, G.: Handlungsorientierte Wirtschaftsethik, Bern/Stuttgart/Wien 1993, S. 62. Von “Handlungsspielräumen”, die gegeben seien mögen oder nicht, sprechen Horst Steinmann und Ansgar Zerfass: Privates Unternehmertum und öffentliches Interesse, in: Wagner, G. R. (Hrsg.), Betriebswirtschaftslehre und Umweltschutz, Stuttgart 1993, S. 3-26, hier S. 19 ff.; sowie Löhr, A.: Unternehmensethik und Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart 1991, S. 278 ff; und Osterloh, M.: Unternehmensethik und Unternehmenskultur, in: Steinmann, H./Löhr, A. (Hrsg.), Unternehmensethik, Stuttgart 1989, S. 143-161, hier S. 146 f.

¹⁷ Steinmann, H./Gerhard, B.: Effizienz und Ethik in der Unternehmensführung, in: Homann, K. (Hrsg.), Aktuelle Probleme der Wirtschaftsethik, Berlin 1992, S. 159-182, hier S. 160.

¹⁸ Steinmann, H./Löhr, A.: Unternehmensethik – Ein republikanisches Programm, in: Forum für Philosophie Bad Homburg (Hrsg.), Markt und Moral. Die Diskussion um die Unternehmensethik, Bern/Stuttgart/Wien

prinzip als ‘höherstehend’ angenommen und damit das *Primat der Ethik* verletzt. Doch selbstverständlich handelt es sich hier um ein wirtschaftsethisch sehr relevantes Problem. Allerdings muss es begrifflich anders gefasst werden, um es in ethisch vernünftiger Weise praktisch angehen zu können (b). Doch fragen wir zunächst danach, warum man denn annehmen *könnte*, dass es ‘unter den Bedingungen’ des Wettbewerbs ‘unmöglich’ sei, das ethisch Richtige zu tun. Offenbar ist hierfür der Begriff der *Sachzwänge* zentral. Gibt es Sachzwänge – und wenn ja, wie ist mit ihnen umzugehen (a)?

3.3.1 Der Markt als System: Das Problem der Sachzwänge

Der Markt ist ein eigentümliches, ja ‘eigensinniges’ soziales Gebilde. Einerseits ist es der ‘freie’ Markt, auf dem jeder nach Belieben kaufen und verkaufen kann – seien es Produkte, Dienstleistungen, Kapital, natürliche Ressourcen oder die eigene Arbeitskraft –, *falls* er oder sie denn *kann*, müssen wir hinzufügen. Wer nichts zu bieten hat, d.h. als Anbieter nicht genügend ‘produktiv’ oder als Nachfrager nicht hinreichend zahlungskräftig ist, der kommt auch nicht in den Genuss der Gegenleistung. An seiner Stelle macht der *zahlungskräftigere* Käufer oder der *effizientere* Verkäufer, also der ‘bessere’ Konkurrent, das Geschäft. Der Markt ist ein *Tauschzusammenhang*, ein Ort des Kaufens und Verkaufens, und zugleich ein Wettbewerbsprozess.

Andererseits – und damit zusammenhängend – ist der Marktprozess ein eigentümlicher *Zwangszusammenhang*. Das eigentümlich Zwanghafte besteht dabei nicht nur im mehr oder minder sichtbaren ‘Kampf’ der Marktteilnehmer¹⁹ um Produkte und Marktanteile, sondern im *anonymen* Charakter dieses Prozesses. Diesen hat Max Weber (1864-1920), der Begründer der deutschen Soziologie, in trefflicher und auch für uns heute noch erhellender Weise beschrieben:

“Die heutige kapitalistische Wirtschaftsordnung ist ein ungeheurer Kosmos, in den der einzelne hineingeboren wird und der für ihn, wenigstens als einzelnen, als faktisch unabänderliches Gehäuse, in dem er zu leben hat, gegeben ist. Er zwingt dem einzelnen, soweit er in den Zusammenhang des Marktes verflochten ist, die Normen seines wirtschaftlichen Handelns auf. Der Fabrikant, welcher diesen Normen entgegenhandelt, wird ökonomisch ebenso unfehlbar eliminiert, wie der Arbeiter, der sich ihnen nicht anpassen kann oder will, als Arbeitsloser auf die Strasse gesetzt wird.”²⁰

1994, S. 145-180 (1994a), hier S. 145 ff.

¹⁹ Grundlegend und systematisch betrachtet gehören zu den Marktteilnehmern Käufer und Verkäufer; alternativ lässt sich auch von Konsumenten/Anbietern und Produzenten sprechen. Diese bewegen sich auf Produktmärkten (für Dienstleistungen und Waren) und Faktormärkten. Bezogen auf die Faktormärkte sind Produzenten Anbieter von Produktionsfaktoren – Arbeit, Kapital, Boden bzw. natürliche Ressourcen. Unternehmen lassen sich als relativ dauerhafte Zusammenschlüsse von Faktor Anbietern begreifen. Da es sich hier um eine grundlegende Betrachtung handelt, ist im Text also nicht einfach von Unternehmen die Rede, sondern allgemeiner von Marktteilnehmern.

²⁰ [Weber, M.](#): Die Protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus (1904/1905), in: ders., Gesammelte

Es sind nicht einfach ‘die Konkurrenten’, die diesen Zwang ausüben, sondern ‘der Wettbewerb’ als ein weiter reichender Prozess:

“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.”²¹

Dieser “Marktkampf”, d.h. der Wettbewerbsprozess, spielt sich – im Unterschied zur Konkurrenz innerhalb einer Branche, die für sich betrachtet nicht vollständig anonym ist – auf dem “Gesamtmarkt” ab.²² Dieser wird heute oftmals mit dem Begriff des ‘Strukturwandels’ oder – angesichts der zunehmend weltweiten Verknüpfungen – als ‘Globalisierung’ umschrieben:

“Klar ist: Gegen die Globalisierung zu sein ist so sinnvoll, wie sich über das schlechte Wetter zu beschweren. Der Strukturwandel muss so oder so bewältigt werden.”²³

Wie das Wetter kommen dieser Sicht zufolge Veränderungen über uns, an die wir uns anpassen *müssen*.²⁴ Hier sehen wir die Eigentümlichkeit des Marktprozesses: Einerseits *erscheint* er den Marktteilnehmern als das “einsichtige und einfache System der natürlichen Freiheit” – so die berühmte Formulierung von Adam Smith.²⁵ Andererseits geschieht da offenbar etwas *hinter dem Rücken* der Beteiligten, obwohl der Markt eine allein durch menschliches Handeln geschaffene soziale Ordnung ist.²⁶ Auch hierfür hat Adam Smith eine berühmte Formel geprägt, nämlich diejenige der “unsichtbaren Hand” des Marktes.²⁷ Diese ist nicht Ausdruck der Intentionen der Marktteilnehmer, sondern einer übergeordneten, gleichsam ‘übermenschlichen’, dennoch nicht buchstäblich natürlichen Kraft. Wie ist diese Kraft begrifflich zu fassen?

Fragen wir zunächst: Was sind *Sachzwänge*? Sachzwänge sind ja weder Zwänge der Natur, wie sie sich in den Naturgesetzen niederschlagen, noch personale

Aufsätze zur Religionssoziologie I, 9. Aufl., Tübingen 1988, S. 17-206 (1988b), hier S. 37.

²¹ Weber, M.: *Wirtschaft und Gesellschaft*, 5. rev. Aufl., Tübingen 1972, S. 440.

²² Vgl. Schmidtchen, D.: *Fehlurteile über das Konzept der Wettbewerbsfreiheit*, in: *Ordo*, Stuttgart 1988, S. 111-135.

²³ Piper, N.: *Angstfaktor Weltmarkt*, in: *Die Zeit*, 5. April 1996, S. 17-18, hier S. 18.

²⁴ Der Frage, worin dieser Zwang genau besteht, werden wir uns in Abschnitt 3.4 zuwenden.

²⁵ Smith (1978: 582). Vgl. auch Thielemann, U.: *Freiheit unter den Bedingungen des Marktes. Oder doch gegenüber der Marktlogik? Vom verfehlten Umgang mit Sachzwängen*, in: Schmidinger, H. (Hrsg.), *Der Mensch – ein freies Wesen? Autonomie – Personalität – Verantwortung*, Darmstadt 2005 (2005a), S. 261-287.

²⁶ Hierfür hat Friedrich August von Hayek die Formel “Ergebnisse menschlichen Handelns, aber nicht menschlichen Entwurfs” geprägt. Vgl. den gleichnamigen Beitrag in: *Freiburger Studien*, Tübingen 1969, S. 97-107.

²⁷ Smith (1978: 371). Mit der Frage, ob die Wirkungen der “unsichtbaren Hand” des Marktes ‘wohltätig’ sind oder nicht, werden wir uns in den Abschnitten 3.4 und 4.3 befassen. Hier kommt es nur auf den *Modus* der Wirkungsweise des Markt- und Wettbewerbsprozesses an.

Zwänge, die von identifizierbaren Akteuren ausgehen. Mit den Naturgesetzen müssen wir uns abfinden. Wir können beispielsweise die Schwerkraft nicht aufheben. Personale Zwänge sind Ausdruck der Intentionen ihrer Urheber. Darum können wir im Prinzip auf deren Einsichtsfähigkeit setzen oder sie zur Verantwortung ziehen, was in einem Rechtsstaat in geregelter, im Grundsatz legitimer Weise möglich ist. Sachzwänge scheinen hingegen in der 'Natur der Sache' zu liegen, obwohl die Sache keine natürliche ist, sondern sich irgendwie, also in noch zu klärender Weise, aus der gesellschaftlichen Interaktion ergibt. Aber wie genau?

Hilfreich zum besseren Verständnis von Sachzwängen ist die Unterscheidung von „System“ und „Lebenswelt“, die Jürgen Habermas in die Soziologie eingeführt hat.²⁸ Dabei geht es um die soziologische Grundfrage, wie eine soziale Ordnung möglich ist und was die Gesellschaft zusammenhält. Und hier gibt es zwei Möglichkeiten:

Gesellschaft als Lebenswelt

Im Normalfall setzen wir als selbstverständlich voraus, dass die Gesellschaft (einschließlich der Wirtschaft) Ausdruck der *Intentionen* der Gesellschaftsmitglieder und ihrer Handlungen ist. Für alles, was geschieht, ließen sich dann *Gründe* aufweisen, die das Handeln der Akteure bestimmen, wobei es sich natürlich um gute oder schlechte Gründe handeln kann. Gesellschaftliche Missstände sind aus dieser Sicht stets auf verantwortliche Verursacher zurückzuführen, die diese Missstände als solche intendieren oder billigend in Kauf nehmen. Auch wenn den Gesellschaftsmitgliedern die Handlungsgründe, die die Gesellschaft (und Wirtschaft) bestimmen (konstituieren), nicht immer voll bewusst sind, so ist ihnen der gesellschaftliche Zusammenhang doch zumindest intuitiv vertraut und „präreflexiv“ gegenwärtig.²⁹ Um an eine berühmte (übrigens Marx'sche) Formulierung anzuknüpfen, ließe sich sagen: Die Gesellschaftsmitglieder machen ihre Geschichte zwar nicht unbedingt mit Bewusstsein, aber mit Willen. Dann sprechen wir von Gesellschaft als *Lebenswelt*; der Modus ihres Zusammenhalts ist die *Sozialintegration* via sozial geteilter Intentionen und Überzeugungen.

Gesellschaft als System

Moderne Gesellschaften sind allerdings nicht mehr in dieser Weise transparent. Hier verknüpfen sich die *Handlungswirkungen* zu einem komplexen Gebilde, das die Handlungsintentionen der Gesellschaftsmitglieder übersteigt. *Aus dem Zusammenspiel* der Handlungen ergibt sich eine eigenständige und eigensinnige, gleichsam 'überindividuelle' Macht, die nicht mehr auf die Intentionen der Individuen zurückgeführt werden kann – auch nicht der mächtigsten. Hier spricht

²⁸ Vgl. Habermas (1981b: 224 ff., 348 ff.); ders., Entgegnungen, in: Honneth, A./Joas, H. (Hrsg.), *Kommunikatives Handeln*, Frankfurt a.M. 1986, S. 327-405, hier S. 379 ff.; Thielemann (1996: 20 ff.).

²⁹ Vgl. Habermas (1986: 380).

man von Gesellschaft als einem *System*, das eigenen Regeln und ‚Gesetzen‘ folgt. Die *Systemintegration* ist, ebenso wie zumeist die soziale Integration, „bewusstseinsfern“. Doch sind die systemischen Zusammenhänge nicht, wie die sozialen und kulturellen, zumindest präreflexiv gegenwärtig, sondern *kontra-intuitiv*.³⁰ Es bedarf einer spezifischen theoretischen Anstrengung – nämlich der Systemtheorie –, um sie zu durchschauen. Ohne diese sind wir ahnungslos.

Das prominenteste, wenn nicht gar das einzige Beispiel einer systemischen Integration der Gesellschaft ist der Markt. (Insofern ist die ökonomische Theorie eine Systemtheorie, auch wenn sie selbst sich nicht unbedingt als eine solche deklariert.) Der Markt ist, wie bereits erwähnt, ein Tauschprozess. Wie kann nun aus diesen Tauschhandlungen ein überindividuelles System entstehen? Nun, jeder Marktteilnehmer steht im Normalfall bereits mit einer unüberblickbaren Zahl von Tauschpartnern in oftmals höchst unpersönlichem Kontakt, die ihm, in mehr oder minder großen Ausmaß, die Erzielung eines Einkommens erlauben. In ‘offenen Märkten’ könnten alle diese Tauschpartner im Prinzip jederzeit zu alternativen Anbietern oder Nachfragern abwandern und damit einen Wettbewerbsdruck auslösen. Und für diese Tauschpartner stellt sich die Lage genau so dar, usw. usf.

Man stelle sich, um irgendein *Beispiel* zu wählen, einen Ingenieur in der Automobilbranche vor. Sein Einkommen wird – unter anderem – natürlich zunächst von den tatsächlichen Käufern der Autos bestimmt, die für Ab- und damit Umsatz sorgen; aber auch beispielsweise von den Zulieferern, die bessere oder schlechtere Qualität liefern, teurer oder billiger anbieten und damit größere oder kleinere Margen erlauben; von den Mitarbeitern oder ‘Kollegen’ im gesamten Konzern auf allen Stufen, die einen größeren oder kleineren Anteil am ‘Umsatzkuchen’ verlangen; von den Kapitalgebern, die, vertreten durchs Management, höhere oder niedrigere Löhne und Gehälter zahlen und damit ebenfalls einen größeren oder kleineren Anteil am ‘Umsatzkuchen’ beanspruchen. All diese Tauschpartner könnten zu ‚besseren‘ Angeboten abwandern, also die Tauschbeziehung auflösen. Ökonomen sprechen hier von der Wahl der ‚Exit-Option‘. Dies bedeutet im Grenzfall für den Arbeitnehmer die Entlassung. (Dann ‚wandert‘ der Arbeitgeber zu einem besser qualifizierten Arbeitnehmer oder zu einem Anbieter von arbeitskraftsparenden Produktionsanlagen ab.) Selbstverständlich ist auch der Grenzfall der Insolvenz der Firma Ergebnis der Wahl der Exit-Option, insbesondere natürlich durch die Kunden, die zu einer anderen Fahrzeugmarke wechseln oder – auch dies ist eine Form der Exit-Option – auf öffentliche Verkehrsmittel umsteigen. Die Exit-Option kann auch graduell wahrgenommen werden – durch Lohn- und Gehaltssenkungen beispielsweise, die aus Sicht der Kapitalgeber Kostensenkungen entsprechen.

³⁰ Vgl. Habermas (1986: 380).

Im Endeffekt kumulieren sich diese Wechselwirkungen auf einem ‘funktionierenden’ Markt mit einer hinreichenden Zahl Beteiligter zu einem unpersönlichen Funktionsmechanismus, der sich dann allenfalls als ‘Sachzwang’ bemerkbar macht oder einfach als eine Art *Naturereignis* wahrgenommen wird, das – wie das *Wetter* – hinzunehmen ist. Je weiter die ökonomische Rationalisierung fortschreitet, desto schwerer fällt es denjenigen, die unter Druck geraten, einen verantwortlichen Verursacher für ihre Lage zu identifizieren: *Niemandem* ist persönlich der Wettbewerbszwang zurechenbar; es ist vielmehr die sich verändernde *Konstellation*, die alle Marktteilnehmer zu einem bestimmten Verhaltensmuster zwingt. Darum bezeichnete Max Weber den Markt- und Wettbewerbsprozess – mit Blick auf die Industriearbeit zu Beginn des 20. Jahrhunderts – als eine “herrenlose Sklaverei”.³¹

Diese *Instanzlosigkeit des Marktes*³² ist vermutlich eine der Hauptquellen des *Wachstums*. Denn da der Urheber des Drucks und damit der Adressat für mögliche Ansprüche der Mäßigung abhanden kommt, bleibt den Marktteilnehmern gar nichts anderes übrig, als ihre Wettbewerbsfähigkeit und Produktivität zu steigern – möglichst vorausschauend, also bevor Insolvenz oder Arbeitslosigkeit eintritt. Ob dieser Prozess allerdings in jeder Hinsicht und über alle Maßen als ein *lebenspraktisch vernünftiger* gelten kann, wie es von den meisten Ökonomen unter dem Begriff seiner ‘Effizienz’ behauptet wird, ist durchaus klärungsbedürftig. Die Beantwortung dieser Frage setzt die *Einbettung* des Markt- und Wettbewerbsprozesses in eine politische *Rahmenordnung* voraus. Wir werden uns diesem Postulat des *Primats der Politik vor der Logik des Marktes* in Abschnitt 7 eingehender zuwenden.

3.3.2 Rekonstruktion des ‘Unmöglichkeitproblems’ als Zumutbarkeitsproblem

Die soeben geschilderten Zusammenhänge bilden den Hintergrund für das ‘Unmöglichkeitstheorem’, ohne dass sie allerdings von dessen Vertretern thematisiert würden. Die ‘Sachzwänge’ des Marktes werden vielmehr einfach als “Grenze”³³ des ethisch ‘Möglichen’ hingenommen; sie müssten bloß “möglichst realistisch wahrgenommen werden.”³⁴ Diese Auffassung lässt sich als *ökonomischer Determinismus* bezeichnen. Zwei Einwände lassen sich formulieren:

1. Behauptungen von der Art, dass es ‘unter den Bedingungen’ des Wettbewerbs und seiner Sachzwänge ‘unmöglich’ sei, das ethisch Richtige zu tun, weil die Unternehmen nicht über die dazu notwendigen ‘Handlungsspielräume’ verfüg-

³¹ Weber (1972: 709).

³² Vgl. Thielemann (1996: 295, 302 ff.).

³³ Enderle (1993: 62).

³⁴ Enderle (1993: 63).

ten, sind handlungstheoretisch unhaltbar und verkennen darüber hinaus auch die Funktionslogik des Marktes bzw. des Wettbewerbs.

Eine Determination des Handelns ist von vornherein eine Annahme, die keinen Sinn macht. Selbst unter starken (natürlichen, personalen oder systemischen) Zwängen besteht *stets* die Möglichkeit, in *verschiedener* Weise zu handeln und so auf die Zwänge – Ökonomen sprechen von ‘constraints’ – zu reagieren. Wenn man ein Ziel oder eine Norm hier und jetzt nicht verwirklichen ‘kann’, *dann kann man es lernen*. D.h. man kann sich die notwendigen Mittel verschaffen, um das angestrebte Ziel oder auch die geforderte Norm zu erfüllen. Damit sei nicht gesagt, dass dies einfach oder in jedem Fall zu fordern wäre;³⁵ aber es ist eben *möglich*. Handeln heißt, etwas möglich zu *machen*.

Dies gilt selbstverständlich auch für das unternehmerische Handeln im Markt unter Wettbewerbsbedingungen. Einer Unternehmung ist es beispielsweise durchaus *möglich*, auf ein ethisch fragwürdiges Produkt zu verzichten, auch wenn sie dadurch ‘möglicherweise’ Umsatzeinbußen hinnehmen muss. Nur muss sie dann, falls ihr der damit verbundene Gewinn- und Einkommensausfall als zu hoch erscheint, in ihre Wettbewerbsfähigkeit investieren, um den Verlust auszugleichen. Dies kann auch bedeuten, dass sie in ganz anderen Bereichen aktiv wird und neue Märkte erschließt. Hier besteht vielleicht hinsichtlich der Motivation, ansonsten aber kein Unterschied zur Wirkungsweise des Wettbewerbs im Allgemeinen. Dieser ist ein Prozess der “schöpferischen Zerstörung”.³⁶ D.h. er besteht gerade darin, dass Einkommenspositionen geschaffen und dadurch andere ‘zerstört’ werden, was zur Schaffung neuer Einkommenspositionen zwingt, wodurch wiederum andere Einkommenspositionen ‘zerstört’ werden, usw. usf.³⁷ Wenn man den Begriff des ‘Handlungsspielraums’ verwenden möchte, so ließe sich sagen: Der Wettbewerb ist ein Prozess, der immer wieder ‘Handlungsspielräume’ begrenzt (und zwar, weil ein anderer Marktteilnehmer – ein Konkurrent – seinen ‘Handlungsspielraum’ nutzt) und zugleich eröffnet. Genauer: die Marktteilnehmer *schaffen sich* (notgedrungen) die ‘Handlungsspielräume’, sonst verlieren sie ihre Einkommensposition.

2. Letztlich gibt es keinen (Sach-)Zwang an sich. Vielmehr ist die Existenz eines Zwangs immer auch von den Zwecksetzungen bzw. von den Wertvorstellungen der Individuen (Unternehmen und ihre Akteure selbstverständlich eingeschlossen) abhängig. Insofern lässt sich von der *Zweckabhängigkeit der Zwänge* – auch der ‘Sachzwänge’ – sprechen. Dies lässt sich an den beiden folgenden Zitaten gut verdeutlichen.

“In einer auf Konkurrenz basierenden Wirtschaft ist es einem einzelnen Unternehmen nur

³⁵ Wir kommen hierauf sogleich unter Punkt 2 zurück.

³⁶ Vgl. Schumpeter, J. A.: Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie, 7. Aufl., Tübingen 1993, S. 134 ff.

³⁷ Siehe hierzu detaillierter Thielemann (2009: 41-49).

im Ausnahmefall *möglich*, das dem Gemeinwohl Zutragliche zu tun, *wenn dies einen wirtschaftlichen Nachteil für es bedeutet.*”³⁸

Doch selbstverständlich ist das Erleiden von Nachteilen nichts Unmögliches. Darüber hinaus stellt sich hier die Frage: “Nachteile” *relativ wozu?* Wenn der Referenzpunkt der ‘Messung’ von Nachteilen das jeweilige ‚wahre‘ (durchsetzbare) Eigeninteresse ist, dann würde jede Verantwortungsübernahme für ‘unmöglich’ erklärt, die von diesem Grenzfall eines strikten Egoismus abweicht. Alles wäre erlaubt, was sich zum eigenen Vorteil durchsetzen lässt.

“In ihrer ‘Geschäftsethik’ *können* die Unternehmen letztlich nur diejenige Ethik durchsetzen, die der unternehmerischen Rentabilität gehorcht.”³⁹

Hier wird offenkundig, dass die Frage nach der ‘Möglichkeit’ der Ethik von der Frage abhängig ist, ob die Unternehmen soviel Gewinn bzw. die Individuen soviel Einkommen *wie möglich* erzielen *wollen*.⁴⁰ Die Legitimität der jeweiligen Gewinn- und Einkommensinteressen ist jedoch keine ausgemachte Sache, sondern stets klärungsbedürftig. Durch den Begriff der ‘Möglichkeit’ bzw. ‘Unmöglichkeit’ wird diese Frage in unzulässiger Weise der (ethischen) Diskussion entzogen.

Festzuhalten bleibt, dass dem *Wollen* (im Sinne einer *autonomen* Willensbestimmung) bzw. dem *Sollen* das *Primat* vor dem *Können* einzuräumen ist. Gegenüber der oftmals gebrauchten Formel: “Sollen impliziert Können”⁴¹ bzw. gegenüber dem der juristischen Tradition entstammenden “*ultra posse nemo obligatur*”,⁴² demzufolge “Können” eine “notwendige Bedingung, Voraussetzung des Sollens” sei,⁴³ lässt sich also mit Kant einwenden:

“Es ist offenbare Ungereimtheit, nachdem man ... (dem) Pflichtenbegriff seine Autorität zugestanden hat, noch sagen zu wollen, dass man es doch nicht könne.”⁴⁴

Oben wurde bereits darauf hingewiesen, dass das Sachzwangproblem ein wirtschaftsethisch äußerst ernst zu nehmendes Problem ist, jedoch mit dem Begriff der ‘Möglichkeit’ bzw. ‘Unmöglichkeit der Ethik’ falsch konzeptualisiert wird. Wie ist nun dieses Problem begrifflich angemessen zu fassen, und wie ist mit ihm praktisch umzugehen? Nun, das ethisch Richtige zu tun ist zwar niemals

³⁸ Höhle, V.: Philosophie der ökologischen Krise, München 1991, S. 104, Hvh.d.V.

³⁹ Lammers, J./Schmitz, O.: Der moralische Handlungsspielraum von Unternehmen, Marburg 1995, S. 44, Hvh.d.V.

⁴⁰ Das Konzept der Wirtschafts- bzw. Unternehmensethik als einer ‘angewandten’ Ethik driftet so in eine andere Position ab, nämlich die funktionalistische Wirtschafts- und Unternehmensethik, mit der wir uns in Abschnitt 4 eingehender beschäftigen werden.

⁴¹ Vgl. Albert, H.: Traktat über kritische Vernunft, 4. Aufl., Tübingen 1980, S. 76 f.

⁴² „Zu Unmöglichem darf niemand verpflichtet werden.“

⁴³ Lenk, H./Maring, M.: Einführung. In: dies.: Wirtschaft und Ethik, Stuttgart 1992, S. 7-30, hier S. 12.

⁴⁴ Kant, I.: *Zum ewigen Frieden*, in: ders., Schriften zur Anthropologie, Geschichtsphilosophie, Politik und Pädagogik 1, Werkausgabe Bd. XI., Frankfurt a.M. 1984, S. 195-251, hier S. 228 f.

‘unmöglich’, auch nicht unter scharfen Wettbewerbsbedingungen, denn es kann im Prinzip stets möglich *gemacht* werden. Doch kann dies *unzumutbar* sein: Es kann *zuviel verlangt* sein, bestimmten Ansprüchen zu genügen, auch wenn diese für sich betrachtet berechtigt sind. Die *Unzumutbarkeit* kann sich beispielsweise daraus ergeben, dass damit zu große Einkommensverluste, ein Verlust vieler Arbeitsplätze oder zu große Anstrengungen im Hinblick auf die Erhaltung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit verbunden wären.

Nun ließe sich einwenden: Was ist damit gewonnen? Ob es nun als ‘unmöglich’ oder als ‘unzumutbar’ bezeichnet wird, das ethisch Richtige unter den Bedingungen des Wettbewerbs zu tun, in beiden Fällen wird es nicht getan – so what? Doch übersieht der Einwand, dass es ja gerade eine jeweils *ethisch zu klärende Frage* ist, ob die Erfüllung bestimmter Normen für eine Unternehmung oder ein Wirtschaftssubjekt zumutbar ist oder nicht – und keine ausgemachte Sache oder eine Angelegenheit, die sich gleichsam technisch feststellen ließe, wie der Begriff der ‘Unmöglichkeit’ nahe legt. Der Zumutbarkeitsbegriff ist selbst ein ethischer Urteilsbegriff. Darum macht es übrigens keinen Sinn, von der “Zumutbarkeit der Moral”⁴⁵ zu sprechen, denn auch Zumutbarkeitsfragen sind selbstverständlich moralische bzw. ethische Fragen.

Der Zumutbarkeitsbegriff erinnert daran, dass auch das moralische Subjekt, also derjenige, der zur Verantwortungsübernahme aufgerufen ist bzw. aus ethischer Einsicht heraus handelt, nicht nur *Pflichten*, sondern auch moralische *Rechte* (d.h. legitime Ansprüche) hat. Zwar ließe sich auch von der (Un-)Zumutbarkeit etwa eines externen Effekts auf andere sprechen. Doch möchten wir, um der einfacheren sprachlichen Verständigung willen, den Zumutbarkeitsbegriff für das Folgeproblem der Zumutbarkeit von an sich berechtigten Forderungen reservieren. Überdies ruft der Begriff die *Reziprozität* von Rechten und Pflichten in Erinnerung. Die Plätze zwischen Rechtssubjekt (derjenige, dessen Rechte zu achten sind) und Pflichtensubjekt (derjenige, der diese achten soll) müssen austauschbar sein.

Ebenfalls deutlich wird dadurch, dass es sich bei dem Zumutbarkeitsproblem um einen ethischen *Normenkonflikt* zwischen *Ansprüchen* handelt. Ebenso, wie an die Unternehmung Ansprüche gerichtet werden, so kann die Unternehmung auch Ansprüche gegenüber ihren Bezugsgruppen geltend machen. Die Berechtigung der konfligierenden Ansprüche ist in unternehmensethischen Diskursen zu klären. Angesichts der Sachzwänge des Wettbewerbs haben diese stets auch den Charakter eines *Zumutbarkeitsdiskurses*.

⁴⁵ So aber erstaunlicherweise Apel (1988: 300), ebenso Habermas (1991: 198), was wiederum auf das (letztlich unstimmmige) Konzept der ‘Anwendung’ der Diskursethik in ‘gegebenen’ Situationen verweist. Vgl. oben Abschn. 3.2.

Was aber, wenn sich hier herausstellt, dass es der Unternehmung tatsächlich nicht zuzumuten ist, einem bedeutenden ethischen Anspruch zu entsprechen? Wir werden uns dieser Frage in den Abschnitten 7.3 und 8.2.2 zuwenden. Hier sei nur soviel gesagt, dass das Problem dann auf die höhere Stufe der *Rahmenordnung* des Wirtschaftens verschoben werden muss, da es nur dort ursachengerecht angegangen werden kann.

3.3.3 Der Reflexionsstopp vor den marktwirtschaftlichen ‘Bedingungen’

Das Unmöglichkeitstheorem, welches in der Konsequenz des Konzepts der ‘Anwendung’ der Ethik auf die Wirtschaft liegt, läuft auf einen *Reflexionsstopp* vor den ‘Bedingungen der modernen Wirtschaft’ hinaus. Weder die ‘Sachzwänge’ des Wettbewerbsprozesses noch die ökonomischen Gewinn- und Einkommensinteressen werden *ethisch* thematisiert. Sie bilden vielmehr eine unhinterfragte ‘Bedingung’ für die Ethik. Stillschweigend – gelegentlich auch explizit – wird dabei die *Neutralität* des Wirtschaftens bzw. der Wirtschaft unterstellt. Der Ansatz von Wirtschaftsethik als ‘angewandter Ethik’ ist daher einer *Zwei-Welten-Konzeption von wertfreier Ökonomik und außerökonomischer Ethik* verhaftet. Er beruht auf der Annahme, dass der Praxisbereich ‘Wirtschaft’ (Ökonomie) ebenso wie die ihn modellierende Wirtschaftstheorie (Ökonomik) durch eine von normativen Ansprüchen unberührte, ‘wertfreie’ bzw. “ethikfreie”,⁴⁶ d.h. ethisch neutrale ökonomische ‘Sachlogik’ bestimmt sei. Wirtschaftsethik wird von da aus als ein außerhalb dieser Sachlogik bleibendes, ‘rein’ ethisches *Korrektiv* aufgefasst, das die ökonomische Rationalität bestenfalls in ihre Schranken verweisen kann – und implizit damit zugleich die Ethik in Schranken zu weisen versucht.⁴⁷ Der ökonomische Rationalitätsanspruch und seine normativen Prämissen bleiben dabei ethisch unhinterfragt.

Es gibt jedoch keine ethische Neutralität, weder in der Wirtschaft noch in anderen Bereichen. Wer die Neutralität eines Handlungsbereichs oder eines Handlungsmusters behauptet, der sagt damit indirekt: ‘Hier ist alles in Ordnung. Es stellen sich hier keine ethischen Fragen oder Probleme.’ Mit anderen Worten, die Behauptung der ‘Neutralität’ oder ‘Wertfreiheit’ läuft auf eine *Billigung* und *Legitimation* des untersuchten Gegenstandes bzw. der Art seiner Beschreibung hinaus. Allerdings handelt es sich dann um eine *stillschweigende* Affirmation. Ebenso wie beim Begriff der ‘Unmöglichkeit’ der Ethik haben wir es bei solchen Neutralitätsbehauptungen also mit Versuchen der *Immunisierung* vor ethischer Kritik zu tun.

⁴⁶ So ausdrücklich Koslowski, P.: Grundlinien der Wirtschaftsethik, in: Zeitschrift für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, 1989, S. 345-383, hier S. 351.

⁴⁷ Auch hier ist wieder ein Punkt, an dem der Ansatz der Anwendung der Ethik auf die Wirtschaft in funktionalistische Wirtschaftsethik umschlägt. Wir werden hierauf in Abschnitt 4.2.3 zurückkommen.

3.4 Die Parteilichkeit der Logik des Marktes als wirtschaftsethisches Problem

Bislang sind wir von dem folgenden Modell ausgegangen: An die Wirtschaft bzw. die Unternehmen werden eine Reihe von Normen und Ansprüchen herangetragen, die ethisch zu klären sind, wozu auch die Klärung der Zumutbarkeitsfrage gehört. Mit Albert Löhr lässt sich diese noch ein Stück weit dem Anwendungsmodell und seiner Zwei-Welten-Konzeption verhaftete Sicht folgendermaßen fassen:

“Die praktischen Anlässe (für ein unternehmensethisches Engagement, A.d.V.) sind vielfältigster Art und können zusammenfassend am besten mit dem Begriff der ‘externen Effekte’ umschrieben werden.”⁴⁸

Dieses Modell ist nicht falsch, aber ergänzungsbedürftig. Die *internen Effekte* des Wirtschaftens werden so nämlich nicht systematisch thematisiert. Sie geraten allenfalls ins ethische Blickfeld, wenn *außerökonomische* Ansprüche an die Wirtschaft herangetragen werden und sich dabei Zumutbarkeitsfragen *angesichts* des Wettbewerbs und seiner Sachzwänge stellen. Die ethische Qualität der Marktbeziehungen selbst, also die internen Effekte im Verhältnis zwischen den Marktteilnehmern, sind jedoch auch unabhängig von solchen ‚externen‘ Problemen (wie Korruptionsfälle, Chemieunfälle, überhaupt ökologische Schädigungen, Fragen des Verbraucherschutzes, usw.) ethisch zu reflektieren.

Diese ethische Reflexion wird im Folgenden im Zusammenhang mit der Kritik des Konzepts von Wirtschaftsethik als angewandter Ethik vorgestellt, weil auch die Nicht-Thematisierung der internen Effekte des Wirtschaftssystems dem Neutralitätsdenken verhaftet ist. Einer der wenigen, die diese weit verbreitete, aber unhaltbare Annahme ausdrücklich formuliert hat, ist Walter Eucken, einer der Begründer des Ordoliberalismus:

“Der Lenkungsmechanismus der Verkehrswirtschaft, ... das Preissystem, ist neutral.”⁴⁹

Vor dem Hintergrund unserer Ausführungen zum Systemcharakter der Marktwirtschaft und ihrer Sachzwänge (vgl. Abschnitt 3.3.1) muss diese Auffassung erstaunen. Doch sehen wir uns die Sache genauer an.

Wem nützt der marktwirtschaftliche Wettbewerb? Die Antwort der meisten Ökonomen lautet: den Konsumenten. Denn der Wettbewerb führt durch Preisensenkungen und ein wachsendes Angebot zu einer “ununterbrochenen Verbesserung der Bedarfsdeckung.”⁵⁰ Hierfür steht der Begriff der ‘Effizienz’ bzw. der

⁴⁸ Löhr (1991: 284).

⁴⁹ Eucken, W.: Grundsätze der Wirtschaftspolitik, 6. Aufl., Tübingen 1990 (1. Auflage 1952), S. 378.

⁵⁰ Arndt, H.: Wettbewerb der Nachahmer und schöpferischer Wettbewerb, in: Herdzina, K. (Hrsg.), Wettbewerbstheorie, Köln 1975, S. 246-274, hier S. 257.

Effizienzsteigerung. Und Konsumenten, das sind wir ja alle. Ergo nützt der Markt uns allen. Der Wirtschaftsethiker Karl Homann fasst diese Auffassung prägnant (und provozierend) folgendermaßen zusammen:

“Marktwirtschaft und Wettbewerb sind eine ... Veranstaltung zum Wohl der Allgemeinheit, der Konsumenten.” Darum gilt: “Wettbewerb ist solidarischer als Teilen.”⁵¹

Allerdings übersieht diese Argumentation, dass *Konsumenten* Kaufkraft benötigen und daher i.d.R. notwendigerweise auch *Produzenten* sind, womit auch sie dem Wettbewerbsdruck unterliegen. Die Vorteile des Wettbewerbs fallen ihnen nicht als ein Geschenk zu; vielmehr profitieren sie allein nach Maßgabe ihrer Kaufkraft. Und diese erlangen sie nur, wenn es ihnen gelingt, sich *als Produzenten* bzw. Anbieter einer Leistung im Markt dauerhaft zu behaupten; sonst verfügen sie über kein Einkommen. Die Begriffe ‘Konsument’ und ‘Produzent’ benennen nur verschiedene ökonomische Rollen eines identischen Personenkreises, nämlich der Gesamtheit aller Wirtschaftssubjekte. *Als Konsumenten* mögen sie profitieren, *als Produzenten* geraten sie allerdings früher oder später unter Wettbewerbsdruck. Es entspricht einer ethischen Verkürzung, nur die Konsumentenseite – gleichsam die ‘Schokoladenseite’ – dieses untrennbaren Zusammenhangs zu betonen.

Worin genau besteht nun dieser Wettbewerbsdruck? (3.4.1) Und von wem geht er letztlich aus? (3.4.2)

3.4.1 Der Zwang zum Unternehmertum

Das deutlichste Zeichen des Wettbewerbsdrucks ist die Arbeitslosigkeit (von Arbeitnehmern) bzw. die Insolvenz (von Unternehmen). Wenn wir an die Schumpetersche Formel der “schöpferischen Zerstörung” anknüpfen, so lässt sich sagen: In der ‘Vernichtung’ von Arbeitsplätzen (ebenso wie natürlich von Kapital) besteht das ‘zerstörerische’ Moment des Wettbewerbsprozesses. Nun betonen Ökonomen allerdings nicht ganz zu Unrecht, dass Arbeitslosigkeit bloß ein “vorübergehendes” Phänomen sei.⁵² Bereits bei Jean-Baptiste Say (1767-1832) können wir lesen:

“This evil (unemployment, A.d.V.), which is always transitory, cures itself promptly.”⁵³

Hier sehen wir wieder die oben bereits gegen das ‘Unmöglichkeitstheorem’ eingewandte *handlungstheoretische Grundthese*: Wenn Arbeitslosigkeit, Insolvenz, Einkommensverluste oder eine Schwächung der Wettbewerbsfähigkeit eintritt

⁵¹ Homann/Blome-Drees (1992: 26, vgl. auch S. 49 f.).

⁵² Böhm, F.: Freiheit und Ordnung in der Marktwirtschaft, Baden-Baden 1980, S. 470.

⁵³ Say, J. B.: Traité d’Économie Politique, 3. Aufl., Paris 1817, zit. nach und übersetzt von Baumol, W. J.: Perfect Markets and Easy Virtue. Business Ethics and the Invisible Hand, Cambridge/Oxford 1991, S. 27.

oder droht, dann *handeln* die Individuen klugerweise. Und zwar handeln sie *unternehmerisch*. Ihnen bleibt ja gar nichts anderes übrig. Ohne *Unternehmertum*, einschließlich des ‘Intrapreneurship’,⁵⁴ läge die Arbeitslosen- und Insolvenzquote nicht bei einigen Prozent, sondern bei 100 Prozent.

Unternehmertum ist so gesehen keine Eigenschaft, die Eigentümern sachlicher Produktionsmittel bzw. von Kapital – ‘Unternehmern’ im klassischen Sinne – vorbehalten wäre. Je weiter die wirtschaftliche Entwicklung und die mit ihr gegebene Ökonomisierung fortschreitet, desto mehr muss *jedermann Unternehmer seines eigenen Humankapitals* werden.⁵⁵ D.h. er muss ‘selbstverantwortlich’, möglichst vorausschauend und ‘lebenslang’ in die eigene Wettbewerbsfähigkeit (oder indirekt in diejenige seiner Firma) *investieren*, um nicht morgen vom Markt ‘ausgelesen’ zu werden und damit der Einkommenslosigkeit anheim zu fallen. ‘Selbst-’ bzw. ‘Eigenverantwortung’ ist angezeigt, weil der Markt weitgehend *instanzlos* ist bzw. dem Einzelnen so erscheint, weshalb sich ein eindeutiger Verursacher für den Verlust an Wettbewerbsfähigkeit, die ja eintreten kann, *ohne* dass man selbst in seiner Leistungskraft nachgelassen haben müsste, nicht identifizieren lässt. ‘Der Strukturwandel’, der *wettergleich* über die Individuen hereinbricht, ist ‘verantwortlich’. Und wer klug ist, der besorgt sich einen Regenschirm. Dieser muss, um im Bild zu bleiben, allerdings ständig verstärkt und verbessert werden, denn der Wind des Wettbewerbs weht zunehmend rauer. Da der Wettbewerb aus sich heraus keine Grenze kennt, gilt es sich zeitlebens und mit stets größerem Einsatz mit ihm ein- und auf ihn auszurichten. Darum ist ‘lebenslanges Lernen’ in aller Munde, womit ja weniger humanistische Bildung als vielmehr Humankapitalbildung gemeint ist.

Unternehmertum ist eine zwiespältige Sache: Einerseits können wir es mit Begriffen wie ‘Vitalität’, ‘Unabhängigkeit’ und ‘Selbstständigkeit’ verbinden. Andererseits hat das Unternehmertum eine Affinität zur *verdinglichenden* Wahrnehmung der Welt, und zwar der eigenen, subjektiven Welt wie der sozialen Welt. Man könnte fast meinen, der *kategorische Imperativ* sei auf diesen Umstand kritisch zugeschnitten. Kant hat Smith sicher gelesen.⁵⁶ Kants “Grundlegung der Metaphysik der Sitten” erschien 1785, Smiths “Wohlstand der Nationen” 1776. Dort findet sich das berühmte ‘Bäcker-Zitat’:

“Nicht vom Wohlwollen des Metzgers, Brauers und 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.”⁵⁷

⁵⁴ Vgl. Pinchot, G.: Intrapreneuring, Wiesbaden 1988; Kuhn, Th.: Internes Unternehmertum, München 2000.

⁵⁵ Vgl. auch Thielemann (2009: 215-227).

⁵⁶ Vgl. zu den Querverbindungen zwischen Smith und Kant Ulrich (2001: 67).

⁵⁷ Smith (1978:17)

Hier gerät – wohl erstmals – der ökonomische *Vorteilstausch* systematisch in den Blick. Die Käufer erscheinen *als Kunden*, d.h. als Zahlende. Es zählt vor allem – oder sogar nur noch – ihre *Kaufkraft*, an die man freilich nur herankommt, wenn man ihnen einen Vorteil zu bieten in der Lage ist. Ebenso scheinen diese Kunden diejenigen, von denen sie etwas kaufen, auf ihre *Leistungsfähigkeit* zu reduzieren. Genau diese Reduktion der sozialen Welt auf eine Welt der Zahlenden und Leistenden, also ihre Wahrnehmung ‘*als Mittel*’ (Kant) des eigenen ökonomischen Erfolgs und Vorteils, stellt die konsequenteste Form der Unternehmertums dar, für die der Name des *Homo oeconomicus* steht.⁵⁸

Wir wollen uns hier jedoch zunächst auf die inneren Konsequenzen des Unternehmertums als einer zur *Selbstverdinglichung* neigenden Disposition konzentrieren. Hier sticht zunächst der Begriff des ‘Humankapitals’ ins Auge.⁵⁹ Darunter sind alle persönlichen Eigenschaften zu verstehen, die die marktliche ‘Performance’ einer Person bestimmen. Hierzu zählen nicht nur Kenntnisse über empirische Wirkungszusammenhänge (know how), sondern auch bestimmte Charaktereigenschaften, vor allem eine *investive Grundhaltung*. Für den “Lebensunternehmer”⁶⁰ ist das Leben eine Investition.

Es war Max Weber, der diese Lebensform weit vorausschauend und treffend wie kaum ein anderer charakterisiert hat. Weber fragte sich zu Anfang des 20. Jahrhunderts, woher das “so *Irrationale* dieser Lebensführung” komme, “bei welcher der Mensch für sein Geschäft da ist, nicht umgekehrt”, und was der subjektive “Sinn” dieses “rastlosen Jagens” sei, “welches des eigenen Besitzes niemals froh wird, und deshalb gerade bei rein diesseitiger Orientierung des Lebens so sinnlos erscheinen muss”.⁶¹ Er fand die Antwort in der Religion (und insofern in einer jenseitigen Orientierung), genauer im *Protestantismus*, insbesondere im Calvinismus und Puritanismus. Dieser zeichnet sich unter anderem durch das Hineintragen der ‘asketischen’ Lebensführung, wie sie in den Klöstern herrschte, in den Lebensalltag aus. Max Weber bringt dies durch ein Zitat des Chronisten Sebastian Franck (1499-1542) auf den Punkt.

“Du glaubst, du seist dem Kloster entronnen: es muss jetzt jeder sein Leben lang ein Mönch sein.”⁶²

Der in die Welt getragene Asketismus, die “*innerweltliche Askese*”, bot nach Weber den idealen Nährboden für den Take-off des ‘Kapitalismus’. Denn das “‘*summum bonum*’ dieser ‘Ethik’ [Lebensform, A.d.V.]: der Erwerb von Geld und immer mehr Geld, unter strengster Vermeidung allen unbefangenen Genie-

⁵⁸ Wir wenden uns dem *Homo oeconomicus* und seiner Erfolgsrationalität systematisch in Abschnitt 4.2.1 zu.

⁵⁹ Die Gesellschaft für deutsche Sprache (www.gfds.de) hat den Begriff 2004 zum „Unwort des Jahres“ erklärt.

⁶⁰ Vgl. Lutz, Ch.: Arbeitswelt 2020. Gesellschaft der Lebensunternehmer, in: Du, Heft 5, 1997, S. 74-76.

⁶¹ Weber (1988b: 54).

⁶² Weber, M.: Die Entfaltung der kapitalistischen Gesinnung, in: Die protestantische Ethik, Bd. I. Eine Aufsatzsammlung, 8. Aufl., Gütersloh 1991, S. 358-376, hier S. 371.

bens, ... so rein als Selbstzweck gedacht ...”, hat die “Entfesselung des Erwerbstrebens” – “Kapitalbildung durch asketischen Sparzwang” – zur Folge.⁶³ Die ‘protestantische’ Lebensform zeichnet sich also durch die der marktlichen Selbstbehauptung äußerst dienlichen *investiven* Tugenden aus: Erwirtschaftete Mittel werden nicht konsumiert, sondern möglichst reinvestiert, *um* den Gewinn weiter zu erhöhen, und dieser wird wieder reinvestiert, usw. usf.⁶⁴

Die motivationalen Grundlagen dieser “der Eigenart des Kapitalismus angepassten Art der Lebensführung”⁶⁵ waren zunächst rein religiöser Natur. Der überzeugte Protestant glaubte nämlich, dass der geschäftliche Erfolg ein privilegiertes, ihm persönlich geltendes *Zeichen der Gnade Gottes* ist, das die Erfolge von den Erfolglosen scheidet:

“Wenn jener Gott, den der Puritaner in allen Fügungen des Lebens wirksam sieht, einem der Seinigen eine Gewinnchance zeigt, so hat er seine Absichten dabei. Und mithin hat der gläubige Christ diesem Rufe zu folgen, indem er sie sich zunutze macht.”⁶⁶

Diese Art der Lebensführung der durchgreifenden *Disziplinierung* im Hinblick auf die “methodische” und dauerhafte Steigerung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit und damit des Markterfolges, die wir heute Unternehmertum nennen, war ursprünglich eine freie Entscheidung von Personen, die bestimmten Spielarten des Protestantismus nahe standen. Darum sprach Max Weber von der “protestantischen Ethik” als dem “Geist des Kapitalismus” (Buchtitel). Heute jedoch, und auch bereits zu Anfang des letzten Jahrhunderts, als Max Weber seine Studie verfasste, hat sich der “moderne Kapitalismus, ... zum Siege gelangt, von den alten Stützen emanzipiert.”⁶⁷

“Der heutige, zur Herrschaft im Wirtschaftsleben gelangte Kapitalismus ... erzieht und schafft sich im Wege der ökonomischen *Auslese* die Wirtschaftssubjekte – Unternehmer und Arbeiter – deren er bedarf.”⁶⁸

Von nun an gilt:

“Wer sich in seiner Lebensführung den Bedingungen kapitalistischen Erfolges nicht anpasst, geht unter oder kommt nicht hoch.”⁶⁹

Das sich gerade heute ausbreitende Unternehmertum, diese nach außen kalkulierende und nach innen asketische Lebenseinstellung,⁷⁰ ist also nicht einfach eine

⁶³ Weber (1988b: 35, 192).

⁶⁴ Investitionen sind ja Kosten – also Konsumverzicht, Anstrengung und ‘Leid’ – die sich morgen wieder auszahlen bzw. auszahlen sollen. Insofern hat das Investieren stets etwas ‘Asketisches’ an sich.

⁶⁵ Weber (1988b: 37).

⁶⁶ Weber (1988b: 175 f.).

⁶⁷ Weber (1988b: 56).

⁶⁸ Weber (1988b: 37, vgl. auch S. 203 f.).

⁶⁹ Weber (1988b: 56).

⁷⁰ Vgl. zum letzten Gesichtspunkt exemplarisch T. J. Peters und N. Austin, die in ihrem Buch „Leistung aus

Orientierung, zu der sich alle Individuen aus freien Stücken und innerer Überzeugung entschlossen hätten, sondern durchaus ein wettbewerblich (systemisch) erzeugter *Zwang*. Dieser *Zwang zum Unternehmertum* ist aber, weil er den Charakter eines unpersönlichen ‘Sachzwangs’ hat, nicht so ohne weiteres als Zwang erkennbar. Um die komplexen, systemischen Wirkungszusammenhänge zu durchschauen, bedarf es der theoretisch-ökonomischen Analyse.

3.4.2 Wettbewerb als Kampf zwischen Lebensformen

Damit sind wir bei der zweiten Frage angelangt: Von wem geht der Wettbewerbsdruck letztlich aus? Der Zwang zum Unternehmertum entspringt nicht etwa der Natur, sondern der sozialen Welt und hier der (Markt-)Wirtschaft. Es muss also einen Zwang oder Druck von Personen auf andere Personen geben.⁷¹

Dieser *Kampfcharakter* der Einkommenserzielung bleibt allerdings zumeist unerkannt, denn er versteckt sich beispielsweise, wie Max Weber hervorgehoben hat, in auf den ersten Blick harmlos anmutenden Erscheinungen wie der “Kapitalrechnung”, die “in ihrer *formal* rationalsten Gestalt ... den *Kampf des Menschen mit dem Menschen*” voraussetzt.⁷² Wenn wir an die berühmte Formel von Adam Smith anknüpfen, so lässt sich sagen, dass der Urheber dieses Zwangs für den Einzelnen ‘unsichtbar’ bleibt. Wer also verbirgt sich hinter der ‘unsichtbaren Hand’ des Marktes?

Die Einfachheit der Antwort verhält sich umgekehrt proportional zur Undurchsichtigkeit der konkreten marktlichen Zusammenhänge (des ‘Strukturwandels’): Die Gewinner des Wettbewerbsprozesses sind nicht ‘*die Konsumenten*’, sondern die Wettbewerbsfähigen und -willigen (sowie das Kapital)⁷³. Hören wir den ‘liberalen’ Ökonomen und Sozialphilosophen Friedrich August von Hayek (1899-1992):

“Wettbewerb ist ... immer ein Prozess, in dem eine kleine Gruppe eine größere dazu zwingt, etwas zu tun, was ihr nicht gefällt, sei es härter zu arbeiten, Gewohnheiten zu ändern oder ihrer Arbeit einen Grad an Aufmerksamkeit, fortwährender Zuwendung oder Regelmäßigkeit zu widmen, der ohne Wettbewerb nicht nötig wäre.”⁷⁴

Wer ist nun diese “kleine Gruppe”? Nach Heuss ist es die „Minderheit“ der „initiativen Unternehmer“, die auf die „Mehrheit konservativer Unternehmer“ den

Leidenschaft“ (Hamburg 1986, S. 462), die “Intrapreneurs” wie folgt charakterisieren: “Sie verzichten auf den Urlaub mit der Familie, auf Sportveranstaltungen, Geburtstagsseinladungen, freie Abende und Wochenenden, Mittagspausen, Gartenarbeiten, Bücher, Kino und vieles mehr.” Zit. nach Kuhn (2000: 22 f.).

⁷¹ Vgl. hierzu auch Thielemann (1996: 338 ff.).

⁷² Weber (1972: 49; vgl. auch S. 58, 382 f., 440).

⁷³ Wer ist eigentlich das Kapital? – Das sind wir alle, insoweit wir ein Kapitaleinkommen erzielen. Wer überwiegend Kapitaleinkommen erzielt, wird in der ökonomischen Theorie ‘Rentier’ genannt.

⁷⁴ Hayek, F. A. von: Recht, Gesetzgebung und Freiheit, Bd. 3, Landsberg am Lech 1981 (1981b), S. 110.

“Zwang des Wettbewerbs“ ausübt.⁷⁵ Diejenigen also, die ein ‘unternehmerisches’ Leben führen *wollen* – Pionierunternehmer im engen und übertragenden Sinne –, zwingen “die übrigen durch den Wettbewerb dazu ..., sie nachzuahmen, um bestehen zu können.”⁷⁶ Der Wettbewerbsdruck geht also nicht einfach von ‘dem Strukturwandel’ aus, sondern letztlich von *Personen*, nämlich denjenigen, die *willens* sind, möglichst viel ihrer Energien in die Stärkung ihrer Wettbewerbsfähigkeit zu investieren. Und nicht einfach “der Wettbewerb” ist ein “Prozess der Erziehung, der den Menschen antreibt, dem rationalen Menschen – und damit dem ‘homo oeconomicus’ – ähnlich zu werden”;⁷⁷ vielmehr ‘erziehen’ die ‘Lebensunternehmer’ alle übrigen dazu, ebenfalls die unternehmerische Lebensform anzunehmen bzw. – in den Worten des Ökonomen Arndt – dem Homo oeconomicus nachzueifern.

Von der unternehmerischen Lebensform abweichende Lebensentwürfe haben unter diesen Bedingungen einen schweren Stand. Auch diejenigen, “die sich mit dem bereits Erreichten begnügen wollen” – man könnte hier von ‘Selbstbegrenzern’ sprechen –, werden so “gezwungen, denen zu folgen, die inzwischen die Führung übernommen haben.”⁷⁸ Wenn diejenigen, in deren Lebensentwurf die unternehmerische Selbstbehauptung nur *einen Gesichtspunkt neben anderen* darstellt, diese Selbstbehauptung nicht zum *Hauptzweck* ihres Lebens machen, werden sie sich bald auf der Verliererseite wiederfinden. Da der Markt jedoch *instanzlos* ist, werden auch sie früher oder später zu ‘Lebensunternehmern’ werden *wollen* und diese Lebensform als Ausdruck ihrer Wünsche und Interessen wahrnehmen. Sie werden den Wettbewerbsdruck nicht als ‚Gefahr‘, sondern als ‚Herausforderung‘ und ‚Chance‘ wahrnehmen. “Ziel *muss* sein, der Beste sein zu *wollen*.”⁷⁹ Diese Lebensmaxime wird ihnen bald als ganz ‘natürlich’ erscheinen. Allerdings werden sie erkennen: “Nicht alle können gewinnen, aber alle können es versuchen.”⁸⁰

Wir sehen, die ‘Sachzwänge’ des Markt- und Wettbewerbsprozesses sind nicht etwa irgendwie neutral, sondern durchaus *parteilich*, und zwar zugunsten der wettbewerbsorientierten Lebensform des ‘Unternehmers’ im weitesten Sinne – und darüber hinaus zugunsten des Kapitals.⁸¹ Es besteht eine *strukturelle Asym-*

⁷⁵ Heuss, E.: Wettbewerb, in: Handwörterbuch der Wirtschaftswissenschaft, Bd. 8, Stuttgart u.a. 1980, S. 679-697, hier S. 686.

⁷⁶ Hayek (1981b: 109).

⁷⁷ Arndt (1975: 257).

⁷⁸ Heuss (1980: 684 f.).

⁷⁹ Pury, D. de: “David de Pury und wie er die Welt sieht” (Interview), in: Tagesanzeiger, 2. Februar 1996, S. 7, Hvh.d.V. David de Pury war zu der Zeit Koprsäsident des schwedisch-schweizerischen Konzerns Asea Brown Boveri (ABB) und Mitherausgeber des vieldiskutierten ordnungspolitischen “Weissbuchs”. Pury, D. de/Hauser, H./Schmid, B. (Hrsg.): Mut zum Aufbruch. Eine wirtschaftspolitische Agenda für die Schweiz, Zürich 1995.

⁸⁰ De Pury (1996).

⁸¹ Die ökonomische Funktion des Kapitals, das einer ‘arbeitsfreien’ Einkommensquelle entspricht, besteht letztlich darin, für die ‘Pionierunternehmer’ die Zeit einkommensmäßig zu überbrücken, die zwischen Innovationsidee und den später fließenden Umsätzen bzw. ‘Returns on Investments’ liegt. Damit unterstützen sie,

metrie der Lebenschancen, wie bereits der Mitbegründer der ordoliberalen Schule, Wilhelm Röpke (1899-1966), erkannte. Die "Asymmetrie der Marktwirtschaft" besteht darin,

"... dass der Markt sehr oft in lebenswichtigen Fragen die Gewichte verschiebt, weil er einseitig diejenige Aktivität begünstigt, die Quelle des Gewinns ist, während die gegen diese Aktivität vorzubringenden Gründe auf dem Markte nicht zur Geltung kommen."⁸²

Max Weber hatte ganz in diesem Sinne die moderne Unternehmung durch ihr Bestreben charakterisiert, "betriebsfremde" Interessen auszuschalten, also solche Gesichtspunkte unberücksichtigt zu lassen, "welche nicht primär an nachhaltiger Dauer-Rentabilität des Unternehmens orientiert sind."⁸³ Allgemeiner ließe sich von *marktfremden Gesichtspunkten* sprechen, womit alle erdenklichen Gesichtspunkte und Aspekte gemeint sind – bis auf den Gesichtspunkt des ökonomischen Erfolgs. (Man denke hierbei beispielsweise an die so genannten ‚Quersubventionierungen‘ zwischen rentablen und weniger rentablen Unternehmensbereichen, die im Zuge von ‚Restrukturierungen‘ oftmals nicht nur überhaupt erst aufgedeckt, sondern i.d.R. beseitigt werden sollen.) In der Elimination marktfremder Gesichtspunkte liegt sozusagen das Erfolgsgeheimnis der Selbstbehauptung im Wettbewerb – sei es der Unternehmen oder der Individuen. Zugleich lässt sich der Zwang zum Unternehmertum als Zwang begreifen, marktfremde Gesichtspunkte zunehmend unberücksichtigt lassen zu müssen.

3.4.3 Moralisches Unternehmertum als Ausweg aus dem Zumutbarkeitsproblem?

Kommen wir noch einmal auf das unternehmensethische 'Unmöglichkeitstheorem' bzw. das Zumutbarkeitsproblem zurück. Dieses können wir nun nämlich klarer fassen: Auch wenn marktfremde Gesichtspunkte nicht zwingend ethisch legitime Gesichtspunkte darstellen,⁸⁴ so lässt sich doch sagen, dass das Zumutbarkeitsproblem darin besteht, dass es unter den sachzwanghaften Bedingungen eines sich stetig intensivierenden Wettbewerbs zunehmend *schwieriger* wird, marktfremde Gesichtspunkte zur Geltung zu bringen.

gewollt oder ungewollt, die besonders wettbewerbsfähigen und -willigen Marktteilnehmer dabei, die bestehenden Einkommenspositionen weniger 'fitter' Marktteilnehmer unter Wettbewerbsdruck zu setzen. Vgl. hierzu im Einzelnen Thielemann, U.: Das Ende des Neoliberalismus?, in: Wirtschaftsdienst. Zeitschrift für Wirtschaftspolitik (Zeitgespräch zum Thema „Ist die Kapitalismuskritik berechtigt?“), Juni 2005 (2005b), S. 358-364; ders. (2009: 188-199).

⁸² Röpke, W.: Jenseits von Angebot und Nachfrage, Erlenbach-Zürich/Stuttgart 1958, S. 183 f.

⁸³ Weber (1972: 79).

⁸⁴ So ist beispielsweise die Ausübung von Gewalt nicht nur illegitim, sondern auch 'marktfremd'. Die marktlichen Austauschverhältnisse sind definitionsgemäß gewaltfrei. Ein ‚Austausch‘ von Leistungen bei vorgehaltener Pistole (‚Ich erschieße Dich nicht, dafür gibst Du mir den Zaster.‘) ist definitionsgemäß kein Markttausch.

Doch könnte hier nicht unsere *handlungstheoretische Grundeinsicht* weiterhelfen, dass ‘Unmögliches’ stets möglich *gemacht* werden kann? Könnte nicht das Unternehmertum einen Ausweg bieten? Die Unternehmen bzw. die Individuen *müssen* ja gar nicht ihre Wettbewerbsposition verlieren, auch wenn sie ethischen Gesichtspunkten bei ihren Geschäftsaktivitäten Rechnung tragen wollen. Selbst bei denkbar weitgehender Berücksichtigung ethisch legitimer Ansprüche wären Umsatzeinbrüche oder Arbeitslosigkeit doch *keine zwingende Folge* des unternehmensethischen Engagements:

“Je mehr es ... gelingt, sich gegenüber der Konkurrenz durch eine geschickte Unternehmensstrategie immer wieder einen (dauerhaften) strategischen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen, umso eher wird ... eine Unternehmensethik möglich.”⁸⁵

Je erfolgreicher eine Unternehmung ist, desto besser für die Ethik – so ließe sich diese Sicht zusammenfassen. Denn eine “hervorragende Wettbewerbsfähigkeit” sei “quasi funktional für ethische Bemühungen”.⁸⁶ Unternehmen, die ethischen Gesichtspunkten Rechnung tragen wollen, müssen eben *zusätzliche* Anstrengungen unternehmen, wenn sie ökonomisch erfolgreich sein bzw. ein für sie ausreichendes Einkommen erzielen *und* ethischen Gesichtspunkten Rechnung tragen wollen. Da diese zusätzlichen Anstrengungen *unternehmerischer* Natur sind und zugleich ethisch begründet sind, ließe sich hier von einem *moralischen Unternehmertum* sprechen.

An diesem Vorschlag, der insbesondere von Horst Steinmann und seinen Mitarbeitern vertreten wird,⁸⁷ lässt sich der *Reflexionsstopp angewandter (Wirtschafts-)Ethik* zusammenfassend darlegen:

Stellen wir uns zwei in etwa gleich große und gleich wettbewerbsfähige Unternehmen vor, die in enger Konkurrenzbeziehung stehen. Wenn sich eine der beiden Firmen nun dazu entschließt, ethischen Überlegungen vermehrt Beachtung zu schenken oder ihre Geschäftspolitik und Unternehmensstrategie gar auf eine ethisch wohlreflektierte Geschäftsgrundlage zu stellen, wird sie vermutlich gegenüber der anderen Firma Marktanteile verlieren.⁸⁸ Die korrespondierenden Einkommensverluste könnten sie nun durch *zusätzliche* Wettbewerbsanstrengungen ausgleichen. Der Reflexionsstopp von Wirtschafts- bzw. Unternehmensethik als angewandter Ethik, die ein solches moralisches Unternehmertum ohne Relativierung vorschlägt, liegt darin, dass sie den Druck der Konkurrenz, die in

⁸⁵ Steinmann, H./Löhr, A.: Grundlagen der Unternehmensethik, 2. Aufl., Stuttgart 1994, S. 198 f. (1994b).

⁸⁶ Löhr (1991: 286).

⁸⁷ Auch Baumol (1991: 5, 15) gibt zu bedenken, dass es neben der Möglichkeit, dass “die ethische Firma vollständig aus dem Markt geworfen wird,” ja noch die Möglichkeit gibt, “die korrespondierenden Einkommensverluste hinzunehmen *oder diese durch härtere Arbeit oder ein Äquivalent auszugleichen.*” Übers. und Hvh.d.V.

⁸⁸ Dem ‘Vermutlich’ werden wir uns im nächsten Abschnitt (4.4) zuwenden, wo es um die Erörterung der These geht, dass sich ‘Ethik’ langfristig auszahlt. Hier sei nur soviel gesagt, dass sich sicher nicht alle ethisch legitimen oder gar ethisch gebotenen marktfremden Gesichtspunkte bezahlt machen.

unserem Beispiel annahmegemäß keine ethischen Rücksichten nimmt, und damit den Zwang zum (moralischen) Unternehmertum unter der Hand für legitim erklärt. Dieser Einwand gilt natürlich auch für den Fall, wenn eine ganze Branche im Wettbewerbsprozess unter Druck gerät und gleichwohl an die Firmen der Branche ethische Forderungen gerichtet werden. Wir sehen hier, dass die Frage der Zumutbarkeit legitimer Ansprüche an die Unternehmen (oder allgemeiner: die Wirtschaftssubjekte) letztlich auf die Frage nach der Zumutbarkeit moralischen Unternehmertums einerseits und des Verzichts auf die Ausnutzung von Gewinn- bzw. allgemeiner Einkommenschancen andererseits hinausläuft.

Stellen wir uns nun zwei Unternehmen vor, die unterschiedlich wettbewerbsstark sind. Die eine Firma erzielt hervorragende Resultate, erwirtschaftet hohe Einkommen für die Kapitalgeber und die Arbeitnehmer und hat dementsprechend einen hohen Unternehmenswert.⁸⁹ Die andere Firma ist eher wettbewerbschwach, erwirtschaftet aber nach wie vor Einkommen für Mitarbeiter und Kapitalgeber; sie ist das, was Ökonomen einen ‚Grenzanbieter‘ nennen. Der wettbewerbsstärkeren Unternehmung wird es nun ziemlich leicht fallen, bestimmten ethischen Ansprüchen Rechnung zu tragen. Sie ist erfolgreich *und* kann sich vermutlich moralischer Hochschätzung erfreuen. Die wettbewerbschwächere Firma hat hingegen das doppelte Nachsehen. Sie zählt nicht nur ökonomisch zu den Verlierern, auch ist es um ihren ethischen Ruf und ihr öffentliches Ansehen vermutlich eher schlecht bestellt. Zu bedenken ist dabei, dass ihre Wettbewerbsschwäche, die stets eine *relative* ist, auf die Wettbewerbsstärke der anderen Firma zurückzuführen ist. Ohne deren Wettbewerbsstärke könnte auch sie relativ problemlos ethischen Gesichtspunkten Rechnung tragen.

In der Vernachlässigung solcher *interner Effekte* des Marktes, insbesondere des Wettbewerbs, liegt der grundlegende *Reflexionsstopp* des ‘angewandten’ Verständnisses von Wirtschaftsethik. Die Wettbewerbsbeziehungen, überhaupt alles Ökonomische, werden kurzerhand den ‘Bedingungen’ der Ethik zugeschlagen – und nicht selbst *ethisch* mitreflektiert. Zu dieser Reflexion gehört selbstverständlich die Erkenntnis, dass moralisches Unternehmertum zumutbar sein kann. Dies gilt es in [Zumutbarkeitsdiskursen](#) zu klären – sowohl auf der Ebene der Unternehmung als auch der Ordnungspolitik.⁹⁰ Und hier stellt sich stets die Alternative:

- entweder Inkaufnahme von ökonomischen Nachteilen und Verzicht auf Einkommen, wobei bei diesem Verzicht weniger an tatsächliche Einkommensverluste zu denken ist als vielmehr an *Opportunitätskosten*, also an die Preis-

⁸⁹ Hohe Einkommen für Arbeitnehmer gehen allerdings nicht notwendigerweise mit einem hohen Unternehmenswert einher, denn die Einkommen der Mitarbeiter sind aus der Sicht der Kapitalgeber Kosten, schmälern also den Gewinn.

⁹⁰ Wir wenden uns der Ordnungspolitik und -ethik sowie ihrer Verknüpfung zur Unternehmensethik systematisch in den Abschnitten 7.3 und 8.2.2 zu.

gabe von an sich erreichbaren, aber (noch) nicht ausgeschöpften Einkommenschancen;

- oder aber moralisches Unternehmertum, also zusätzliche unternehmerische Anstrengungen, um die (Opportunitäts-)Verluste auszugleichen. Da die Konkurrenz nicht schläft, sei sie ethisch aufgeklärt oder nicht, läuft die Zumutbarkeitsfrage letztlich auf die Frage nach der *Zumutbarkeit moralischen Unternehmertums* hinaus. Dabei ist auch der zusätzliche Wettbewerbsdruck der ‘moralischen’ Unternehmer auf andere Marktteilnehmer mitzureflectieren.

Der Reflexionsstopp des Konzepts der ‘Anwendung der Ethik auf die Wirtschaft’ zeigt sich auch darin, dass gelegentlich wieder auf das – offenbar interessenbezogene – ‘Unmöglichkeitstheorem’ zurückgegriffen wird, indem nämlich die “ökonomische Triftigkeit” zur “systematischen Grenze” des unternehmensethischen Diskurses erklärt wird.⁹¹ Charakteristisch für dieses Denken ist die Ansicht, unternehmerisches Gewinnstreben ließe sich analytisch in zwei Zielkomponenten unterteilen: ein als neutral unterstelltes “Formalziel der Gewinnmaximierung” einerseits, ein “Sachziel” (Unternehmensstrategien, Produktionsmethoden, Produkte usw.) andererseits.⁹² Ein ethischer Reflexionsbedarf stellt sich dieser Auffassung zufolge nur für das so genannte “Sachziel”, d.h. für die Frage, “mit welchen Mitteln Gewinne gemacht werden.”⁹³ Für das ‘Formalziel Gewinn’ bestehe hingegen „für den Normalfall“ eine ethische “Richtigkeitsvermutung”.⁹⁴

Hinter dieser Trennung steht offenbar die (zutreffende) Überlegung, dass unternehmensethische Erwägungen stets auch unternehmensstrategisch relevant sind, also (wenn man sich dieses Begriffs bedienen will) das “Sachziel” der unternehmerischen Aktivitäten berühren. Und dabei kann selbst bei einer sehr umfassenden, ethisch begründeten und motivierten Revision der Unternehmensstrategie möglicherweise der gleiche Unternehmenserfolg erzielt werden wie bislang. Ja, selbst wenn die Firma aufgelöst wird, etwa weil sich Produktionsverfahren oder Produkte grundsätzlich als ethisch fragwürdig erwiesen haben (man denke an die kaum noch existente Asbestindustrie), besteht die Möglichkeit, dass die Mitarbeiter und Kapitalgeber in ganz anderen Branchen ein ebenso hohes Einkommen erzielen wie bisher.

Doch haben wir es hier wiederum mit Fällen moralischen Unternehmertums zu tun (dazu gehören auch Umschulungs- und Weiterbildungsanstrengungen von entlassenen Mitarbeitern), dessen *Zumutbarkeit* gerade im Zentrum der unternehmens- und wirtschaftsethischen Fragestellung liegt. Diese Problematik wird

⁹¹ So Steinmann/Löhr (1994a: 159).

⁹² Vgl. Steinmann/Löhr (1994b: 110 ff.).

⁹³ Steinmann/Löhr (1994b: 112).

⁹⁴ Steinmann/Löhr (1994b: 107); dies.: Unternehmensethik, in: Frese, E. (Hrsg.), Handwörterbuch der Organisation, 3. Aufl., Stuttgart 1992, Sp. 2451-2462, hier Sp. 2455.

durch die Charakterisierung der Gewinn- und Einkommenserzielungsanstrengungen als ein offenbar neutrales “Formalziel” verdeckt. Ebenfalls werden so die *internen Effekte* bei der Verfolgung des ‘Formalziels Gewinn’ unterschlagen. Der Druck auf andere Wettbewerber, überbordende Leistungsanforderungen an die Mitarbeiter, überhaupt die Behandlung der Tauschpartner (Abnehmer, Mitarbeiter, Zulieferer) rein und ausschließlich nach ihrer Leistungsfähigkeit (Produktivität und Zahlungsfähigkeit)⁹⁵ – all dies liegt nicht nur in der Konsequenz des “Formalziels” Gewinn, sondern wird so auch aus der ethischen Betrachtung ausgeklammert, indem der ethische Fokus allein auf das vermeintliche “Sachziel” gelenkt wird.

Doch selbst analytisch betrachtet macht die Unterscheidung von “Formal-” und “Sachziel” keinen Sinn. Denn die “Sachziele” (Produktionsmethoden, Produkte usw.) werden ja weitgehend oder – im Falle der Gewinnmaximierung – gar ausschließlich im Hinblick auf das “Formalziel” gewählt. Sie sind dann schlicht ein *Mittel* der Gewinnerzielung oder gar der Gewinnmaximierung.⁹⁶ Darum gibt es von Standpunkt des “Formalziels der Gewinnmaximierung” (Steinmann/Löhr) aus streng genommen nur ein einziges ‘richtiges’ oder ‘optimales’ “Sachziel” – nämlich diejenige Kombination von Produkten und Produktionsverfahren, mit denen sich die höchsten Gewinne erzielen lassen.⁹⁷

Eine *weitere*, ebenfalls populäre Form des Reflexionsstopps vor den wettbewerbliehen ‘Bedingungen’ der unternehmerischen Selbstbehauptung und darüber hinaus auch der Ausrichtung einer spezifischen unternehmensbezogenen Geschäftsstrategie (“Sachziel”) stellt das Konzept einer *Spendenethik* dar. Aus der Sicht seiner Vertreter kommt es darauf an, dass die Unternehmung sich zunächst strikt am ‘Prinzip’ der Gewinnmaximierung orientiert. Denn ihr ethisches Engagement könne letztlich nur darin bestehen, die erzielten Gewinne zu *wohlthätigen* Zwecken einzusetzen. Möglichst hohe Gewinne sind also gut für ‘die Ethik’:

„Nur wer Überschüsse erzielt hat, kann sie guten Zwecken zuführen.“⁹⁸

Die ethische Qualität der *Gewinnerzielung* (‘profit-making’) wird hier grundsätzlich der Reflexion entzogen; für sie gilt vielmehr prinzipiell das ‘Prinzip’ der Gewinnmaximierung. Die Ethik kommt erst bei der *Gewinnverwendung* (‘profit-spending’) ins Spiel, hat also mit der eigentlichen unternehmerischen Tätigkeit nichts zu tun. Die Gewinnerzielung selbst gilt offenbar als *ethisch neutral*.

⁹⁵ Vgl. exemplarisch Thielemann (2005b).

⁹⁶ Wir wenden uns der Gewinnmaximierung systematisch in Abschnitt 4.2.2.

⁹⁷ Interessant ist in diesem Zusammenhang die Charakterisierung des Wettbewerbs durch den Ökonomen Ludwig von Mises (1881-1973), nach der alle Unternehmen bzw. die Anbieter welcher Produkte und Dienste auch immer “(are) competing for the buyers’ dollars.” Mises, L. von: *Human Action*, 3. Aufl., San Francisco 1966, S. 278.

⁹⁸ Schneider, D.: Unternehmensethik und Gewinnprinzip in der Betriebswirtschaftslehre, in: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 1990, S. 869-891, hier S. 870.

Es wird also unterstellt, dass bei der Gewinnerzielung weder externe noch interne Effekte erzeugt werden, denen ethisch klärungsbedürftige Ansprüche (etwa sozialer oder ökologischer Art) korrespondieren. Auch Verteilungsfragen bleiben ausgeklammert, denn die Verteilung, um die es bei der Spendenethik geht, steht in keinem Zusammenhang mit den ökonomischen Gewinnerzielungsaktivitäten der Unternehmung und ihren ‚zerstörerischen‘ (Schumpeter) Wirkungen. Sie ist insofern noch nicht einmal eine Umverteilung, sondern hat eher den Charakter gönnerhaft gewährter Almosen.⁹⁹

Das spendenethische Denkmuster lässt sich auch mit der gelegentlich verwendeten *Kuchen-Metapher* veranschaulichen. Nach dieser ist der ‚Gewinnkuchen‘ zuerst einmal zu backen, bevor er verteilt werden kann. Je größer der Kuchen ist, um so mehr könne für außerökonomische Zwecke wie Umweltschutz, soziale Wohlfahrt oder Kultur verteilt werden.¹⁰⁰ Doch kommt es, um im Bild zu bleiben, für einen ethisch genießbaren Kuchen nicht nur auf dessen *Größe*, sondern vor allem auf das *Rezept* an, nach dem der Kuchen gebacken wird. Dieses selbst, d.h. die *Qualität* der Gewinnerzielungsaktivitäten, gilt es ebenso wie den Nachdruck, mit der das Gewinnziel verfolgt wird (im Grenzfall bis zur Gewinnmaximierung), jedoch vorrangig ethisch zu reflektieren.

Die Ungereimtheit einer solchen *karitativen Ethik* ‚post festum‘, die also erst nach erfolgreich geschlagener Wettbewerbsschlacht greift, zeigt sich auch in der folgenden *Paradoxie*: Wenn sich die ethische Dignität einer Unternehmung daran bemisst, wie viele Mittel sie für ‚gute Zwecke‘ zu verteilen in der Lage ist, dann kommt es vor allem anderen darauf an, so hohe Gewinne wie möglich zu erwirtschaften, sich also am ‚Prinzip‘ der *Gewinnmaximierung* zu orientieren.¹⁰¹ Nun werden allerdings die *nachträglich* zur ‚guten‘ Verwendung verfügbaren Gewinne umso höher sein, je konsequenter eine Unternehmung die *gegenwärtigen* ‚Überschüsse‘ reinvestiert statt sie auszuschütten bzw. sie, bezogen auf das Gewinnziel, zu ‚verschwenden‘. Die von den Wohltaten Bedachten können also immer wieder auf die Zukunft vertröstet werden, in der die ‚Überschüsse‘ ja noch größer sein werden als heute! Im Endeffekt ist es aus dieser Sicht stets ‚wohltätiger‘, die Gewinne zu reinvestieren. Das ethische Engagement, selbst in diesem äußerst verkürzten Sinne des ‚Spendens‘, wird so auf eine unbestimmte Zukunft verschoben. Im Ergebnis läuft das Konzept auf eine *Rechtfertigung* strikten Erfolgsstrebens bzw. der Gewinnmaximierung hinaus.

⁹⁹ Dies gilt zumindest dann, wenn Maßnahmen der Umverteilung (die natürlich vorrangig Sache des Sozialstaates, nicht von Privaten ist) definitionsgemäß den Sinn haben, die ‚Zerstörungswirkungen‘ des Wettbewerbs einkommensmäßig ein Stück weit zu korrigieren.

¹⁰⁰ Hierbei ist zu beachten, dass in dieser Konzeption die Verteilungsmaßnahmen nicht der Gewinnerzielung dienen, wie es beim Sponsoring häufig der Fall sein dürfte. Sie sind nicht *Investitionen* in die Reputation der Firma, sondern gleichsam dem ‚Konsum‘ zuzurechnen. Dem damit angesprochenen Konzept einer instrumentalistischen Unternehmensethik wenden wir uns in Abschnitt 4.4 zu.

¹⁰¹ Es handelt sich also auch hier insofern um eine Form *moralischen Unternehmertums*, als das ethisch Gebotene (ausschließlich) im Akt des Spendens erblickt wird und dieses Spenden durch unternehmerische Selbstbehauptungsanstrengungen im Markt *möglich gemacht* wird.

Fassen wir zusammen: Das auf den ersten Blick problemlos oder sogar selbstverständlich erscheinende Verständnis von Wirtschafts- und Unternehmensethik als einer ‘angewandten’ Ethik verkennt das wirtschaftsethisch zentrale Problem der *Zumutbarkeit* ethischer Ansprüche angesichts der wettbewerblichen Sachzwänge des Wirtschaftens. Überhaupt ist dieses wirtschaftsethische Denkmuster durch einen *Reflexionsstopp* vor den *internen Effekten* des Wirtschaftens und damit vor der eigensinnigen Funktionslogik des Wirtschaftssystems gekennzeichnet. Dieses wird mehr oder weniger pauschal und *unter der Hand* zu legitimieren versucht – insbesondere durch ethische ‘Unmöglichkeits’-Behauptungen. Darum führt der Ansatz, wenn man ihn diesbezüglich weiterdenkt, zu einem weiteren, ebenfalls ethisch defizitären Ansatz: zur Wirtschaftsethik als normativer Ökonomik bzw. zum *Ökonomismus*. Diesem wenden wir uns nun zu.

3.5 Multiple-Choice Fragen zu Kapitel 3

A) Welche Aussage trifft zu?

1	Rationalität hat mit Ethik nichts zu tun
2	Rationalität ist ein normatives Konzept
3	Zwischen Rationalität und Ethik besteht ein Gegensatz

B) Über das Verhältnis der bereichsspezifischen ‚Anwendungsethiken‘ (‚Technikethik‘, ‚Medizinethik‘, ‚Wirtschaftsethik‘ usw.) zu ihren jeweils zugehörigen Fachdisziplinen (Ingenieurwissenschaften, Medizin, Ökonomie usw.) lässt sich sagen,

1	dass es sich hier um ein Kompensationsphänomen handelt
2	dass die Arbeitsteilung zwischen Fachdisziplin und angewandter Bereichsethik als ethisch gelungen und sehr praxisorientiert zu bezeichnen ist
3	dass die ‚Anwendungsethiken‘ die ihnen jeweils zugehörigen Fachdisziplinen (wie diese sich selbst) als ‚wertfrei‘ betrachten

C) Das Anwendungskonzept von Ethik

1	ist partikularistisch
2	ist universalistisch
3	ist ursprünglich partikularistisch, lässt sich jedoch universalistisch auslegen

D) Warum ist das unternehmensethische Unmöglichkeitstheorem dem Anwendungsverständnis von Wirtschaftsethik zuzuordnen?

1	Weil ‚Unmöglichkeit‘ und ‚(Nicht-) Anwendbarkeit‘ letztlich dasselbe bedeuten
2	Weil ihm ein Reflexionsstopp vor den ‚(Anwendungs-) Bedingungen der Wirtschaft‘ entspricht
3	Das unternehmensethische Unmöglichkeitstheorem ist gar nicht der Wirtschaftsethik zuzuordnen, weil es keinen normativen Geltungsanspruch erhebt

E) Was sind Sachzwänge?

1	Sachzwänge sind Zwänge, die in der ‚Natur der Sache‘ zu liegen scheinen, aber dennoch keine Naturzwänge sind
2	Sachzwänge sind Zwänge, denen man sich beugen muss, weil dies sachlich gerechtfertigt ist
3	Sachzwänge sind zwar sozialen Ursprungs, dennoch handelt es sich nicht um personale Zwänge

F) Die Lebenswelt

1	ist eine Form gesellschaftlicher Ordnung
2	ist derjenige gesellschaftliche Bereich, der Ausdruck der Intentionen der Gesellschaftsmitglieder ist
3	Erkenntnisse über die Lebenswelt sind kontraintuitiv

G) Das System

1	ist eine Form gesellschaftlicher Ordnung
2	ist derjenige gesellschaftliche Bereich, der den Gesellschaftsmitgliedern intuitiv vertraut ist
3	ist derjenige gesellschaftliche Bereich, der sich aus dem Zusammenspiel der Handlungen der Gesellschaftsmitglieder ergibt

H) Die Sachzwänge des Marktes ergeben sich

1	aus dem Tauschprozess
2	aus dem Wettbewerbsprozess
3	aus dem Umstand, dass eine unüberblickbare Zahl von Marktteilnehmern dem Einzelnen sein Einkommen verschaffen, die alle die Exit-Option wählen könnten und selbst der Exit-Option ihrer Tauschpartner ausgesetzt sind

I) Das unternehmensethische Unmöglichkeitstheorem

1	ist nicht haltbar, weil es niemals unmöglich ist, das ethisch Richtige zu tun
2	ist eine logische Konsequenz des Wettbewerbsprozesses als eines Prozesses „schöpferischer Zerstörung“ (Josef. A. Schumpeter)
3	rechtfertigt unter der Hand jedes beliebige Gewinninteresse

J) Die Frage nach der Zumutbarkeit der Moral

1	ist eine zentrale wirtschafts- und unternehmensethische Fragestellung
2	ist eine sinnlose Fragestellung
3	muss unter den Bedingungen des Wettbewerbs oftmals verneint werden

K) Die Neutralität des Wirtschaftens

1	zu behaupten ist eine kluge Strategie, um sich vor ethischen Einwänden zu schützen
2	ist eine stets erneut zu klärende wirtschaftsethische Grundfrage
3	ist eine nicht haltbare Behauptung, da sie auf eine pauschale Rechtfertigung des Wirtschaftens hinausläuft

L) Welche Aussage trifft zu?

1	Wirtschaftsethische Probleme lassen sich stets darauf zurückführen, dass Unternehmen externe Effekte auf die Lebenswelt ausüben
2	Eine unverkürzte Wirtschaftsethik reflektiert sowohl die externen wie die internen Effekte des Wirtschaftens
3	Das Spezifikum wirtschaftsethischer Probleme besteht stets darin, dass Wirtschaftssubjekte (Käufer, Verkäufer, Konkurrenten) ethisch klärungsbedürftige marktinterne Effekte aufeinander ausüben

M) Vom Wettbewerbsprozess und seiner Intensivierung profitieren

1	Wir alle, denn wir sind alle Konsumenten
2	Die Produzenten, denn Wettbewerb bedeutet Wachstum, und Wachstum bedeutet mehr Einkommen
3	Die wettbewerbsfähigen Produzenten

N) Unternehmertum

1	ist eine investive Grundhaltung dem Leben gegenüber
2	lässt sich definieren als die Grundhaltung der Leiter erfolgreicher Unternehmen
3	ist diejenige Grundhaltung, die man zumindest ein Stück weit mitbringen muss, um ein Einkommen zu erzielen

O) Worin besteht moralisches Unternehmertum?

1	Darin, bei der Gewinnerzielung auch ethischen Gesichtspunkten Rechnung zu tragen
2	Darin, zusätzliche unternehmerische Anstrengungen zu unternehmen, um legitimen Ansprüchen Rechnung zu tragen, ohne an Wettbewerbsfähigkeit zu verlieren
3	Darin, so viel Moral wie möglich bei den Unternehmensaktivitäten zu berücksichtigen

P) Die Trennung der Unternehmensaktivitäten in ein „Formalziel“ Gewinn und ein „Sachziel“

1	entspricht einem Reflexionsstopp vor den internen Effekten des Marktverkehrs
2	erlaubt es, die Unternehmensethik von übergebührlischen und unzumutbaren Ansprüchen frei zu halten
3	dient der ethischen verkürzten Entproblematisierung („Neutralisierung“) des Gewinnmaximierungsziels

Q) Worin besteht die ethische Verkürzung des Konzepts einer unternehmensbezogenen Spendenethik?

1	Darin, dass die Gewinnerzielungsanstrengungen stillschweigend als ethisch neutral unterstellt werden
2	Darin, dass die Unternehmung einen Teil ihrer Überschüsse für wohltätige Zwecke verwendet
3	Darin, dass das ‚Rezept‘, nach dem der zu verteilende ‚Gewinnkuchen‘ erzeugt bzw. ‚gebacken‘ wird, der ethischen Reflexion entzogen wird

3.6 Fallstudie zu Kapitel 3: Pharmaindustrie in der Kritik

Are we in a health care crisis?

Marcia Angell¹⁰²

We certainly are in a health care crisis. If we had set out to design the worst system that we could imagine, we couldn't have imagined on as bad as we have. Here's a system in which we spend over twice what the next most expensive country spends on health care -- that's Switzerland. We spend roughly \$4500 for every American, whether they have insurance or not. Switzerland spends maybe \$2500 for every citizen. Canada spends maybe \$2,000. Great Britain, poor little Great Britain, spends about \$1,000 for every British citizen. And what do we get for it? What do we get for that \$4500? Well, we certainly don't get our money's worth. We have roughly 43 million people with no insurance whatsoever, and among the rest of us, many of us are underinsured. That is, we have shrinking packages. This might be covered, but that won't be covered. (...)

Henderson Global Investors: Fulfilling its Potential.

Sustainability, Responsibility and Ethics in the Pharmaceutical Industry.

An Agenda of Change, London 2003¹⁰³

1. Global Pharmaceuticals – A Successful Business Model

For many decades, the pharmaceutical industry has helped to radically improve quality of life, in many cases revolutionising the way healthcare is provided. Examples of health conditions where the industry has been particularly successful at providing treatment include asthma, high cholesterol, high blood pressure, diabetes and some types of cancer such as breast cancer and lymphoma. Patients' quality of life has been improved through declining hospitalisations and surgeries, reduced medication side effects, and workers with illnesses have been helped to lead more normal and productive lives. The sector has historically also been highly attractive to investors. Over the past decade, the pharmaceutical industry has been one of the most profitable global sectors, generating operating margins of over 20% between 1995-2001 – compared with just 6% for automobiles... The late 1990s also witnessed a period of considerable growth, with the value of the global market doubling to USD 400.5 billion in 2002. Revenues generated from industrialised countries predominate, with the USA accounting for approximately 43% of the global market in 2002, followed by Europe (25%) and Japan (14%); sales to developing countries make up 11% of the total.

The industry has also undergone considerable structural change through high-profile mergers – matched by strategic divestments, most notably of life science businesses. For these leading pharmaceutical companies, profits are increasingly earned through the sale of branded, patent-protected 'blockbuster' drugs in core markets. Globally, patent protection for these branded drugs has also been strengthened through the World Trade Organisation (WTO) agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS). (...)

¹⁰² Marcia Angell gibt das New England Journal of Medicine heraus und ist Senior Lecturer des Department of Social Medicine der Harvard Medical School; www.pbs.org/healthcarecrisis/Exprts_intrvw/m_angell.htm.

¹⁰³ www.henderson.com/global_includes/pdf/corporate_governance/Pharma_Report_Sept_2003.pdf.

3. The Sustainability, Responsibility and Ethical Agenda

For socially responsible investors (SRI), the pharmaceutical industry presents a special challenge. At the heart of the business is the mission of improving health and quality of life. Indeed, according to one of the world's leading pharmaceutical companies, its mission is "to improve the quality of human life by enabling people to do more, feel better and live longer" (This is the corporate mission of GSK (www.gsk.com)). Yet, for an industry that offers so much potential for contributing positively to sustainable development, in the space of a few years, pharmaceuticals has become one of the sectors most exposed to society's rising expectations of corporate responsibility. Triggers for this shift include:

- Renewed assaults by sometimes violent animal rights campaigners, concerned about animal welfare issues;
- Increasing criticism of the mismatch between pharmaceutical business strategies and global health needs;
- High-profile campaigns to improve access to medicines in the developing world;
- Growing concerns by health professionals of the role of 'big pharma' in medical research;
- Serious breaches of regulations and allegations of misconduct;
- Rising political concern in the USA at the costs of medicines and the tactics employed by drug companies to extend patents and prevent generic competition; and
- Mounting criticism by investors and others of executive pay policies.

Kaiser Family Foundation: Prescription Drug Trends 2003¹⁰⁴

When examined on the basis of their overall business (e.g., including prescription drug, veterinary, diagnostic, health care supplies, etc.), major pharmaceutical manufacturers spent more than twice as much on marketing and administrative activities as on research and development (R&D) (34% compared to 14%). Profits also exceeded R&D (24% compared to 14%), and the cost of producing drugs were one-quarter of total revenues in 2000 (Exhibit 30).

Top 10 Major Pharmaceutical Manufacturers, 2000



¹⁰⁴ www.kff.org/rxdrugs/loader.cfm?url=/commonspot/security/getfile.cfm&PageID=13796.

Taking Risks to Win

Dr. Daniel Vasella, Chairman and CEO, Novartis¹⁰⁵

(...)

Let's consider the theme of corporate social responsibility. What is your proper role?

Dr. Vasella: Let me say first that the proper role of every human being is to care about other human beings. And to care about the have-nots, if one is among the haves, is a moral duty. Personally, I prefer voluntarily giving to being forced to give, and I don't think it's fundamentally different for companies. In order to give, however, you have to make money. So the first responsibility of companies is to be successful and fulfill their business purpose. Companies should make a contribution where they can, but to what degree—that is open to debate and is a difficult question to answer. Second, I think businesses can only be a support and an adjunct—they cannot replace governments. The welfare of the people in a country is and remains the responsibility of the government and not of private industry. This is why we pay our taxes. So, any additional donation is and must remain a voluntary step, which companies should make if they can afford it.

But is corporate social responsibility more than good public relations?

Dr. Vasella: It expresses human values, and it provides an image of caring which I don't think is negative in any way. When I shared our corporate citizenship programmes with our shareholders, I never received any objections. I expected that some people would say, "This is my money. Why do you distribute some of it? I think you should just distribute it to us, and we will make the judgement call how we want to spend it." But that was not the case. And, in fact, we can support programmes that individuals could not easily provide, like our leprosy or malaria programmes for developing countries. (...)

„Jeder Lohn ist ein Hohn“

Daniel Vasella, Interview, Der Spiegel, 29. September 2003

(...)

SPIEGEL: Die Investoren erwarten von Ihnen Umsatzrenditen von 30 Prozent. Ist das nicht absurd?

Vasella: Warum sollte dies absurd sein? Halten Sie Gewinn etwa für schlecht?

SPIEGEL: Die Pharmaindustrie verdient an den Krankheiten der Menschen. Sie sollte Medikamente möglichst günstig anbieten. Eine geringere Gewinnmarge stünde der Branche gut an.

Vasella: Das ist ein typisch westeuropäisches Gedankengut. Aber die niedrigen Gewinnmargen der Pharmaindustrie in Europa haben insbesondere in Deutschland nicht sehr viel gebracht. Wissen Sie, welche Firma noch 1982 in der Welt führend war?

(...)

SPIEGEL: Für Marketing geben Sie weit mehr aus als für Forschung.

¹⁰⁵ www.pwcglobal.com/Extweb/NewCoAtWork.nsf/docid/A762ABA233E8417780256CB40044A227

Vasella: Ja, natürlich. Die Marketingausgaben sind im Schnitt fast doppelt so hoch.

SPIEGEL: Warum ist das natürlich?

Vasella: Es genügt nicht, etwas Gutes zu entdecken. Sie müssen es auch noch verkaufen. Sonst verdienen Sie nichts, und wenn Sie nichts verdienen, haben Sie nichts zum Reinvestieren.

Novartis: Caring and Curing. Geschäftsbericht 2003

(...) Ein grundsätzlich anderes Bild präsentiert sich in den ärmsten Ländern, so in gewissen Teilen Afrikas, wo HIV/AIDS, Malaria, Tuberkulose und verschiedene andere Infektionskrankheiten jährlich Millionen von Opfern fordern. Die Pharmaindustrie ist weder Verursacherin dieses Elends noch kann sie allein es verhindern. Hingegen ist sie fähig und bereit, einen Beitrag zu leisten. So verzichtete sie im Rahmen der World Trade Organization (WTO) Verhandlungen in Cancun auf Patentrechte für essentielle Medikamente in den ärmsten Ländern. Novartis geht noch wesentlich weiter.

Dank der guten Resultate war es uns auch im vergangenen Jahr möglich, sämtliche benötigten Medikamente zur Behandlung von Leprakranken der Weltgesundheitsorganisation (WHO) unentgeltlich zur Verfügung zu stellen. Zudem überlassen wir der WHO unser neues Malariamedikament, Coartem, zum Selbstkostenpreis. Kürzlich haben wir uns auch verpflichtet, während der nächsten fünf Jahre 500 000 Tuberkulosepatienten die zur Behandlung benötigten Medikamente unentgeltlich zur Verfügung zu stellen. (...)

Dr. Daniel Vasella, Präsident und Delegierter des Verwaltungsrates, S. 7.

Beyond Philanthropy: The pharmaceutical industry, corporate social responsibility and the developing world.

An Oxfam/Save the Children/VSO joint report, Oxford 2002¹⁰⁶

Oxfam, Save the Children, and VSO believe that a responsible company should have policies on access to treatment for developing countries which include the five priorities of: pricing; patents; joint public private initiatives (JPPIs); research and development (R&D); and the appropriate use of drugs. The industry, however, currently defines its policy on access largely in terms of philanthropic ventures. (...)

While a number of companies offer selected drugs at lower prices, there is little support for reductions on prices in all developing countries. For example, AstraZeneca states that it '...will offer differential prices to customers as a normal part of its business on a case by case basis.' Pfizer takes a different approach: 'For many patients in least-developed countries, medicines at any price are unaffordable. That is why Pfizer supports donation programs.' While appropriate and welcome in some circumstances, donations on the scale needed to address the health crisis are not a commercially sustainable, long-term solution. (...)

Voluntary licensing, whereby a company gives permission to another firm to produce a

¹⁰⁶ www.oxfam.org.uk/what_we_do/issues/health/downloads/beyondphilanthropy.pdf

patented drug is another way for companies to adopt a more flexible approach to patents. Only GSK (GlaxoSmithKline) gives evidence that it has recently issued any voluntary licences: 'We believe this will improve access to these medicines in South Africa', although GSK provided no evidence that they have a corporate policy on voluntary licensing. Pfizer and AstraZeneca do not believe that access is improved by issuing licenses. Merck argues conversely that patent protection is one of the conditions that enables it to commit to philanthropic programmes: '...doing well is a precondition to doing good: an enabling policy environment (including adequate TRIPS-compliant intellectual property standards) is a prerequisite for a company to have the wherewithal to mount a major philanthropic programme.'

Fragen

1. Welche Merkmale eines spendenethischen Denkens finden Sie in den Stellungnahmen der Pharmaindustrie?
2. Wie wird die spendenethische Ausrichtung begründet?
3. Welche Einwände lassen sich gegen diese Argumentation vorbringen, und worin bestehen die Verkürzungen dieses Denkens mit spezifischem Blick auf den Pharma- und Gesundheitsbereich?
4. Welche Argumentationslinien in den Stellungnahmen der Pharmaindustrie oder ihrer kritischen Beobachter finden Sie, die ein anderes wirtschaftsethisches Denken zum Ausdruck bringen?

4. Wirtschaftsethik als normative Ökonomik?

4.1 Ziele und Zweck

Der bislang kritisch dargestellte Ansatz von Wirtschaftsethik als einer auf die Wirtschaft ‚angewandten‘ bzw. unter ihren ‚Bedingungen‘ ‚angewandten‘ Ethik ist weitgehend durch die Nicht-Thematisierung des normativen Gehalts des Ökonomischen gekennzeichnet. Dieser bleibt im Hintergrund und macht sich dann etwa in der These der ‚Unmöglichkeit‘ der Ethik ‚unter den Bedingungen‘ der Wirtschaft in ethisch unzulässiger Weise bemerkbar. Die damit gegebene, mehr oder minder pauschale Affirmation des Wirtschaftens und der Wirtschaft ist impliziter bzw. stillschweigender Natur. Der nun vorzustellende Ansatz von *Wirtschaftsethik als normativer Ökonomik* thematisiert und affirmiert die Wirtschaft und das Wirtschaften hingegen *explizit*. Dabei meint er, ohne ethische Kategorien und ohne Moral auskommen zu können. Es handelt sich also bei dem im Folgenden vorzustellenden Ansatz um eine *Ethik ohne Moral*.¹⁰⁷ An die Stelle der Moral tritt hier die Norm *eigeninteressierten* Handelns und/oder das diesem korrespondierende *System* der Marktwirtschaft und des Wettbewerbs.

Der paradigmatische Ausgangspunkt der normativen Ökonomik ist der Begriff der *ökonomischen Rationalität*, wie er sich in Wirtschaftstheorie (Ökonomik bzw. Volkswirtschaftslehre) in ihrer rund 200-jährigen Geschichte (seit Adam Smith) herausgebildet hat. Dieser Rationalitätsanspruch findet sich insbesondere in der Behauptung ‚der Effizienz‘ des Wirtschaftens, wenn nur bestimmte Bedingungen erfüllt seien (‚freie Marktwirtschaft‘, ‚offene Märkte‘).

Jedes Konzept der Rationalität hat eine *normative* Bedeutung: es besagt, was vernünftigerweise getan werden soll, was ‚gut‘ (‚effizient‘, ‚optimal‘, ‚besser‘, ‚sinnvoll‘, ‚wünschbar‘ usw.) und was ‚schlecht‘ (‚ineffizient‘, ‚verzerrend‘, ‚problematisch‘ usw.) ist. Als eine Idealtheorie rationalen Wirtschaftens stellt die Ökonomik also immer schon eine normative Theorie der ‚richtigen‘ Wirtschaftsgestaltung dar. Von daher ist der nun zu diskutierende zweite Ansatz von Wirtschaftsethik zu verstehen: der Ansatz von Wirtschaftsethik als *normativer Ökonomik*.

Mit dem Begriff einer ‚normativen Ökonomik‘ ist hier weniger eine Schule gemeint, die sich selbst diesen Name gäbe; vielmehr handelt es sich um eine Fremdcharakterisierung von theoretischen Strömungen, die insbesondere in den Wirtschaftswissenschaften vorzufinden sind. Diese zeichnen sich dadurch aus, dass sie die ökonomische Rationalität überhöhen und für die ganze Vernunft ausgeben, einschließlich der ethischen Vernunft. Diese Überhöhung und Verabsolutierung lässt sich als *Ökonomismus* bezeichnen. Ökonomismus ist also –

¹⁰⁷ Im Unterschied dazu ist die angewandte Ethik eine (allerdings verkürzte) Ethik mit Moral.

kurz gesagt – der Glaube der ökonomischen Rationalität an nichts als an sich selbst.

Als normative Ökonomik lassen sich alle Versuche bezeichnen, die ökonomische Rationalität als die für uns verbindliche und normativ letztlich maßgebliche Rationalität herauszustellen. Hierfür schlägt die normative Ökonomik verschiedene Wege ein. Mit diesen wollen wir uns in diesem Abschnitt kritisch auseinandersetzen. In der ersten Variante ist nochmals auf das Konzept angewandter Ethik zurückzukommen. Die normative Ökonomik deutet das ‚Anwenden‘ nämlich konsequent als *Durchsetzen* und versucht so, mit der anzuwendenden ‚Ethik‘ zugleich die *Selbstbehauptungsrationalität* des *Homo oeconomicus* normativ zur Geltung zu bringen (4.2). In einer geistesgeschichtlich älteren Variante steckt die ethische Vernunft im *systemischen Zusammenspiel* der von ihrem Eigeninteresse angetriebenen wirtschaftlichen Akteure, das von der „unsichtbaren Hand“ des Marktes gesteuert werde (4.3). Die dritte Variante ist insbesondere unternehmensethisch relevant und lässt sich in der populären These zusammenfassen: ‚Ethik zahlt sich langfristig aus.‘ (4.4)

Bei all diesen Varianten normativer Ökonomik handelt es sich um ‚Ethiken ohne Moral‘. *Statt* auf das ethische Engagement (die Moral) einsichtsfähiger Individuen setzen sie auf den systemischen Mechanismus des Marktes bzw. auf die mit ihm verknüpfte Logik eigeninteressierten Handelns.

4.2 Zur Frage der Rechtfertigungsfähigkeit der Nutzenmaximierungsrationalität des *Homo oeconomicus*

4.2.1 Das Rationalitätsverständnis des *Homo oeconomicus*

Nach der ökonomischen Standardauffassung ist Handlungsrationaltät als Erfolgs-, Selbstbehauptungs- oder Durchsetzungsrationalität zu begreifen. Der Mensch (d.h. unsere Mitmenschen wie wir selbst auch) geht dieser Auffassung zufolge mit einer kalkulatorischen bzw. *strategischen Einstellung* durch die Welt und fragt sich stets, wie er seinen Nutzen und seinen Erfolg weiter steigern kann. Genauer: er sollte dies tun, wenn er denn ‚rational‘ und nicht etwa ‚irrational‘ handeln will.

Dieses Verständnis findet sich in der ökonomischen Literatur teilweise ausdrücklich, teilweise versteckt wieder – versteckt etwa in Lionel Robbins‘ (1898-1984) Standarddefinition der Aufgabenstellung der ökonomischen Theorie:

„Economics is the science which studies human behaviour as a relationship between ends and scarce means which have alternative uses.“¹⁰⁸

¹⁰⁸ Robbins, L.: An Essay on the Nature and Significance of Economic Science, 2. Aufl., London 1946, S. 16.

Die ökonomische Theorie ist dieser verbreiteten Auffassung zufolge also eine Lehre der Knappheitsbewältigung. Dieses Grundverständnis findet sich in praktisch jedem Standardlehrbuch der Volkswirtschaftslehre bzw. Ökonomik. Hier ein Beispiel:

„Das ökonomische Prinzip bzw. Rationalprinzip beschreibt die Handlungsweise, wie infolge der Knappheit die Bedürfnisse möglichst optimal erfüllt werden können.“¹⁰⁹

Man erkennt hier – etwa am Begriff „optimal“ – die Normativität dieses so definierten Identitätsprinzips der ökonomischen Theorie. Aus der Perspektive einer kritischen Ethik, die danach fragt, welches *Prinzip* hier als letztlich *maßgeblich* reklamiert wird, stellt sich sogleich die Frage: Was heißt „optimal“ genau? Und *für wen* konkret soll hier etwas „optimal“ erfüllt werden? Diesen Fragen wollen wir uns in diesem Abschnitt schrittweise nähern.

Einen ersten Hinweis finden wir in der mit dem „Rationalprinzip“ verbundenen These der *Universalität der ‚Knappheit‘*.

„Menschliches Leben steht unter der Bedingung universaler Knappheit.“¹¹⁰

Nun gibt es allerdings keine Knappheit an sich. Knappheit ist keine Eigenschaft, die den Dingen gleichsam objektiv anhaftet. Knappheit ist keine Tatsache, sondern eine *Bewertung* von Tatsachen. Etwas ist nur *relativ zu Interessen* ‚knapp‘. Wenn also behauptet wird, die Knappheit sei unbegrenzt, dann ist damit zugleich gesagt, dass das Streben nach *Nutzensteigerung* unbegrenzt sei. Das ‚ökonomische Prinzip‘ ist also identisch mit dem Prinzip der *Nutzenmaximierung*. Rationalität ist diesem Verständnis nach nichts anderes als *Erfolgsrationalität*, wie wir sie bereits in Abschnitt 2.5.2 kennen gelernt haben. *Mehr* zu haben ist diesem Verständnis zufolge immer ‚besser‘ als weniger zu haben, worin auch immer dieses ‚Mehr‘ im Einzelnen bestehen mag.

Die Universalität der Knappheit bedeutet nicht nur die quantitative Unendlichkeit der Knappheit; vielmehr kann sich die ‚Knappheit‘ auch auf alle erdenklichen Gegenstände beziehen – seien es Dinge (Güter, Produkte, Produktionsfaktoren) oder auch Personen. Wenn mir beispielsweise eine andere Person im Weg steht, dann ist dieser Sicht zufolge derjenige Zustand ‚knapp‘, der dadurch gekennzeichnet ist, dass sie mir nicht mehr im Weg steht. Die Allgegenwärtigkeit der Knappheit steht einfach dafür, dass die Welt – einschließlich der sozialen – als etwas Objektives wahrgenommen wird. Die ganze Welt wird *verdinglicht*, d.h. sie erscheint als eine Menge potentiell verfügbarer Objekte (Güter, Zustände).

¹⁰⁹ Fischbach, R.: Volkswirtschaftslehre I, 10. Aufl., München 1997, S. 18.

¹¹⁰ Homann, K.: Rationalität und Demokratie, Tübingen 1988, S. 53; vgl. ders. (1993: 43).

Die ökonomische Theorie fasst diese Objektivität der Welt unter den Begriff der ‚constraints‘, d.h. der Restriktionen des eigenen Nutzenstrebens. Damit sind sowohl *Widerstände* gemeint, die *Kosten* verursachen, als auch *Chancen*, die zum eigenen *Vorteil* zu nutzen sind, etwa die ‚Chance‘, ein Gut zu erwerben. Denn der Verkäufer des Guts wird dieses nur gegen Entrichtung eines Preises herausgeben. Diesen Preis zahlen zu *müssen*, darin besteht hier die Restriktion des eigenen Nutzenstrebens, denn natürlich wäre der Nutzen noch größer, wenn der Kaufpreis nicht entrichtet werden müsste.

Dieser Welt steht der Einzelne mit seinen ‚Präferenzen‘ bzw. Interessen gegenüber. Er möchte seinen Nutzen gemäß seinen Präferenzen maximieren. Wenn er dies tut, dann handelt er ‚rational‘; wenn nicht, dann handelt er ‚foolish‘.¹¹¹

Gemäß dem „ökonomischen Modell individuellen Verhaltens (handelt) derjenige rational ..., der, gegeben die jeweiligen Restriktionen, seine eigenen Interessen optimal durchsetzt.“¹¹²

Für dieses Verständnis von Handlungsrationaliät steht der Name *Homo oeconomicus*. Er ist die Personifizierung des Prinzips der Nutzenmaximierung. ‚Nutzen‘ ist dabei alles, was er darunter versteht. Das hängt eben von seinen ‚Präferenzen‘ ab.

„Homo economicus can be seen to maximize almost anything at all.“¹¹³

Homo oeconomicus, der prinzipielle Nutzenmaximierer, ist also ein *formales* Konzept. Er maximiert nicht nur den monetären Gewinn oder sein Einkommen, wie der ‚economic man‘ (G. J. Stigler), sondern seinen Nutzen gemäß all der Präferenzen, die er gerade so hat – selbstverständlich relativ zu den gegebenen constraints, d.h. relativ zu den auftretenden Widerständen, und d.h. in der sozialen Welt: relativ zur *Macht* anderer Personen, und auch relativ zu seinen eigenen Fähigkeiten, also seiner eigenen Durchsetzungsmacht. Damit ist auch der Begriff der *Kosten* eingeführt: Kosten sind gemäß je individuellen Präferenzen bewertete Widerstände. Präferenzen – d.h. Bewertungsmuster, Vorlieben und Wünsche – und constraints definieren zusammen das *wahre Eigeninteresse*. Wenn nämlich die Widerstände ‚zu groß‘ und damit die Kosten ‚zu hoch‘ sind, dann liegt es definitionsgemäß nicht in meinem ‚wahren‘ Interesse, mein ursprüngliches Handlungsziel bzw. meine Präferenz weiterzuverfolgen.

Hier der Kürze halber ein einfaches, fiktives Beispiel: Jemand mag Äpfel etwas lieber als Bananen; er hat eine *Präferenz* für Äpfel. Doch sind Äpfel viel teurer als Bananen. Darum kauft er Bananen, obwohl er eigentlich lieber Äpfel hätte.

¹¹¹ Vgl. Stigler, G. J.: *The Theory of Price*, 4. Aufl., New York 1987, S. 1 f.

¹¹² Kirchgässner, G.: *Homo oeconomicus*, Tübingen 1991, S. 178.

¹¹³ Buchanan, J. M.: *Economics Between Predictive Science and Moral Philosophy*, College Station 1987, S. 59.

Wegen der aus seiner Sicht zu hohen Kosten (*constraints*), die mit dem Konsum von Äpfeln verbunden wären, besteht sein *wahres Interesse* darin, statt Äpfeln Bananen zu konsumieren. Natürlich könnte er sich die Äpfel gewaltsam anzueignen versuchen bzw. sie stehlen. Doch dann hätte er mit der *Gegenmacht* des Apfelbesitzers bzw. – unter den Bedingungen eines Rechtsstaates – mit juristischen Sanktionen zu rechnen. Die Kosten wären noch höher, und die Nutzenbilanz sähe noch schlechter aus. Auch insofern liegt sein *wahres Interesse* darin, Bananen statt Äpfel zu kaufen und zu konsumieren.

Für die so verstandene, als ‚ökonomisch‘ bezeichnete und definierte Handlungsrationalität ist es *gleichgültig, welche* Präferenzen Homo oeconomicus hat. Diese Gleichgültigkeit ist konstitutives (bestimmendes) Merkmal des Homo oeconomicus:

„Individuals seek to further their own purposes, *whatever these may be*, by engaging in social interaction.“¹¹⁴

Welche Zwecke andere Individuen verfolgen, ist allein Sache ihrer privaten Willkürentscheidungen. Wir haben keinen argumentativen Zugang zu den Gründen, die das Handeln anderer Personen bestimmen, wobei das ökonomische Rationalitätsverständnis nicht von ‚Gründen‘, sondern von ‚Präferenzen‘ spricht:

„The genuine evaluative components of (a person’s) ‚preference‘ ... cannot be properly subjected to a true/false judgment.“¹¹⁵

Die Individuen ‚wählen eben, was sie wählen‘. „The individual chooses that which it chooses.“¹¹⁶ Mit dieser tautologisch anmutenden Formulierung versucht James M. Buchanan, Nobelpreisträger der Wirtschaftswissenschaften und einer der radikalsten und konsequentesten Vertreter des ökonomischen Rationalitätsverständnisses, die *Argumentationsunzugänglichkeit* gegenüber anderen Individuen zum Ausdruck zu bringen. Hierfür wird auch der Begriff des *methodologischen Individualismus* verwendet. Damit wird allerdings nicht bloß eine nur für die ökonomischen Wissenschaften relevante Methode benannt, sondern zugleich eine – dem Anspruch nach – für uns *verbindliche Perspektive*, und d.h. im Endeffekt: ein normativer Individualismus.

Dieser besagt, dass wir vernünftigerweise bloß auf die ‚constraints‘, denen Individuen gegenüberstehen und die ihr Handeln (zusammen mit den ‚Präferenzen‘) bestimmen, Einfluss nehmen wollen können, wenn wir ihr Handeln für falsch halten. Wir können Anreize oder Abreize setzen (etwa Zahlungen vornehmen oder Zahlungen einstellen) oder auch Gewalt ausüben, was sich allerdings meis-

¹¹⁴ Buchanan (1987: 87), Hvh.d.V.

¹¹⁵ Buchanan, J.M.: The Economics and the Ethics of Constitutional Order, Michigan 1991, S. 52.

¹¹⁶ Buchanan (1991: 226).

tens nicht bezahlt macht. Aber wir haben keinen Zugang zu den ‚Präferenzen‘ bzw. Handlungsgründen anderer Personen. Denn die Bewertungsmaßstäbe tragen wir ja in uns, und andere tragen sie in sich – und das ist gut so aus der Sicht des methodologischen bzw. normativen Individualismus.

‚Rationale‘ Individuen stehen sich also in der Einstellung ‚*wechselseitiger Desinteressiertheit*‘ gegenüber.¹¹⁷ Sie nehmen vernünftigerweise „kein Interesse an den Interessen anderer.“¹¹⁸ Sie stehen sich *gleichgültig* gegenüber – natürlich nicht was ihre jeweilige *Macht* anbelangt, denn diese beeinflusst ja die effektiv erreichbare Nutzenbilanz des Einzelnen, wohl aber was ihr Wohl und Wehe, was ihre Rechte bzw. ihre legitimen Ansprüche anbelangt. Der Begriff der Pflicht bzw. der Verantwortung und des Rechts hat in diesem Rationalitätsverständnis keine Bedeutung mehr. Weder lassen wir uns überzeugen, noch versuchen wir, andere von etwas zu überzeugen – wir versuchen allenfalls, sie durch das Setzen von An- und Abreizen zu einem uns genehmen Verhalten *zu beeinflussen*. Mit anderen Worten: der Modus der Interaktion ist die prinzipielle *Selbstbehauptung* in der sozialen Welt – in der Wirtschaft wie überall sonst auch.

4.2.2 Lässt sich das Handlungskonzept des Homo oeconomicus rechtfertigen?

Kann nun das soeben skizzierte ökonomische Verständnis von Rationalität als eine normativ-ethisch vernünftige und damit für uns *verbindliche* Handlungsorientierung gelten? Ist das Nutzenmaximierungskonzept des Homo oeconomicus ein für uns vorbildliches Handlungsmodell? Die einfache Antwort hierauf lautet: Nein. Die Begründung hierfür lässt sich aus zwei leicht unterschiedlichen Blickwinkeln oder Gesichtspunkten angehen, die letztlich beide auf das gleiche Argument hinauslaufen: Das Handlungsmodell des Homo oeconomicus verletzt das Moralprinzip.

4.2.2.1 Die Verletzung des kategorischen Imperativs

Oben wurde bereits darauf hingewiesen: Einiges spricht dafür, dass der kategorische Imperativ in Form der *Zweckformel* auf die Herausforderung des ökonomischen Rationalitätsverständnisses, wie es sich etwa bei Adam Smith andeutet, in kritischer Absicht zugeschnitten ist. Homo oeconomicus betrachtet nämlich andere Personen prinzipiell *als Mittel* seiner eigenen, privat definierten Zwecke. Zwischen den Individuen gibt es keinen *Austausch von Gründen*, der das eigene Selbstverständnis bzw. die ‚Präferenzen‘ berühren könnte, sondern nur den *Austausch von Gütern* und ‚incentives‘ (Anreizen). Andere Personen werden also nur in ihren objektiven Eigenschaften, ihren Fähigkeiten wahrgenommen. An

¹¹⁷ Vgl. Gauthier, D.: *Morals by Agreement*, New York 1986, S. 87-104.

¹¹⁸ Vgl. Rawls (1979: 30 f., 168).

ihnen interessiert den Homo oeconomicus nur die *Macht*, insoweit sie seine eigene Nutzenbilanz positiv oder negativ beeinflussen könnte.

Die Kategorie des guten Willens ist diesem Rationalitätsverständnis vollkommen fremd – und mit ihr die Idee eines vernünftigen zwischenmenschlichen Umgangs von Individuen, die sich wechselseitig als Personen respektieren und achten. Homo oeconomicus hat gar keinen Begriff davon, was es heißt, die Rechte anderer zu verletzen oder auch selbst in seinen Rechten verletzt zu werden. Darum kennt er auch keine moralische Einsicht. Einsicht kann hier nur bedeuten: einzusehen, was sich nach Maßgabe der je individuell definierten Präferenzen und angesichts der gegebenen constraints bzw. der Machtkonstellation *durchsetzen* lässt und was nicht. Kurzum – das ökonomische Rationalitätsverständnis verletzt den kategorischen Imperativ unmittelbar und grundlegend.

Damit soll nicht gesagt sein, dass das ökonomische Rationalitätsverständnis in Bausch und Bogen zu verwerfen wäre. Es hat durchaus seinen Platz in einer umfassend zu bestimmenden Konzeption ethisch-praktischer Vernunft, wie wir in Abschnitt 5 noch genauer herausarbeiten werden. Aber es kann nicht als das oberste, letztlich maßgebliche Prinzip des Handelns gelten.

Auch daran hat Kant bei seiner Formulierung der *Zweckformel* gedacht. Darin heißt es ja, dass man andere Personen niemals „bloß als Mittel“ behandeln darf. Der Begriff „bloß“ ist hier zum einen pejorativ gebraucht, drückt also eine Abwertung des „Als-Mittel-Behandeln“ aus; zum anderen lässt er sich vermutlich aber auch quantitativ verstehen; allerdings nur, wenn das „Jederzeit-Zugleich“ beachtet wird.¹¹⁹ Eine Objektivierung anderer Personen im Sinne ihrer strategischen Behandlung ist also durchaus erlaubt, *wenn* dieses selbst durch den kategorischen Imperativ gedeckt ist. Dies gilt insbesondere für Spielsituationen – sowohl im engeren Sinne (man denke an Wettkampfsportarten) als auch im weiteren Sinne, wenn also ein sozialer Interaktionszusammenhang (eine Organisation, eine Institution oder auch die Wirtschaft insgesamt) nach Spielregeln geordnet ist, die sanktionsbewehrt sind, also Anreize oder Abreize vorsehen. Doch müssen die Perspektiven zwischen den Interagierenden stets – „jederzeit zugleich“ (Kant) – austauschbar bleiben, was sich im Geist der Fairness, im „Sportsgeist“, manifestiert. Auch dürfen die Spielregeln (die Rahmenordnung) – etwa für das ‚Marktspiel‘ – nicht ihrerseits wiederum nach Maßgabe der strategischen Rationalität gestaltet werden – und das hieße letztlich: nach Maßgabe der Macht der Beteiligten.¹²⁰ Die Personen müssen einander also *stets* „als Zweck“ behandeln, sie dürfen einander letztlich nicht zu Mitteln ihrer eigenen Interessen degradieren.

¹¹⁹ Vgl. bereits die *oben* angestellten Überlegungen in Abschnitt 2.5.2.

¹²⁰ Wir kommen hierauf im Zusammenhang der Ordnungsethik (Abschn. 7) zurück.

4.2.2.2 Die apriorische Illegitimität der Nutzen- und Gewinnmaximierung

Der gleiche Zusammenhang lässt sich auch von einer anderen Seite beleuchten: Nutzenmaximierung ist a priori (von vornherein) illegitim.¹²¹ Denn Nutzen*maximierung* bedeutet ja gerade, dass alle möglichen anderen Wertgesichtspunkte (einschließlich der Rechte anderer) dem Nutzen des ‚Maximierers‘ untergeordnet werden bzw. nur nach Maßgabe ihrer Nützlichkeit für ihn berücksichtigt werden. Wer also *alles* daran setzt, seinen eigenen bzw. den von ihm selbst definierten ‚Nutzen‘ zu steigern – und genau das bedeutet ja Nutzen*maximierung* –, der betrachtet andere rein in ihren objektiven Eigenschaften (ihrer Macht bzw. ihrer Nützlichkeit für ihn), und nicht als Rechtssubjekt und Argumentationspartner („als Zweck“). Dann aber bleibt kein Platz mehr für ethische Erwägungen bzw. für praktische Diskurse. Der nach dem Muster des Homo oeconomicus Handelnde – der Nutzenmaximierer – kann deshalb nicht wissen, ob sein konkretes Handeln ethisch legitim ist, denn dies lässt sich ja nur im Diskurs herausfinden. Darum ist Nutzenmaximierung als Handlungsprinzip a priori nicht rechtfertigungsfähig.

Die gleiche Überlegung gilt natürlich auch für *spezifische* Maximierungsbestrebungen, namentlich für die Gewinnmaximierung. Gewinn*maximierung* kann kein legitimes Handlungsziel der Unternehmen sein, weil dann für genuin ethische Reflexionen und Korrekturen des unternehmerischen Handelns kein Platz – und schlicht keine Zeit – mehr bleibt.

Man sieht, Gewinnmaximierung, bei der *alles* dafür getan würde, damit die Gewinne *so groß wie möglich* sind,¹²² ist ein häufig unbedacht gebrauchter Begriff für das unternehmerische Gewinnstreben. Selbstverständlich handelt es sich bei Letzterem nicht um ein illegitimes Handlungsziel. Auch lässt sich sagen, dass die Gewinn- und Einkommenserzielung wohl die Hauptsache, das leitende Motiv, beim unternehmerischen Handeln darstellt. Dennoch kann sie nicht die *Maßgabe* des unternehmerischen Handelns sein. Nicht der Gewinn (oder welches spezifische Handlungsziel oder Interesse auch immer), sondern die ethische Vernunft soll den Ausschlag geben. Das ist eine logische Einsicht, der wir zustimmen müssen, sobald wir danach fragen, was denn beim unternehmerischen Handeln den Ausschlag geben *soll*. Für das Sollen ist definitionsgemäß die Ethik zuständig.

Welcher Status kommt dann aber dem Gewinnstreben zu? Nun, es hat den gleichen Status wie jedes andere besondere Handlungsziel und Interesse auch: Es ist

¹²¹ Erkenntnisse *a priori* – ein Begriff, der von Kant geprägt wurde – werden in strikter Reflexion gewonnen und lassen sich nicht durch empirische Erkenntnisse bzw. Erfahrungen widerlegen. Es handelt sich also um logisch unausweichliche Erkenntnisse, die der empirischen Erfahrung vorausgehen und für diese voraussetzen sind. In der Ethik betreffen Erkenntnisse a priori die *Bedingungen der Möglichkeit* situationsbezogener Urteile darüber, was in einer konkreten Situation das ethisch Richtige ist (also Urteile über Normen). Wir haben es hier also mit *transzendentalen* Einsichten zu tun.

¹²² In dem ‘möglich’ drücken sich die *Constraints* aus. Statt ‘möglich’ ließe sich auch ‘durchsetzbar’ sagen.

ein Anspruch neben anderen, es ist ein Kandidat für einen legitimen Anspruch, wobei sich seine Legitimität in praktischen Diskursen zu erweisen hat – sei es auf der Ebene der Unternehmens- oder der übergeordneten Ordnungspolitik.

Gewinne sollen also nicht so groß ‚wie möglich‘ sein, sondern so groß, wie sich dies legitimieren lässt. *Legitimes Gewinnstreben ist also stets begrenztes und ethisch eingebettetes Gewinnstreben – wie jedes andere Streben auch.*

4.2.3 ‚Moral‘ als Präferenz? – Angewandte Ethik revisited

Bislang war vom *Egoismus* des Homo oeconomicus noch nicht ausdrücklich die Rede. Diesen Begriff halten die Vertreter des ökonomischen Rationalitätsverständnisses auch nicht für adäquat. Stattdessen ziehen sie es vor, vom ‚Eigeninteresse‘ des Homo oeconomicus zu sprechen.¹²³ Er handle nicht egoistisch, auch nicht ‚altruistisch‘, sondern ‚non-tuistisch‘, also gleichsam jenseits von Gut und Böse.¹²⁴ Dies ist insofern nicht verwunderlich, als Homo oeconomicus ja anderen gegenüber prinzipiell *gleichgültig* eingestellt ist, also weder Hass noch Verantwortungsbewusstsein empfindet.¹²⁵ Daraus lässt sich allerdings, wie wir gesehen haben, keine *Rechtfertigung* seiner Handlungslogik gewinnen – etwa indem man sie als ‚neutral‘ begreift.

Nun scheint die Ökonomik allerdings eine Möglichkeit offen zu halten, das ökonomische Rationalitätsverständnis doch noch legitimatorisch zu retten. Da nämlich Homo oeconomicus ein *formales*, mit beliebigem Inhalt füllbares Konstrukt ist, bestehe die Möglichkeit, dass auch ‚Moral‘ in seine ‚Präferenzfunktion‘ Eingang findet.

„The constructions allow moral tastes or values to be introduced directly into the choice calculus, and to exercise an influence that is on all fours with other tastes and values.“¹²⁶

‚Moral‘ ist hier also eine *Präferenz wie jede andere auch*. Manch einer, vielleicht sogar die meisten Menschen, ziehen es eben vor, in einer ‚moralischen‘ Welt zu leben. Sie stehlen nicht, verzichten auf die Ausübung von Gewalt, sind hilfsbereit, spenden gelegentlich oder tun, was auch immer sie unter einem ‚mo-

¹²³ Vgl. beispielsweise Homann, K.: Wirtschaftsethik: Angewandte Ethik oder Ethik mit ökonomischer Methode, in: Zeitschrift für Politik, 1996, S. 178-182, S. 178; Fischbach (1997: 18 f.).

¹²⁴ Vgl. Buchanan, J. M./Tullock, G.: The Calculus of Consent, Ann Arbor 1965, S. 17 f. Die Autoren beziehen sich auf Wicksteed, Ph. H.: The Common Sense of Political Economy, Vol. 1, New York 1950, Kapitel V. Vgl. zur Kritik der Auffassung, es gäbe ein Handeln „Jenseits von Gut und Böse“ (Nietzsche) Thielemann (1996: 132 ff.).

¹²⁵ Vgl. hierzu auch – spezifischer bezogen auf den Markt – Weber (1972: 383): „Wo der Markt seiner Eigengesetzlichkeit überlassen ist, kennt er nur Ansehen der Sache, kein Ansehen der Person, keine Brüderlichkeits- und Pietätspflichten, keine der urwüchsigen, von den persönlichen Gemeinschaften getragenen menschlichen Beziehungen. Sie alle bilden Hemmungen der freien Entfaltung der nackten Marktvergemeinschaftung.“

¹²⁶ Buchanan, J.M.: Choosing What to Choose, in: Journal of Institutional and Theoretical Economics, 1994, S. 123-135, hier S. 128.

ralischen‘ Verhalten verstehen. Vielleicht möchten sie auch nur das unangenehme Gefühl, das mit einem schlechten Gewissen typischerweise verbunden ist, vermeiden. Wie dem auch sei, die Selbstbehauptungs- und Nutzenmaximierungslogik wird durch diese besondere Präferenz nicht berührt – dies jedenfalls behauptet die Ökonomik. Dass die Individuen, wenn sie eine ‚moralische Präferenz‘ verspüren, auf bestimmte Vorteile um der Rechte anderer willen verzichten, wäre aus dieser Sicht eine Fehlinterpretation. Im ‚moralischen‘ Verhalten liegt eben *ihre* Definition des für sie Nützlichen und Vorteilhaften. Auch ‚moralische Präferenzen‘ ändern, so Karl Homann, nichts daran, dass „die persönlichen Präferenzen des Individuums ... ihrer Natur nach eigeninteressiert sind, welchen Gehalt sie auch immer haben mögen.“¹²⁷

Zu fragen wäre allerdings, wie Homo oeconomicus feststellen kann, dass er tatsächlich *moralische* ‚Präferenzen‘ verfolgt – und nicht etwa bloß *scheinbar* moralische bzw. bloß *vermeintlich* ethisch legitime oder gar unmoralische. Auch muss es zumindest seltsam anmuten, dass ‚Moral‘ adäquaterweise als eine ‚Präferenz‘ begriffen werden können soll. Moralität ist keine Frage des je individuellen Geschmacks, sondern eine Frage der autonom einsehbaren *Verpflichtung* und damit der *Verbindlichkeit*. Ja, man könnte sagen, dass Moralität den *Inbegriff* des zwischenmenschlich *Verbindlichen* benennt, also das genaue Gegenteil dessen darstellt, was dem Gusto des Einzelnen überlassen bleibt bzw. bleiben darf:

„Eine Haltung, die sich nicht in die intersubjektive Forderungsstruktur stellt, ist überhaupt keine moralische.“¹²⁸

Wir lassen diese Bedenken bezüglich der Umdeutung von Moral in eine Präferenz einen Moment beiseite. Gleichsam als Erinnerungsposten setzen wir die so begriffene ‚Moral‘ allerdings jeweils in Anführungszeichen.

Karl Homann hat nun auf der Basis der Offenheit des Rationalitätskonzepts des Homo oeconomicus – auch für ‚moralische Präferenzen‘ – dem *Anwendungsmodell* von ‚Ethik‘ eine unverhoffte, aber wohl konsequente Neuinterpretation gegeben. Er nennt seinen vielschichtigen Ansatz, der jedoch stets das Rationalitätskonzept des Homo oeconomicus legitimatorisch zu stützen versucht, „Wirtschaftsethik als Ethik mit ökonomischer Methode“.¹²⁹ Seine These lässt sich so formulieren, dass die ‚angewandte‘ Ethik sich bereits auf dem Boden des ökonomischen Verständnisses von Rationalität bewegt, wenn sie es sich nur recht überlegt. Denn wenn sie doch nach der ‚Anwendung‘, ‚Implementation‘, ‚Realisierung‘ bzw. ‚Durchsetzung‘ ‚der Ethik‘ strebt und ihr Interesse doch offen-

¹²⁷ Homann, K.: Types of Rationality versus Theory of Rationality, in: Koslowski, P. (Hrsg.), Economics and Philosophy, Tübingen 1985, S. 141-157, S. 144, Übers.d.V.

¹²⁸ Tugendhat, E.: Vorlesung über Ethik, Frankfurt a.M. 1993, S. 64.

¹²⁹ Vgl. Homann (1996) sowie Suchanek (2007).

sichtlich darin besteht, „die Realisierungschancen moralischer Normen und Ideale in der Gesellschaft“ zu erhöhen,¹³⁰ dann hat sie folgende Bedingung anerkannt:

“Wer ... die Frage stellt, *wie* sich moralische Zielsetzungen, z.B. die Solidarität aller Menschen oder die Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen, *unter den Bedingungen* der modernen Welt ... *realisieren* lassen, ... *der tut gut daran*, Lösungsideen mit Hilfe des Homo-oeconomicus-Konstrukts darauf hin zu untersuchen, ob sie sich anreizkompatibel *implementieren lassen*.”¹³¹

Hier wird die formale Selbstbehauptungs- und Durchsetzungsrationalität des Homo oeconomicus zur Geltung gebracht, der nur daran interessiert ist, wie sich seine Präferenzen ‚realisieren‘ oder eben durchsetzen lassen. Nur hat er jetzt eben ‚moralische Präferenzen‘ in seiner Nutzenfunktion. Für die Gültigkeit der Nutzenmaximierungsrationalität ist dies jedoch unerheblich – so Homann. Ja, deren universelle normative Gültigkeit soll offenbar gerade dadurch erhärtet werden, dass sie *auch noch* für ‚die Ethik‘ bzw. für ‚moralische Präferenzen‘ gilt. Und da mit der Reduktion von Moral auf Präferenzen alle ethischen Fragen als geklärt unterstellt werden, kommt es scheinbar nur noch auf die ‚Anwendung‘, ‚Realisierung‘ bzw. *Durchsetzung* ‚der Ethik‘ an. Dadurch, dass bei „moralisch sensiblen Zeitgenossen“¹³² auch ‚Ethik‘ Teil der Präferenzfunktion sein kann, soll das wechselseitig desinteressierte Selbstbehauptungs- und Durchsetzungshandeln *als allgemein verbindliches Gesellschafts- und Interaktionsmodell* erwiesen werden. Und die „Ethik mit ökonomischer Methode“ – bzw. schlicht: die Ökonomik als allgemeine, formale Theorie erfolgsorientierten und strategischen Handelns – gibt auch den „moralisch sensiblen Zeitgenossen“ Tipps, wie sie ihren „moralischen Präferenzen“ Nachachtung verschaffen können.

Um die Durchsetzbarkeit der als ‚moralisch‘ titulierten Zielsetzungen abschätzen zu können und um zu klären, wie sich „ethische Gewinne“¹³³ erzielen lassen, schlägt Karl Homann den so genannten „Homo-oeconomicus-Test“ oder kurz „*H-O-Test*“ vor.¹³⁴

“Moral lässt sich in modernen Gesellschaften nur via h-o-geprüfter institutioneller Arrangements realisieren.”¹³⁵

Was geschieht aber mit denjenigen „Normen und Idealen“ bzw. mit denjenigen „moralischen Präferenzen“, die den „Homo-oeconomicus-Test“ *nicht* bestehen? Was geschieht also, wenn die Widerstände auf Seiten der ‚Anwendungsbeding-

¹³⁰ Homann (1996: 182).

¹³¹ Ebd., Hvh.d.V.

¹³² Homann/Blome-Drees (1992: 9, 80, 100).

¹³³ Homann (1995: 196).

¹³⁴ Vgl. Homann/Blome-Drees (1992: 95).

¹³⁵ Homann, K./Pies, I.: Wirtschaftsethik in der Moderne. Zur ökonomischen Theorie der Moral, in: Ethik und Sozialwissenschaften, 1994, Heft 1, S. 3-12, hier S. 11.

ungen‘ zu groß sind, als dass sich die gewünschten Normen implementieren ließen? Im Gegensatz zur Homann’schen „Ethik mit ökonomischer Methode“ hält die angewandte Ethik auch in diesem Fall daran fest, dass die fraglichen Normen dadurch ihre normative Gültigkeit nicht verlieren, sofern sie ethisch gute Gründe auf ihrer Seite haben.¹³⁶ Denn zwischen der jeweils gegebenen sozialen *Geltung* einer Norm und ihrer ethisch-normativen *Gültigkeit* ist zu unterscheiden.¹³⁷ Nach Ansicht von Karl Homann wird eine Norm durch diesen Widerstand allerdings *in ihrer Gültigkeit widerlegt*:

“Unter den Bedingungen der Moderne schlägt die Implementierung einer Norm auf ihre Geltung durch.“¹³⁸

Hinter den „Bedingungen der Moderne“ verbergen sich dabei die *Homines oeconomici*, die ethischen Einsichten prinzipiell nicht zugänglich sind, bzw. der systemische, *instanzlose* Marktmechanismus. Mit „Geltung“ ist hier nicht etwa die faktische soziale Geltung (Akzeptanz) gemeint, sondern die *ethisch-normative Gültigkeit* (Legitimität). Die „Gültigkeit der Normen“ hänge, so Homann, an der Bedingung, dass sie von anderen faktisch befolgt, ihr also zugestimmt wird.¹³⁹ Damit sind allerdings nicht die (Gegen-) Argumente von Seiten derjenigen gemeint, denen gegenüber die fragliche Norm ‚implementiert‘ werden soll, sondern allein ihre *Gegenmacht*. Wenn diese genügend groß ist, dann, so Homann, zeigt sich darin, dass die Norm *ethisch* falsch ist. Bestimmte „moralisch motivierte Ideale bestehen den ökonomischen Test nicht“; sie erweisen sich als „Illusion“.¹⁴⁰

Der Ansatz einer „Ethik mit ökonomischer Methode“, wie ihn Karl Homann vertritt, läuft also im Ergebnis und in der Substanz auf eine ‚*Ethik des Rechts des Stärkeren*‘ hinaus. Dies sollte nicht erstaunen, denn Homann vertritt das Programm einer „Moralbegründung aus Interessen“.¹⁴¹ Wer sich allein an seinen eigenen Interessen orientiert bzw. sich allein an der Maximierung des eigenen, selbst definierten Nutzens ausrichtet, den, so haben wir gesehen, interessieren an anderen Personen nur noch deren Wirkungseigenschaften bzw. deren Macht – im für ihn Nützlichen wie Schädlichen. *Von vornherein* lässt sich also sagen, dass jeder Versuch der Rechtfertigung des strikt erfolgsorientierten, eigeninteressierten bzw. nutzenmaximierenden Handelns auf eine Ethik des Rechts des

¹³⁶ Vgl. beispielsweise in direkter Antwort auf Homann Kersting, W.: *Moralphilosophie, angewandte Ethik und Ökonomismus*, in: *Zeitschrift für Politik*, 1996, S. 183–194, insbes. S. 186, 190.

¹³⁷ Vgl. Abschn. 2.4 4. Mit Blick auf die Unternehmung kommen wir hierauf in Abschnitt 4.4 zurück.

¹³⁸ Homann/Pies (1994: 5).

¹³⁹ Vgl. Homann/Blome-Drees (1993: 107).

¹⁴⁰ Homann/Blome-Drees (1993: 99). Den *Zwang zum ‚moralischen‘ Unternehmertum*, mit Hilfe dessen sich ja auch noch wie ‚illusionär‘ auch immer *erscheinende* Normen verwirklichen ließen, thematisiert Homann nicht. Auch dieser Zwang müsste in der Terminologie Homanns dem ‚Durchschlagen‘ zuzurechnen sein.

¹⁴¹ Homann, K.: *Entstehung, Befolgung und Wandel moralischer Normen: Neuere Erklärungsansätze*, in: Pappi, F.U. (Hrsg.), *Wirtschaftsethik – Gesellschaftswissenschaftliche Perspektiven*, Kiel 1989, S. 47–64, hier S. 48. Vgl. auch Homann, K.: *Vorteile und Anreize*, Tübingen 2002, S. 256. Hier spricht Homann von einer „Vorteilsbegründung der Moral“.

Stärkeren bzw. Mächtigeren hinauslaufen muss. In diesem Verständnis von ‚Ethik‘ hat derjenige Recht, der, in welcher Form auch immer, über Macht und Einfluss verfügt;¹⁴² wer keinen Einfluss hat und über keine An- oder Abreizmittel verfügt, der ist im Unrecht.

Dieses Verständnis von ‚Ethik‘ – soweit sich noch davon sprechen lässt – widerspricht nicht nur in grundlegender Weise unseren moralischen Intuitionen, sondern auch dem kategorischen Imperativ. Damit darf der ökonomistische Ansatz der „Moralbegründung aus Interessen“ (K. Homann) bzw. der Versuch der Rechtfertigung der Selbstbehauptungsrationalität des Homo oeconomicus als der für uns verbindlichen, letztlich maßgeblichen Rationalität als widerlegt gelten.¹⁴³ Interessen bzw. Eigeninteressen können nicht die *Maßgabe* unseres Verhältnisses zu anderen Personen bilden, sondern müssen als ethisch zu klärende *Ansprüche* begriffen werden, was nicht in der erfolgsorientierten Einstellung, sondern nur in [verständigungsorientierter Perspektive](#) gelingen kann.

Das bedeutet zugleich, dass die ‚Präferenzen‘ nicht mehr „methodisch als fix angenommen“¹⁴⁴, d.h. als gegeben betrachtet und prinzipiell „so hingenommen“¹⁴⁵ werden. Vielmehr müssen sie als der Argumentation zugänglich begriffen werden. Erst wenn wir die ‚Präferenzen‘ als *offen* für Kritik begreifen (bzw. als ethisch gute oder eben schlechte Handlungsgründe), bewegen wir uns im Feld der eigentlichen ethischen Legitimitätsfrage – eben der Frage nach der Legitimität unserer Präferenzen und Interessen.

4.3 Ist Moral unter der “unsichtbaren Hand” des Marktes überhaupt nötig? – Die Metaphysik des Marktes

Die normative Überhöhung der ökonomischen Rationalität zum *Prinzip* der ethisch-normativen Vernunft und zur letzten *Maßgabe* der gesellschaftlichen Interaktion – im Markt oder auch anderswo – haben wir *Ökonomismus* genannt. Dieser tritt in durchaus verschiedenen Varianten auf, von denen wir bisher eine kennen gelernt haben. Einer geistesgeschichtlich älteren Variante möchten wir uns in diesem Abschnitt zuwenden: dem Vertrauen in die ‚wohltätige‘ Wirkung der „unsichtbaren Hand“ (A. Smith) des Marktes.

Auch das *marktmetaphysische Denken* (eine Begriffserklärung wollen wir im Folgenden entwickeln) versucht das eigeninteressierte Handeln, repräsentiert durch den Homo oeconomicus, legitimatorisch zu stützen. Es sei an das [Bäcker-Zitat](#) Adam Smiths erinnert, welches zum Ausdruck bringen soll, dass die marktlichen Akteure *eigeninteressiert* agieren und dass dies ethisch ganz in

¹⁴² Eine Systematik verschiedener Formen der Macht wird in Abschnitt 4.4 vorgestellt.

¹⁴³ Vgl. Thielemann, U.: Wirtschaftsethik als Anstrengung zur Überwindung von Philosophievergessenheit, in: Koslowski, P. (Hrsg.), Wirtschaftsethik - Wo ist die Philosophie? Heidelberg 2001, S. 145-178, S. 172 f.

¹⁴⁴ Homann (1993: 43).

¹⁴⁵ Kirchgässner (1991: 42).

Ordnung sei. Die Wirkungsweise des systemischen Marktmechanismus, so die Behauptung, soll ein moralisches Engagement *überflüssig* machen, und zwar *ethisch* überflüssig. Ja, Moral, d.h. die Orientierung der Akteure an ethischen Grundsätzen, wird gar als ethisch schädlich angesehen! Auch hier haben wir es also mit einer Ethik ohne Moral zu tun.

In Abschnitt 1.4.3 haben wir bereits gezeigt, dass eine Ethik ohne Moral nicht haltbar ist. Dennoch macht es Sinn, sich mit der marktmetaphysischen Position auseinanderzusetzen und sie genauer zu verstehen. Denn sie ist geistesgeschichtlich äußerst wirkungsmächtig und auch heute noch weit verbreitet. Hier zunächst zwei aktuelle Beispiele:

“Wettbewerb lenkt in die richtige Richtung.”¹⁴⁶

“Überzeugt, dass das Prinzip Wettbewerb und die darauf gründende Marktwirtschaft eine gemeinwohlorientierte Komponente haben, setzen wir uns für ein ungehindertes Wirken der Marktkräfte ein.”¹⁴⁷

Es stellt sich natürlich die Frage, woher die „gemeinwohlorientierte Komponente“ des Markt- und Wettbewerbsprozesses stammen sollte. *Wer* hat sie dem Wettbewerb beigegeben? *Wer* sorgt dafür, dass der Wettbewerb grundsätzlich in die „richtige Richtung“ lenkt? Die Antwort lautet: niemand. Der Markt- und Wettbewerbsprozess als ein unpersönlich funktionierender, instanzlos ablaufender Mechanismus – eben als „Prinzip Wettbewerb“ – *sorge aus sich selbst heraus* dafür, dass unter seiner Herrschaft alles mit ethisch rechten Dingen zugeht. Ja, gerade *weil* er instanzlos ist und nicht wir, sondern die „unsichtbare Hand“ (Adam Smith) seinen Lauf bestimmt, sei sichergestellt, dass das *Richtige* geschieht. Sehen wir uns die Sache zunächst in historischer Perspektive an und lassen wir dabei Adam Smith selbst zu Wort kommen.

4.3.1 Adam Smith und die unsichtbare Hand des Marktes

“Der Einzelne ist stets darauf bedacht, herauszufinden, wo er sein Kapital, über das er verfügen kann, so vorteilhaft wie nur irgend möglich einsetzen kann. Und tatsächlich hat er dabei den eigenen Vorteil im Auge und nicht etwa den der Volkswirtschaft. Aber gerade das Streben nach seinen eigenen Vorteil ist es, das ihn ganz von selbst oder vielmehr notwendigerweise dazu führt, sein Kapital dort einzusetzen, wo es auch dem ganzen Land den größten Nutzen bringt.”¹⁴⁸

Wie im ‚Bäcker-Beispiel‘ finden wir hier zunächst die Vorteilsorientierung wieder, die Smith zumindest im Markt als ganz selbstverständlich annahm, was sie damals (1776) im allgemeinen Verständnis wohl noch kaum war. Auch sehen

¹⁴⁶ O.V.: Mehr Markt im Gesundheitswesen. McKinsey-Studie zur Produktivität von Leistungserbringern, in: Neue Zürcher Zeitung, 1. November 1996, S. 23.

¹⁴⁷ Industrie-Holding (Vereinigung Schweizerischer Industrie-Holdinggesellschaften): Jahresbericht 1998, S. 8.

¹⁴⁸ Smith (1978: 369).

wir, dass Smith hier offenbar *utilitaristisch* argumentiert: es soll der „größte Nutzen“ erzielt werden. Für wen? Für die eigentümlich unbestimmt bleibende „Volkswirtschaft“ bzw. das „ganze Land“. Hier wird also im Sinne einer utilitaristischen *Gemeinwohlfiktion* argumentiert, mit der wir uns bereits kritisch in Abschnitt 3.4. zur *Parteilichkeit* des Wettbewerbs auseinandergesetzt haben.

Auf den *Inhalt* des ethisch Richtigen, über den sich ja streiten ließe, kommt es uns hier allerdings nicht an, sondern auf das *Prinzip* seiner Bestimmung. Was dieses anbelangt, so behauptet Smith, dass sich das ethisch Richtige aus dem Vorteilsstreben, also aus einer ganz anderen Orientierung heraus, „ganz von selbst“ oder sogar „notwendigerweise“ ergibt. Wie sollte dies möglich sein? Wer hat dafür gesorgt, dass dies (angeblich) der Fall ist. Die Antwort – man kann es sich denken – liegt in der „unsichtbaren Hand“.

„Tatsächlich fördert der Einzelne nicht bewusst das Allgemeinwohl, noch weiß er, wie hoch der eigene Beitrag ist. Wenn er ... die Erwerbstätigkeit so fördert, dass ihr Ertrag den höchsten Wert erzielen kann, strebt er lediglich nach eigenem Gewinn. Und er wird in diesen wie auch in vielen anderen Fällen von einer unsichtbaren Hand geleitet, um einen Zweck zu fördern, den zu erfüllen er in keiner Weise beabsichtigt hat. Auch für das Land ist es keineswegs immer das schlechteste, dass der einzelne ein solches Ziel nicht bewusst anstrebt, ja, gerade dadurch, dass er das eigene Interesse verfolgt, fördert er häufig das der Gesellschaft nachhaltiger, als wenn er wirklich beabsichtigt hätte, es zu tun. Alle, die jemals vorgaben, ihre Geschäfte dienten dem Wohl der Allgemeinheit, haben meines Wissens niemals etwas Gutes getan.“¹⁴⁹

Es ist also eine überpersönliche, personenunabhängig wirkende, systemische Kraft, die *hinter dem Rücken der Akteure* dafür sorgt, dass das ethisch Richtige geschieht. (Da hier der systemische Wettbewerbsprozess als Garant ethischer Vernünftigkeit fungiert, lässt sich diese Position als *Systemethik* bezeichnen.) Für diese Kraft hat Smith den Namen „unsichtbare Hand“ geprägt. Diese tritt *an die Stelle* des Urteilens und Handelns einsichtsfähiger, vernunftbegabter Personen.

Versuchen wir diese Position tiefer zu verstehen. Wie konnte Smith auf die Idee kommen, die Geschicke der Wirtschaft oder gar der ganzen Gesellschaft aus unserer eigenen Verantwortung zu nehmen, sie in ‚unsichtbare Hände‘ zu legen und dabei gleichsam gottesfürchtig darauf zu vertrauen, der Marktprozess würde ‚es‘ schon richten?

4.3.2 Moralischer Skeptizismus als Hintergrundannahme der Systemethik

Nun, Smith war vor allem Moralphilosoph. Er hatte eine Professur für Moralphilosophie in Glasgow. Seine „Theorie der ethischen Gefühle“ sah er als sein

¹⁴⁹ Smith (1978: 371).

Hauptwerk an. Vieles spricht daher dafür, dass Smith mit der Denkfigur der „unsichtbaren Hand“ eine Antwort auf ein für ihn als Moralphilosophen drängendes Problem gefunden zu haben glaubte. Wie aus dem Hinweis hervorgeht, diejenigen, die das ethisch Richtige zu tun beabsichtigten, hätten seines Wissens „niemals etwas Gutes getan“, war Smith nämlich – zumindest ein Stück weit – zwar nicht ein ethischer, aber ein *moralischer Skeptiker*.

Der ethische Skeptizismus, den wir bereits in [Abschnitt 2.5.1](#) kennen gelernt haben, kann verschiedene Formen annehmen, etwa diejenige des *Relativismus* oder gar des *Nihilismus*. Ein ethischer Skeptizist hält moralische Fragen für prinzipiell unentscheidbar. Dies sei entweder Sache einer jeweiligen Kultur oder Epoche (kultureller Relativismus), des je individuellen Gewissensentscheids (subjektiver Relativismus), oder Moral sei gar ein von vornherein ganz sinnloser Begriff (ethischer Nihilismus). Der ethische Skeptizismus verneint also, dass sich das ethisch Richtige in allgemein verbindlicher, normativ gültiger Weise bestimmen ließe.

Smith vertrat jedoch keineswegs eine *ethisch-skeptische* Position – nicht nur, weil er Moralphilosoph war, sondern weil er das ethisch Richtige ja durchaus für bestimmbar hielt. Er zweifelte nicht daran, dass sich das „Gute“ bzw. das ethisch Richtige benennen lässt – nämlich aus seiner Sicht als (utilitaristisch bestimmtes) „Allgemeinwohl“. Doch zweifelte er daran, dass die handelnden Menschen sich an dieser ethischen Einsicht orientieren könnten oder wollten. Er war einfach pessimistisch hinsichtlich der Wahrscheinlichkeit, dass „der Einzelne“ gemäß ethischer Einsichten zu handeln fähig oder willens sei. Den Menschen mangle zwar nicht an ethischer Einsichtsfähigkeit und „moralischen Gefühlen“, aber sie seien leider oft geneigt, mehr auf ihren eigenen Erfolg als auf das Gerechte zu schauen:¹⁵⁰

“Geschäftsleute des gleichen Gewerbes kommen selten ... zusammen, ohne dass das Gespräch in einer Verschwörung gegen die Öffentlichkeit endet oder irgendein Plan ausgeheckt wird, wie man die Preise erhöhen kann.”¹⁵¹

Wenn aber jedermann tendenziell eigeninteressiert handelt, insbesondere auf dem Markt (man denke an das berühmte [Bäcker-Zitat](#)), wie ist dann in der Konsequenz ethische Vernunft überhaupt noch möglich? Wem der Zustand der Welt nicht gleichgültig ist, der müsste eigentlich verzweifeln. Doch glücklicherweise bietet Smith zufolge der Markt aus sich selbst heraus eine teilweise Lösung.¹⁵²

¹⁵⁰ Für eine genauere Darlegung, wie der Moralphilosoph Smith das Problem dieser „Regelwidrigkeit der Empfindungen“ (Smith 1985: 139, 159 ff.) aufzulösen versucht, vgl. Ulrich, P.: Der kritische Adam Smith - im Spannungsfeld zwischen sittlichem Gefühl und ethischer Vernunft, in: Meyer-Faje, A./Ulrich, P. (Hrsg.) Der andere Adam Smith. Beiträge zur Neubestimmung von Ökonomie als Politischer Ökonomie, Bern/Stuttgart 1991, S. 145-190.

¹⁵¹ Smith (1978: 112).

¹⁵² Dass es sich bei Smith, im Unterschied zu vielen seiner Adepten, hier nur um eine *partielle* Lösung dieses Problems handelt, die nur innerhalb eines Rahmens sozialer Normen und rechtsstaatlicher Regeln Sinn

Er sei nicht nur der Ort, an dem sich die bloß auf ihren eigenen Vorteil Bedachten treffen, sondern auch die Instanz, die das „Allgemeinwohl“ befördert. Der Markt ist insofern Problem und Lösung in einem. Er *entlastet* die Menschen (bei Smith: nur ein Stück weit!) von der moralischen Verantwortungsübernahme. Moral, d.h. ein Handeln gemäß ethischen Einsichten, ist, solange das Prinzip Markt bzw. Wettbewerb herrscht, gar nicht notwendig – und zwar *ethisch* nicht notwendig. Das Vertrauen in die Wirkungsweise des Marktes als eine überpersönliche, ‚übermenschliche‘ dritte Kraft, *ersetzt* hier die menschliche Urteilskraft. Hier spricht sich der quasi-religiöse Glaube an eine *Metaphysik des Marktes* aus.

4.3.3 Der metaphysische Charakter der Systemethik

Warum ist ein solches Denken metaphysisch zu nennen? Fragen wir zunächst: Was ist *Metaphysik*? Metaphysik heißt wörtlich: das über der physischen, beobachtbaren und sinnlich erfahrbaren Welt Stehende. In dieser wörtlichen Bedeutung handelt es sich um einen Gegenbegriff zum *Positivismus*, der nur das mit unseren Sinnen Erfahrbare gelten lässt. ‚Metaphysik‘ steht hier für Philosophie im Allgemeinen, also unter anderem für die Reflexion der *Voraussetzungen* gültiger Erkenntnisse über die dingliche und insofern erfahrbare Welt, die ja selbst nicht dieser Welt angehören und daher als ‚metaphysisch‘ bezeichnet werden können. Der Begriff kann darüber hinaus für die ideellen zwischenmenschlichen Beziehungen verwendet werden, die ja als Beziehungen zwischen Gedanken, Auffassungen und Normen ebenfalls nicht der physischen Welt zuzurechnen sind. Immanuel Kant sprach in diesem Sinne noch von der „Metaphysik der Sitten“ und meinte damit – in einem aus heutiger Sicht gänzlich metaphysikfreien Sinne – die Ethik.

Heute, d.h. im modernen Verständnis, hat der Begriff ‚Metaphysik‘ allerdings eine ganz andere Bedeutung und wird weitgehend in einem pejorativen (abwertenden) Sinne verwendet. Er meint dann weder Erkenntnistheorie noch Ethik, sondern ist eine Fremdcharakterisierung von Auffassungen, welche die Existenz einer überpersönlichen, quasi-göttlichen Kraft annehmen, die nicht von dieser Welt ist, sondern über ihr steht und dennoch für uns richtungweisende Erkenntnisse vermittelt bzw. in für uns verbindlicher Weise festlegt, was das Vernünftige (einschließlich des Legitimen) sei. Metaphysik ist somit Inbegriff des Irrationalen und steht dem Selbstverständnis der *autonom* in der Diskursgemeinschaft urteilenden mündigen Personen, die sich nicht von ‚übermenschlichen‘ Kräften fremd bestimmen lässt, diametral gegenüber.

macht, wird ausführlich in Ulrich (1991) sowie in Ulrich (2001: 171 f.) dargestellt.

4.3.4 Religiöse Wurzeln marktmetaphysischen Denkens

Die „unsichtbare Hand“ ist letztlich nichts anderes als die Hand Gottes – eines Gottes, der die Welt nach seinen Plänen zweckvoll und in weiser Voraussicht eingerichtet hat. Die religiösen Wurzeln dieses Denkens sind bei Adam Smith noch gut erkennbar:

„In jedem Teil des Universums beobachten wir, dass die Mittel auf die genaueste und kunstvollste Weise den Zwecken angepasst sind, die sie hervorzubringen bestimmt sind
...¹⁵³“

Und wer hat sie dazu bestimmt? Es ist der weise Schöpfergott. Diesen vergleicht Smith mit einem Uhrmacher, der die (soziale) Welt, einem Uhrwerk gleich, „wunderbar dem Zwecke angepasst (hat), für den diese angefertigt wurde...“ Die Uhr läuft nun automatisch ab, und wir irdische Wesen bilden uns bloß ein, „dasjenige sei die Weisheit von Menschen, was in Wirklichkeit die Weisheit Gottes ist.“¹⁵⁴

Dieses schöpfungstheologische (genauer: deistische)¹⁵⁵ und damit metaphysische Denken mit seinem Glauben an eine von Gott *prästabilisierte Harmonie* (Leibniz) der Welt war zu Smiths Zeit nicht neu. Neu war allerdings die Übertragung dieses Denkens auf den doch so nüchternen, so wenig sakralen Bereich der Marktwirtschaft, die sich damals gerade herauszubilden begonnen hatte.

Einer der wenigen *explizit* schöpfungstheologisch argumentierenden Ökonomen war der Franzose Frederic Bastiat (1801-1850). In seinen posthum veröffentlichten „*Harmonies économiques*“ (Paris 1855) tritt er an, „die Harmonie der providenziellen [die göttliche Vorsehung betreffenden, A.d.V.] Gesetze aufzuzeigen, die die menschliche Gesellschaft bestimmen.“¹⁵⁶ Es dürfte klar sein, dass aus dieser Perspektive jeder Eingriff in die von der göttlichen Vorsehung in weiser Absicht bestimmte Gesellschafts- und Marktordnung als Sakrileg empfunden wird. Der Mensch kann diese Ordnung nur stören.

„We therefore believe in liberty because we believe in the harmony of the universe, that is, in God. Proclaiming in the name of faith, formulating in the name of science, the divine laws, flexible and vital, of our dynamic moral order, we utterly reject the narrow, unwieldy, and static institutions that some men in their blindness would heedlessly introduce into this admirable mechanism. It would be absurd for an atheist to say: Laissez

¹⁵³ Smith (1985: 129).

¹⁵⁴ Smith (1985: 130).

¹⁵⁵ Zum deistischen Hintergrund Smiths vgl. Büscher, M.: Gott und Markt – religionsgeschichtliche Wurzeln Adam Smiths und die „Invisible Hand“ in der säkularisierten Industriegesellschaft, in: Meyer-Faje, A./Ulrich, P.: Der andere Adam Smith. Beiträge zur Neubestimmung von Ökonomie als Politischer Ökonomie, Bern/Stuttgart 1991, S. 123-144.

¹⁵⁶ Bastiat, F.: *Economic Harmonies, Library of Economics and Liberty*, Edinburg 1870, [Chapter 5](#), Übers.d.V.

faire! Leave it to chance! But we, who are believers, have the right to cry: Laissez passer!
Let God's order and justice prevail!¹⁵⁷

Historische Wirkungskraft erhielt dieses religiös überhöhte Gottvertrauen in die ‚Selbstheilungskräfte‘ des Marktes als eine überpersönliche, wie wir sagen können: *systemische* Ordnung in der *Protestantischen Ethik*, die wir bereits im Zusammenhang des Unternehmertums kennen gelernt haben. Für den überzeugten Protestanten (Calvinisten, Puritaner) ist der Markterfolg *Zeichen* der ihm persönlich zuteil werdenden Gnade Gottes. Der Geschäftserfolg auf dem Markt gilt ihm als Fingerzeig Gottes, dass er zu den Auserwählten gehört. Darum sind Erwerbsarbeit und Unternehmertum eine Art innerweltlicher Gottesdienst. Sie dienen der ‚Mehring von Gottes Ruhm‘ auf Erden.¹⁵⁸

„Da der Erfolg der Arbeit das sicherste Symptom ihrer Gottwohlgefälligkeit ist, so ist der kapitalistische Gewinn einer der wichtigsten Erkenntnisgründe, dass der Segen Gottes auf dem Geschäftsbetrieb geruht hat.“¹⁵⁹

Der *Zeichen*charakter des Markterfolgs (und des Misserfolgs) gilt jedoch nicht nur für die eigene Wertschätzung bzw. Anerkennung („göttliche Gnade“), sondern für die ethisch-praktische Vernunft im Allgemeinen. Gegen allfällige Gewissensbisse des Unternehmers, der strikt seinen eigenen Erfolg maximiert, hilft so beispielsweise die religiös verbürgte

„... beruhigende Versicherung, dass die ungleiche Verteilung der Güter dieser Welt ganz spezielles Werk von Gottes Vorsehung sei, der mit diesen Unterschieden ebenso wie mit der nur partikularen Gnade seine geheimen, uns unbekanntem Ziele verfolge.“¹⁶⁰

4.3.5 Die Systemtheologie Friedrich August von Hayeks: „Wettbewerb als Entdeckungsverfahren“

Eine solche, in ihrem Kern metaphysische *Offenbarungstheorie des Marktes* findet sich in jüngerer Zeit im Werk des für die ökonomische Disziplin bedeutenden Ökonomen *Friedrich August von Hayek* (1899-1992). Hayek ist nicht nur berühmt für seine Sicht des Marktes als „spontane“ Ordnung, die „Ergebnisse menschlichen Handelns, aber nicht menschlichen Entwurfs“¹⁶¹ sei, sondern auch für sein Konzept des Wettbewerbs als eines „Entdeckungsverfahrens“.¹⁶² Hayek vertritt also eine *systemische* Theorie des Marktes, die er sogleich normativ überhöht, was ohne Metaphysik nicht möglich ist.

¹⁵⁷ Bastiat (2001: [Notes to Chapter 20](#)). Wir werden uns mit dem Laissez-faire- oder Paläoliberalismus in Abschnitt 7.2 eingehender beschäftigen.

¹⁵⁸ Weber (1988b: 109).

¹⁵⁹ Weber (1972: 719).

¹⁶⁰ Weber (1988b: 198 f.).

¹⁶¹ Hayek (1969). Hayek, F.A. v.: Die Irrtümer des Konstruktivismus und die Grundlagen legitimer Kritik gesellschaftlicher Gebilde, Tübingen 1975.

¹⁶² Der Aufsatz „Wettbewerb als Entdeckungsverfahren“ erschien erstmals in den Freiburger Studien (Tübingen 1969) und wurde in: Recht, Gesetzgebung und Freiheit (1981: 97-134) wiederabgedruckt.

Hayek wählt für die marktliche Betätigung bzw. für die Selbstbehauptung im Wettbewerb den Begriff der „Entdeckung“, um deutlich zu machen, dass es da etwas *vorgängig Bestimmtes* gibt, dass von uns nicht intendiert ist, sondern vorgefunden wird und bloß *nachträglich* erkannt, eben ‚entdeckt‘ werden kann. ‚Entdeckt‘ wird dabei nicht nur das, was für den Einzelnen (relativ zu seinen Fähigkeiten und Möglichkeiten) vorteilhaft ist, z.B. welche Produkte und Preise sich am Markt ab- und durchsetzen lassen, sondern auch tiefere Einsichten normativer Art. Wir erkennen nämlich im Wettbewerb – durch die Gewinne und Verluste als ‚Zeichen‘ hindurch –, was überhaupt das Richtige, das ethisch Vernünftige ist. So „nötigt“ der Wettbewerb „die Leute dazu ..., *rational* zu handeln“;¹⁶³ Wettbewerb sei ein Prozess, durch den „die rationaleren Verfahren allmählich die weniger rationalen ersetzen“;¹⁶⁴ Wettbewerb führe zur „Entdeckung von *besseren* Problemlösungen“;¹⁶⁵ in ihm werde durch „unternehmerische Entdeckungsbemühungen ... aufgedeckt, wo gegenwärtige Allokationsmuster *fehlerhaft* sind“;¹⁶⁶ kurzum: es gebe eine „Klugheit des spontanen Wettbewerbs“.¹⁶⁷

Allerdings wissen die Akteure nichts davon. Allein wir, die wir als Theoretiker von außen das Geschehen beobachten, können versuchen, die von uns nicht erdachten „Grundsätze“ der „spontanen Ordnung“ des Marktes (wie der Gesellschaft im Ganzen) „explizit zu formulieren“, und wir werden dabei erkennen, „wie wünschenswert ihre allgemeine Anwendung“ ist.¹⁶⁸ Wir werden dabei des „Wunders“ des Marktes gewahr.¹⁶⁹

Allerdings muss es bei dem gleichsam demütigen Erkennen dieser nicht von uns gemachten „Grundsätze“, die Hayek zugleich „Regeln gerechten Verhaltens“ nennt,¹⁷⁰ bleiben.¹⁷¹ Jeder steuernde Eingriff in die „spontane Ordnung des Marktes“ kann nur als „willkürlich“ bezeichnet werden.¹⁷²

„Es ist das große Verdienst (sic!) der Marktordnung, wie sie sich während der letzten beiden Jahrhunderte verbreitet hat, dass sie jedermann einer solchen Macht beraubt hat, die nur in willkürlicher Weise gebraucht werden kann.“¹⁷³

¹⁶³ Hayek (1981b: 108), Hvh.d.V.

¹⁶⁴ Hayek (1981b: 110).

¹⁶⁵ Weizsäcker, C.C. von: Mitbestimmung und Shareholder Value, in: Gewerkschaftliche Monatshefte, Nr. 3, 1999, S. 177-184, hier S. 178, Hvh.d.V.

¹⁶⁶ Kirzner, I.M.: How Markets Work, London 1997, S. 11, Hvh.d.V.

¹⁶⁷ Schmidtchen (1988: 191).

¹⁶⁸ Hayek, F.A. von: Grundsätze einer liberalen Gesellschaftsordnung, in: ders. (1969: 108-125), hier S. 110.

¹⁶⁹ Vgl. Hayek (1981a: 240); Buchanan (1987: 57 f.).

¹⁷⁰ Vgl. Hayek (1981a: 63, 104).

¹⁷¹ Hayek fordert tatsächlich „Demut“ vor dem Markt. Hayek, F.A. von: Die Anmaßung von Wissen, in: ORDO. Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft, Stuttgart 1975 (1975a), S. 21. Diese „Demut“ geht so weit, dass wir nach Hayek (1981a: 131) die „Verpflichtung“ haben, „die Resultate des Marktes auch dann zu akzeptieren, wenn er sich gegen uns wendet.“ Vgl. hierzu auch Hayek (1969: 122).

¹⁷² Vgl. Hayek (1969: 115); ders. (1981b: 131).

¹⁷³ Hayek (1981b: 137).

Jeder Versuch der Gestaltung des Marktes und seines Rahmens muss als eine „Anmaßung des Wissens“ betrachtet werden.¹⁷⁴ „Der Markt“ – als ein die vernünftige Ordnung der Wirtschaft und Gesellschaft garantierendes Quasi-Subjekt – weiß es stets besser. Darum brandmarkt Hayek alle Versuche der Gestaltung und Ordnung der Wirtschaft als „konstruktivistischen Rationalismus“.¹⁷⁵ Denn wir Menschen können die „evolutionär“ entstandene Ordnung, die nicht *entwickelt* wurde, sondern „sich ganz unbeabsichtigt aus den Beschränkungen der Staatsgewalt ergeben“ hat, nur stören; die „bloße Vernunft“ sei „allein“ nicht „in der Lage zu entscheiden, ob bestimmte konkrete Zustände wünschenswert sind“.¹⁷⁶ Dies müssten wir „der Marktordnung“ – gemeint ist: der Ordnung *durch* den Markt – überlassen.

Man mag Hayeks Systemtheologie ihr metaphysisches Moment nicht mehr so deutlich anmerken wie noch der Protestantischen Ethik oder Bastiats ‚Predigten‘ für ein ‚Laissez-Faire‘. Doch Hayek räumt selbst ein, dass der von ihm vertretene „evolutionär“ verstandene Liberalismus „nicht unvereinbar mit religiösen Überzeugungen“ sei und „oft von tief religiösen Männern vertreten“ worden sei.¹⁷⁷ Seine Position ist in der Tat in ihrem Kern unvermeidlich metaphysisch. *Jede* moralisch skeptische Position oder jede Position, die menschliches Handeln als prinzipiell eigeninteressen- und vorteilsgetrieben ansieht, *ohne* in *ethischen Skeptizismus* (Relativismus oder Nihilismus) zu verfallen, *muss* in eine Metaphysik münden – naheliegenderweise in eine Metaphysik des Marktes: Wenn das normativ-ethisch Vernünftige nicht aus dem vernunftorientierten *Handeln* der Individuen resultieren, aber trotzdem existieren können soll, dann muss es dem systemischen *Zusammenspiel* ihrer Handlungen entspringen. Es gibt dann logisch einfach keine andere Möglichkeit als eine Systemethik: ‚Das System‘, die ‚sich entwickelnde‘ bzw. ‚evolutionäre‘ Marktordnung tritt hier an die Stelle der irdischen, *unserer* praktischen Vernunft. ‚Dem System‘ wird implizit eine höhere Weisheit zugesprochen als uns Menschen, denn es sei Ausdruck einer überpersönlichen, ‚höheren‘ Kraft.

4.3.6 Das Beispiel der „Wettbewerbsverzerrung“

Heute begegnet uns dieses Denken noch immer – beispielsweise im Begriff der „Verzerrung“ des Wettbewerbs bzw. im Leitbild des „unverfälschten“¹⁷⁸ Wettbewerbs. Hier einige Beispiele:

¹⁷⁴ Vgl. den gleichnamigen Aufsatz von Hayek (1975a).

¹⁷⁵ Vgl. Hayek, F.A. v.: Die Irrtümer des Konstruktivismus und die Grundlagen legitimer Kritik gesellschaftlicher Gebilde, Tübingen 1975 (1975b).

¹⁷⁶ Hayek (1969: 109).

¹⁷⁷ Vgl. ebda.

¹⁷⁸ Röpke, W.: Wettbewerb (II). Ideengeschichte und ordnungspolitische Stellung, in: Handwörterbuch der Sozialwissenschaften, Bd. 12, Stuttgart/Tübingen/Göttingen 1965, S. 29-36, hier S. 33 f.

„Im Bereich von Arbeit und Produktion (sind) die Knappheitsrelationen *künstlich* zuungunsten des Faktors Arbeit *verzerrt*.“¹⁷⁹

„Die politische Einflussnahme – auch mit Hilfe der Mitbestimmungsträger, also der Gewerkschaften – auf unternehmerische Entscheidungen *verzerrt* nicht nur den Leistungswettbewerb zwischen Unternehmen, sondern beeinflusst auch unternehmerische Strategien hinsichtlich der Entwicklung der Produktpalette, von Produktions- und Absatztechniken bis hin zur Standortwahl.“¹⁸⁰

„Es (wäre) wünschenswert, wenn die Investitionsströme diesen Standortvorteilen tatsächlich folgen und nicht steuerlich *verzerrt* würden.“¹⁸¹

„Trading rules must recognize that environmental externalities amount to subsidies that are as economically *distorting* and unfair as any financial subsidy.“¹⁸²

Man sieht, der Begriff der ‚Wettbewerbsverzerrung‘ wird sehr unterschiedlich verwendet, teilweise sogar gegensätzlich. Den einen gelten „protektionistische Maßnahmen“, also Maßnahmen des Schutzes vor Wettbewerbsdruck, als eine ‚Verzerrung‘ der „Preisentwicklung“,¹⁸³ für andere gilt gerade umgekehrt das „Sozial-Dumping“, also ‚zu niedrige‘ internationale Sozialstandards, als eine Form der „Wettbewerbsverzerrung“.¹⁸⁴

Es sollte klar sein, dass der Begriff der ‚Verzerrung‘ ein normativer Begriff ist. Das, was da ‚Verzerrung‘ genannt wird, sollte möglichst vermieden werden. Die Frage stellt sich: Welche und wessen normativen Vorgaben sind es, die hier ‚verzerrt‘ bzw. ethisch verletzt werden? Wer hat über die Vernünftigkeit dieser Vorgaben bestimmt oder sollte über sie bestimmen? In den meisten Fällen der Verwendung des Begriffs der ‚Wettbewerbsverzerrung‘ findet sich kein vernunftbegabtes *Subjekt* der *Definition* dessen, was da ‚Verzerrung‘ genannt wird. Offenbar setzt der Begriff der ‚Wettbewerbsverzerrung‘ *überpersönliche*, unausgesprochen *metaphysische* Vorgaben voraus. Es sind Vorgaben, die ‚der Wettbewerb‘ selbst bestimmt hat. Die Ordnungspolitik hat diesem Maßstab zu folgen, indem sie im Wettbewerb liest wie in einem Buch¹⁸⁵ und sich aller Ge-

¹⁷⁹ Schäuble, W.: *Und sie bewegt sich doch*, Berlin 1998, *Kapitel 5*, Hvh.d.V.

¹⁸⁰ Strätling, R.: *Shareholder versus Stakeholder. Welchen Zielen sollte die Unternehmensführung verpflichtet sein?*, in: *Forum Wirtschaftsethik*, 2/1997, S. 3-7, hier S. 6, Hvh.d.V.

¹⁸¹ Wissenschaftlicher Beirat beim Bundesministerium der Finanzen: *Reform der internationalen Kapitaleinkommensbesteuerung*, BMF-Schriftenreihe Heft 65, Bonn/ Berlin 1999, S. 16., Hvh.d.V.

¹⁸² Costanza, R./et al.: *Sustainable Trade. A New Paradigm for World Welfare*, in: *Environment*, Juni 1995, S. 16-20, 39-44, hier S. 17, Hvh.d.V.

¹⁸³ Vgl. Bertelsmann Stiftung/u.a. (Hrsg.): *Fairness im Standortwettbewerb. Leitlinien für eine internationale Wettbewerbsordnung*, Gütersloh 1996, S. 32.

¹⁸⁴ Sautter, H.: *Sozialklauseln für den Welthandel – wirtschaftsethisch betrachtet*, in: Kantzenbach, E./Molitor, B./Mayer, O.G. (Hrsg.), *Hamburger Jahrbuch für Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik*, Tübingen 1995, S. 227-245, hier S. 231 f.

¹⁸⁵ Der Ökonom Erich Hoppmann vergleicht die Wettbewerbstheorie, die die Funktionsweise des Wettbewerbs beschreibt, mit einem „Buch“, in dem die Wettbewerbspolitik nachlesen kann, was ‚Wettbewerb‘ ist, der dann als „Norm der Wettbewerbspolitik“ fungieren soll. Vgl. Hoppmann, E.: *Wettbewerb als Norm der Wettbewerbspolitik*, in: Herdzina, K. (Hrsg.), *Wettbewerbstheorie*, Köln 1975, S. 230-243, hier S. 241. Der Wettbewerb – bzw. der ‚wahre‘, ‚unverfälschte‘ Wettbewerb – gibt sich hier also gleichsam selbst seine ei-

staltung von Markt und Wettbewerb, die prinzipiell als ‚künstlich‘ apostrophiert wird, enthält. Ihre Aufgabe reduziert sich darauf, den „unverfälschten Wettbewerb“ zu erkennen und dann nur noch für die „Erhaltung des Wettbewerbs ohne Wenn und Aber“ zu sorgen – „im Vertrauen auf die Ergebnisse dieses ‚Entdeckungsverfahrens‘.“¹⁸⁶

Dieses Denken hat bereits Gerhard Weisser – in der wohl ersten Definition des Begriffs – als „Ökonomismus“ bezeichnet:

„Wie gelangen wir zu Postulaten für die Wirtschaftspolitik? Eine auch heute noch weit verbreitete Meinung glaubt, dass die Postulate zur Gestaltung des Wirtschaftslebens *aus unserem Wirtschaftsdenken* gewonnen werden können und müssen. (...) Diese Meinung nennen wir *Ökonomismus*.“¹⁸⁷

4.3.7 Konfusionen zwischen Unpersönlichkeit und Unparteilichkeit

Nun ließe sich fragen: Wie kann es dazu kommen, dass in ihrem Kern metaphysische Auffassungen in unserer zumindest einigermaßen aufgeklärten Welt noch so verbreitet sind? Wohl kaum jemand wird bestreiten, dass allein uns Menschen die praktische Urteilskompetenz zukommt (die wir in der Diskursgemeinschaft argumentativ wahrnehmen) und dass diese nicht an ‚höhere‘, sei es religiöse oder systemische Instanzen delegiert werden kann. Allein wir sind in der Lage, (möglichst argumentativ) zu bestimmen, was das ethisch Richtige ist, und wir sollten dabei auf unsere kritische Urteilskraft statt auf die ‚Zeichen‘ des Markt- und Wettbewerbsprozesses setzen.

Eine *Erklärung* für das – gerade unter Ökonomen – nach wie vor verbreitete metaphysische Denken scheint in der Konfusion zwischen *Unparteilichkeit* und *Unpersönlichkeit* zu liegen. Dass unser moralisches Urteilen unparteilich sein sollte, ergibt sich unmittelbar aus dem [Universalisierungsprinzip](#), nach dem das ethisch Richtige von jeder vernunftbegabten Person eingesehen werden können müsste. Unparteilich ist unser Urteil, wenn nicht partikuläre, d.h. nicht auf ihre Legitimität hin geprüfte Interessen, sondern allein gute, für jedermann einsehbare Gründe den Ausschlag geben. Wir nehmen dann die Perspektive des „unparteiischen Zuschauers“ ein, in dem bereits Adam Smith – übrigens vor Kant – den moralischen Standpunkt erkannt hatte:

„Wir bemühen uns, unser Verhalten so zu prüfen, wie es unserer Ansicht nach irgendein anderer gerechter und unparteiischer Zuschauer prüfen würde.“¹⁸⁸

genen normativen Vorgaben. Wir kommen auf dieses Denken in Abschnitt 7.2.3 unter dem Stichwort der ‚Marktkonformität‘ zurück.

¹⁸⁶ Schlecht, O.: Entscheidungslinien der deutschen Wettbewerbspolitik, in: ORDO, 1992, S. 319-335.

¹⁸⁷ Weisser, G.: Die Überwindung des Ökonomismus in der Wirtschaftswissenschaft, in: ders., Beiträge zur Gesellschaftspolitik, Göttingen 1978, S. 573-601 (Erstveröff. 1954), hier S. 574.

¹⁸⁸ Smith (1985:167). Es mag erstaunlich anmuten, dass Smith diesen vernunftorientierten Standpunkt der Moral

Nun ist der Markt- und Wettbewerbsmechanismus ein anonymer, *unpersönlich* wirkender, *systemischer* Prozess. Er ist nicht intentionaler Ausdruck unserer Interessen oder der (partikularen) Interessen einer Person, sondern für sich betrachtet Ergebnis des *Zusammenspiels* der Handlungen der Marktteilnehmer. Insofern ließe sich sagen, dass im Markt keine „Privilegien“ vergeben werden,¹⁸⁹ niemand persönlich bevorzugt wird bzw. umgekehrt niemand ‚diskriminiert‘ wird; es zählen ja nur – ohne Ansehen der Person – die Leistungs- und Zahlungsfähigkeiten der Marktteilnehmer; den Ausschlag gibt der Marktpreis, den niemand intentional bestimmt hat, sondern der ‚sich bildet‘. Nach Hayek läuft nicht die Wirkungsweise des Marktprozesses, sondern im Gegenteil das Bemühen, ihn nach Grundsätzen „sozialer Gerechtigkeit“ zu gestalten, auf die Verleihung von „Privilegien“ hinaus.¹⁹⁰

Wir Menschen sind fehlbar, wir können uns irren, wir können von Willkür und Partikularinteressen getrieben sein – dies gilt aber nicht für den unpersönlich ablaufenden Marktmechanismus. So ließe sich dieses Denken zusammenfassen. Er läuft mit seinen Sachzwängen unbeeinflusst von persönlichen Vorlieben ab; seine „anonyme Kraft“ lässt sich „weder umschmeicheln, noch einschüchtern.“¹⁹¹ Sein ‚Urteil‘, das er uns über ‚Zeichen‘ des Erfolgs und Misserfolgs mitteilt, fällt er gleichsam mit verbundenen Augen – wie *Justitia*. Darum muss er im Recht sein. Diese Schlussfolgerung zieht jedenfalls das marktmetaphysische Denken.

Doch selbstverständlich hat die *Unpersönlichkeit* des Marktmechanismus nichts mit *Unparteilichkeit* im wohlverstandenen ethischen Sinne gemein. Auch wenn im Markt „niemandes Wille die relativen Einkommen der verschiedenen Leute bestimmen“ kann – dafür ist ja eine *unüberblickbare* Anzahl von Personen verantwortlich –, so bedeutet dies nicht, dass hier „der Begriff ‚soziale Gerechtigkeit‘ notwendig leer und ohne Bedeutung“ sei, wie F.A. von Hayek behauptet.¹⁹² Er meint damit, dass der Markt als ethisch neutral zu gelten habe, seine Ergebnisse also als ethisch legitim anzusehen seien, eben weil er ‚unparteilich‘ ablaufe. Genau genommen läuft er jedoch schlicht unpersönlich (anonym) und in seinen konkreten Ursache-Wirkungsverhältnissen „unsichtbar“ (A. Smith) ab. Seine Wirkungsweise ist aber durchaus parteilich, nämlich für die unternehmerische Lebensform, *wie wir gesehen haben*.

und – mit der Denkfigur der „unsichtbaren Hand“ – zugleich eine Metaphysik des Marktes vertreten konnte. Dieser Widerspruch lässt sich dadurch auflösen, dass Smith, wie bereits *oben* erwähnt, in der Konzeption seines Gesamtwerkes die „unsichtbare Hand“ nicht als letzte Moralinstanz, sondern als ein *partielles Substitut* für gewisse moralische Unvollkommenheiten der Individuen begriffen hat.

¹⁸⁹ Hayek (1969: 118).

¹⁹⁰ Vgl. Hayek (1969: 120 f.); vgl. auch Bd. 2 von „Recht, Gesetzgebung und Freiheit“ (Hayek 1981a), der mit „Die Illusion der sozialen Gerechtigkeit“ überschrieben ist.

¹⁹¹ Böhm, F.: Kartelle und Monopole im modernen Recht, Frankfurt a.M. 1960, S. 9

¹⁹² Hayek (1981a: 101).

Bei der Unparteilichkeit unseres Urteils können wir folglich nicht auf den Markt bzw. den Wettbewerb vertrauen. Dieser ist ja gerade *Gegenstand* der möglichst unparteilichen Beurteilung. Unparteilichkeit ist keine objektive Eigenschaft von sozialen Gebilden (wie beispielsweise dem Markt), sondern eine subjektive Einstellung oder Haltung; sie muss als solche von uns gewollt werden. *Wir* sind zur Unparteilichkeit aufgerufen, d.h. dazu, bei unserer Urteilsfindung nicht unseren Interessen, sondern guten Gründen den Vorrang zu geben. Dies bedeutet, wie wir bereits wissen, freilich nicht, dass wir unsere eigenen Interessen verleugnen sollten.

4.3.8 Gewinnmaximierung als Pflicht?

Wie äußert sich das marktmetaphysische Denken nun im Unternehmenszusammenhang? Wenn der Wettbewerb als ein „Entdeckungsverfahren“ (Hayek) bzw. als ein weiser Richter über die Geschehnisse der Menschheit aufgefasst wird, dann kann aus dieser Sicht derjenige, der diesen ‚Zeichen‘ folgt, ethisch nicht falsch liegen. Er *soll* diesen Zeichen folgen, die sich als Zeichen des Erfolgs und Misserfolgs zu erkennen geben, darüber hinaus für den ‚Marktgläubigen‘ jedoch eine tiefere ethische Bedeutung haben.

Aus der Sicht der Protestantischen Ethik diene das „rastlose“ Erwerbsstreben der „Mehrerung von Gottes Ruhm“ auf Erden.¹⁹³ Etwaige Bedenken – etwa angesichts der ‚sozialen Frage‘ und der offenkundigen sozialen Ungerechtigkeiten im damals anbrechenden Frühkapitalismus – konnten so im Keim erstickt werden.

„Mit dem Bewusstsein, in Gottes voller Gnade zu stehen und von ihm sichtbar [am ‚Zeichen‘ des Erfolgs, A.d.V.] gesegnet zu werden, vermochte der bürgerliche Unternehmer, wenn er sich innerhalb der Schranken formaler Korrektheit hielt, sein sittlicher Wandel untadelig und der Gebrauch, den er von seinem Reichtum machte, kein anstößiger war, seinen Erwerbsinteressen zu folgen und *sollte* dies tun.“¹⁹⁴

Wie wenig sich unter den Vertretern einer alt- und neoliberalen Weltanschauung¹⁹⁵ an dieser Sicht der Dinge bis heute geändert hat, mag je ein repräsentatives Zitat eines Wirtschaftspraktikers und eines Ökonomen der Gegenwart belegen:

„Zwischen dem ökonomisch Gebotenen und dem moralisch Richtigen besteht [für den Unternehmer in der Marktwirtschaft, A.d.V.] kein Gegensatz: beide fallen zusammen. Es widerspricht so auch nicht der Moral, sondern ist geradezu *sittliche Pflicht des Unternehmers*, im Rahmen der Unternehmensräson alles (sic!) zu tun, um das Unternehmen ‚fit‘ zu halten.“¹⁹⁶

¹⁹³ Vgl. Weber (1998b: 101, 109 f., 152, 167, 189).

¹⁹⁴ Weber (1988b: 198).

¹⁹⁵ Zur Trennlinie zwischen Alt- bzw. Paläo- und Neoliberalismus vgl. Abschn. 7.1.

¹⁹⁶ Habermann, G.: Teilen oder produzieren? Bemerkungen zum Ethos des Unternehmers, in: Neue Zürcher Zeitung, 11./12. September 1993, S. 31 f. Vgl. die Replik von Ulrich, P.: Zwei Ebenen unternehmerischer Ver-

„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 – unter Voraussetzung einer geeigneten Rahmenordnung – den Interessen der Konsumenten, der Allgemeinheit, am besten dient.“¹⁹⁷

Gewinnstreben, ja unbedingte Gewinnmaximierung, ist hier nicht etwa nur ein moralisches Recht, sondern sogar sittliche Pflicht des Unternehmers bzw. des Managements. Seine wohl berühmteste Ausformulierung hat dieses Ethos in Milton Friedmans häufig zitiertem Ausspruch gefunden:

„*The social responsibility of business is to increase its profits.*“¹⁹⁸

„... and nothing else“ – müssen wir hinzufügen. Seiner ‚sozialen‘, d.h. im umfassenden Sinne gesellschaftlichen bzw. moralischen Verantwortung komme das Management also nach, wenn es alles daran setze, dass die Gewinne so groß wie möglich sind – natürlich langfristig, nicht bloß kurzfristig. Denn durch den Marktmechanismus sei ja das ökonomische Eigeninteresse mit dem Allgemeininteresse (präziser: mit den legitimen Ansprüchen anderer) auf wunderbare Weise bereits vorgängig harmonisiert. Das Management *darf* diesem Verständnis zufolge keine ethischen, überhaupt „*betriebsfremde*“ (M. Weber) Gesichtspunkte in den unternehmerischen Wertschöpfungsprozess einfließen lassen. Die Unternehmensführung ist von ethischen – oder, wie häufig gesagt wird, von ‚politischen‘ – Überlegungen frei und ‚sauber‘ zu halten. Wir haben es hier also mit einer paradoxen moralischen Pflicht zu tun, mit der Pflicht nämlich, alle moralischen Pflichten zurückzuweisen. Außerökonomische Ansprüche an das Unternehmen sind kategorisch und a priori abzuweisen.

Fassen wir zusammen. Ökonomismus ist eine eigentümliche ethische Position. Sie meint, auf Moral – auf den ‚guten Willen‘, nach ethischen Einsichten zu suchen und diesen entsprechend zu handeln – verzichten zu können. Statt aus moralischer Einsicht und moralischem Handeln heraus soll sich der ökonomistischen Auffassung zufolge das ethisch Richtige aus dem systemischen *Zusammenspiel* der eigeninteressiert im Markt Agierenden ergeben. Dem Ökonomismus, der vorderhand das eigeninteressierte Handeln ethisch zu stützen sucht, entspricht also stets eine *Systemethik*. Dieser zufolge ist nicht der praktische Diskurs vernunftbegabter Personen in der unbegrenzten *Öffentlichkeit* der Ort

antwortung, in: Neue Zürcher Zeitung, 6. Oktober 1993, S. 39 (1993b).

¹⁹⁷ Homann/Blome-Drees (1992:38 f.). Wir brauchen diese pauschalisierende Auffassung hier nicht mehr zu widerlegen. (Vgl. dazu Abschnitt 2.3 zur Kritik des Utilitarismus sowie Abschnitt 3.4 zur hier ausgeblendeten *Parteilichkeit* der Sachzwänge des Marktes.) Hier kommt es vielmehr nur auf das Verständnis dieses Denkens und seine Einordnung in die Position einer Metaphysik des Marktes an. Auf die Rolle der „Rahmenordnung“ des Marktes wird später, in Abschnitt 7, eingegangen.

¹⁹⁸ So der gleichnamige Titel von M. Friedmans Essay in: The New York Times Magazine, 13. September 1970, S. 32-33, 122, 124 und 126.

und die Instanz der Moral, sondern das Marktwirtschafts- und Wettbewerbssystem.

Der Ökonomismus ist unvermeidlich eine metaphysische Position. Dies ist nicht nur logisch unausweichlich, sondern auch anhand seiner historischen Erscheinungsformen theorie- und dogmengeschichtlich belegbar.¹⁹⁹ Seinen unternehmensbezogenen Ausdruck findet der Ökonomismus im Postulat der Abwehr aller dem unternehmerischen Gewinnstreben abträglichen Ansprüche; dieses zu rechtfertigen ist letztlich seine praktische, ideologische Funktion.

4.4 Instrumentalistische Unternehmensethik: Zahlt sich Ethik langfristig aus?

Stellen Sie sich vor, das Management einer Unternehmung, die ins Zentrum öffentlicher Kritik geraten ist, tritt mit einer Pressemitteilung an die Öffentlichkeit, in der die Firma nur knapp verkündet: ‚Wir kommen unserer gesellschaftlichen Verantwortung nach, indem wir unsere Gewinne maximieren. Dadurch wird den Interessen der Allgemeinheit in bestmöglicher Weise entsprochen.‘

Die Reaktionen dürften nicht auf sich warten lassen. Es würde vermutlich ein Sturm der Entrüstung losbrechen ob solcher Überheblichkeit und Ignoranz. NGOs [Nichtregierungsorganisationen] würden wohl zu einem Konsumentenboykott aufrufen; einige der Kunden würden lieber zum Konkurrenzprodukt greifen, denn so eine Firma wollte man nicht auch noch unterstützen; viele Mitarbeiter wären nicht mehr so richtig motiviert für eine Firma zu arbeiten, die ethischen Fragen gleichgültig gegenübersteht und dies auch noch öffentlich bekundet; einige würden vielleicht bei sich bietender Gelegenheit kündigen und dann lieber bei einer anderen Firma arbeiten, die sich für humane, soziale und ökologische Wertgesichtspunkte offener zeigt; das Unternehmen hätte Schwierigkeiten, qualifizierte Mitarbeiter zu finden; all dies würde vom Aktienmarkt registriert und sich womöglich sogar im Aktienkurs ungünstig niederschlagen.

Man sieht an diesem Szenario: die *Friedman*'sche These, dass es der ‚sozialen‘ (moralischen) Verantwortung der Unternehmen entspreche, die Gewinne zu maximieren, und *d.h. hier: sich dabei ‚ethischer‘ Fragen zu enthalten*, ist in sich widersprüchlich. Denn zur Sicherung oder gar Steigerung des Gewinns gehört es in einer sensibilisierten Öffentlichkeit oftmals gerade, auf ‚ethische‘ Forderungen einzugehen, seine Bereitschaft dazu etwa in Führungsgrundsätzen und Unternehmensbroschüren zu dokumentieren und natürlich im eigenen Verhalten zu demonstrieren (soweit dies denn nötig ist). Aussagen wie diejenige Milton Friedmans sind demgegenüber geradezu geschäftsschädigend!

¹⁹⁹ Interessanterweise hatte auch das Management *Enrons*, dessen CEO sich mit den Worten verlauten ließ: ‚We are doing God’s work‘, metaphysisch argumentiert. Vgl. Thielemann, U.: Der Fall Enron(s) – Ein Anlass, über den wirtschaftsethischen Status von Managementintegrität nachzudenken, in: *Forum Wirtschaftsethik*, Juli 2005 (2005c).

„Ethik‘ ist gut fürs Geschäft – vielleicht nicht sofort, aber langfristig. Man spricht vom ‚Business Case for ethics‘, womit zum Ausdruck gebracht werden soll: für ‚Ethik‘ lässt sich auch mit ‚wirtschaftlichen‘ (Vorteils-)Argumenten werben. Davon sind auch viele Führungskräfte überzeugt. Dies zeigen empirische Untersuchungen. In drei aufeinander folgenden, international durchgeführten Studien wurde den befragten Managern und Unternehmern immer das gleiche Statement vorgelegt:

„Sound ethics is good business in the long run.“

Die Zustimmung lag im Jahre 1961 bei 99%, im Jahre 1977 bei 98%, und für das Jahr 1987 hielten die Autoren schlicht „general agreement“ fest.²⁰⁰ Das Ergebnis dürfte heute kaum anders ausfallen. Noch verbreiteter als die Auffassung, bei der Wirtschafts- und Unternehmensethik handle es sich um eine ‚Anwendung der Ethik‘ auf die Wirtschaft, ist die, dass sich ‚Ethik‘ für die Unternehmen langfristig auszahle. Hier einige Beispiele:

„Moral bringt Kapital.“²⁰¹

„Ein Unternehmen sollte ganz einfach darum moralisch handeln, weil sich moralisches Handeln lohnt! ... Moralisches Handeln bringt langfristig Vorteile.“²⁰²

„Management ohne Moral funktioniert nur kurzfristig.“²⁰³

„Corporate ethics is a strategic key to survival and profitability in this era of fierce competitiveness in a global economy.“²⁰⁴

„Moral‘ bzw. ‚Ethik‘ wird hier also als notwendiges *Instrument* erfolgreicher unternehmerischer Selbstbehauptung im Wettbewerb begriffen. Darum lässt sich dieser Ansatz als *instrumentalistische Unternehmensethik* bezeichnen: „Unternehmensethik ist ein Instrument für Banken (bzw. allgemeiner: der Unternehmen, A.d.V.) im Wettbewerb.“²⁰⁵ Wer dieses Instrument klug einzusetzen verstehe, werde zu den Gewinnern gehören, wer nicht, zu den Verlierern. Im Gegensatz zur ethisch pessimistischen These des ‚*Unmöglichkeitstheorems*‘, derzufolge es zumindest teilweise ‚unmöglich‘ sei, ‚unter den Bedingungen‘ des

²⁰⁰ Vgl. zu den Ergebnissen dieser Studien und ihrer kritischen Interpretation Ulrich, P./Thielemann, U.: Wie denken Manager über Markt und Moral?, in: Wieland, J. (Hrsg.), Wirtschaftsethik und Theorie der Gesellschaft, 1993, S. 54-91; vgl. auch Ulrich, P./Thielemann, U.: Ethik und Erfolg. Unternehmensethische Denkmuster von Führungskräften – eine empirische Studie, Bern/Stuttgart 1992.

²⁰¹ Leisinger, K. M.: Unternehmensethik. Globale Verantwortung und modernes Management, München, 1997, S. 175 ff.

²⁰² Pierer, H. von: Zwischen Profit und Moral, München 2003, S. 11. Helmut von Pierer war bis 2004 der Vorstandsvorsitzende der Siemens AG.

²⁰³ Rieger, B.: Management ohne Moral funktioniert nur kurzfristig, in: Handelsblatt, 2. November 1990, Beilage Karriere, S. 4.

²⁰⁴ The Business Roundtable: Corporate Ethics. A Prime Business Asset, New York 1988, S. 10.

²⁰⁵ Wagner, A.: Unternehmensethik in Banken, 1999, S. 82.

Wettbewerbs das ethisch Richtige zu tun, wird hier also die These vertreten: ‚Ethik‘ ist notwendig – notwendig, um den Unternehmenserfolg langfristig zu sichern oder gar zu steigern.

Allerdings ist das Erfolg versprechende Instrument ‚Ethik‘ kein Geschenk des Himmels. Vielmehr müssen die Unternehmen etwas dafür *tun* oder auf etwas *verzichten*. Beides ist mit Kosten verbunden. Dabei handelt es sich jedoch, so die Verfechter des instrumentalistischen Ansatzes, um *Investitionen*, also um Kosten, die sich langfristig bezahlt machen und einen *Return on investment* versprechen.

“Ohne Zweifel: Moral erzeugt Kosten. Aber diese Kosten sind Investitionen in ein Vertrauenskapital, dessen Rendite in der Schaffung stabiler Handlungserwartungen, und das heißt sinkenden Transaktionskosten, besteht.”²⁰⁶

Die Konsequenzen wären denkbar weit reichend. Wenn diese *langfristökonomische These* zuträfe, dann bedürfte es nicht eines ethischen Engagements auf Seiten der unternehmerischen Entscheidungs- und Handlungsträger, sondern bloß einer – etwa im Vergleich zur Position Milton Friedmans – genaueren Erkenntnis über die tatsächlichen Bedingungen erfolgreichen Wirtschaftens. Nicht eine Abkehr bzw. eine ethische Relativierung des ‚Gewinnprinzips‘ wäre ethisch notwendig, sondern im Gegenteil seine konsequentere, langfristige Verfolgung.²⁰⁷ Im Vergleich zur Position Milton Friedmans käme es also nicht zu einer Änderung der unternehmerischen Orientierung, sondern bloß zu einer Änderung der Einsicht in die ‚richtige‘ (ökonomisch erfolgreiche) *Rezeptur* dafür, *wie* die Unternehmensgewinne gesichert bzw. gesteigert werden können. Nicht Moralität wäre gefordert, sondern bloß die *Klugheit*, das ‚wahre‘ Eigeninteresse zu erkennen. Man sieht, wir haben es – trotz des Einsatzes ‚ethischer‘ Instrumente – erneut mit einer Variante einer *Ethik ohne Moral* zu tun.

Gegenüber der langfristökonomischen These ist also eine gehörige Portion Skepsis angebracht. Wenn, wie behauptet, ‚Ethik‘ ein *Instrument* erfolgreichen Gewinnstrebens ist und man es eben nicht vermeiden kann, bei der Steigerung der Markt-Performance zugleich das ethisch Legitime und Gebotene zu tun, dann kann auf den moralisch guten Willen, aus ethischer (statt bloß aus unternehmensstrategischer) Einsicht zu handeln, auch verzichtet werden. Wie aber kann man dann so sicher sein, dass es sich hierbei tatsächlich um ‚Ethik‘, d.h. um eine ethisch legitime Ausrichtung des unternehmerischen Handelns handelt? Verbirgt sich hinter dem *Label* ‚Ethik‘ tatsächlich das, was es verspricht – oder

²⁰⁶ Wieland, J.: Die Ethik der Wirtschaft als Problem lokaler und konstitutioneller Gerechtigkeit, in: ders. (Hrsg.), *Wirtschaftsethik und Theorie der Gesellschaft*, Frankfurt a.M. 1993, S. 7-31, hier S. 23.

²⁰⁷ Natürlich bezieht sich die Langfristigkeit in der instrumentalistischen These (‚Ethik zahlt sich langfristig aus.‘) nicht auf den dauerhaften Bestand des Investitionsobjekts (die Unternehmen bzw. den Betrieb), sondern auf die Einkommensbilanz des investierenden Subjekt (das durchaus eine Hit-and-Run-Strategie als Gewinn versprechend einschlagen kann).

nur *scheinbar*? Handelt es sich hierbei möglicherweise oder zumindest teilweise um einen „Etikettenschwindel“²⁰⁸ bzw. um eine *Ideologie*?²⁰⁹ Dies ist eine äußerst wichtige Frage. Denn nicht nur für Nussnougatcrèmes gilt: *Nicht überall wo Ethik draufsteht, ist auch Ethik drin.*²¹⁰

Dieser Skepsis gab bereits der Betriebswirtschaftler Arthur Lisowsky im Jahre 1927 Ausdruck, indem er von „<Ethik>“ – in Anführungszeichen! – als einem „Rentabilitätsfaktor“ sprach.²¹¹ Auch wir wollen uns im Folgenden an die Schreibregel halten, eine fragwürdige oder klärungsbedürftige Verwendung des Begriffs ‚Ethik‘ (womit ja gemeint ist: das ethisch Richtige) stets in Anführungszeichen zu setzen. Dass es neben den ‚harten‘, vielleicht ja nur vordergründigen Erfolgsfaktoren wie Produktqualität und Kosten weitere, ‚weiche‘ Faktoren gibt, die nicht nur den Erfolg (oder Misserfolg) der Unternehmung bestimmen, sondern auch sozusagen nach ‚Ethik‘ riechen, steht außer Zweifel. Doch der Schein kann trügen.

Im Folgenden sollen zunächst die Begründungen bzw. Erklärungen, die typischerweise für die langfristökonomische These der *Harmonie* von ‚Ethik‘ und (langfristigem bzw. ‚nachhaltigem‘) Gewinn angeführt werden, systematisch dargelegt und kritisch untersucht werden. Gibt hier tatsächlich die ethische Vernunft den Ausschlag? (4.4.1) Dies führt uns zu der *Stakeholder-Theorie* der Unternehmung, auf die sich die langfristökonomische Harmonie-These implizit stützt (4.4.2). Schließlich sollen die Argumente, die *gegen* die langfristökonomische These sprechen, formuliert werden, um so ein möglichst realistisches bzw. zutreffendes Bild des Verhältnisses von ethisch gerechtfertigten Ansprüchen und unternehmerischem Gewinnstreben zu erhalten (4.4.3).

4.4.1 Warum sollte sich ‚Ethik‘ langfristig auszahlen?

4.4.1.1 Das Generalargument: Die Sicherung des ‚guten Rufs‘

Als übergeordnete, allgemeine Begründung (oder Erklärung) dafür, dass es sich lohne, das ethisch Richtige zu tun und das ethisch Falsche zu unterlassen, wird von den Vertretern der instrumentalistischen Unternehmensethik die Sicherung des ‚guten Rufs‘ angeführt:

“Der gute Ruf eines Unternehmens ist einer seiner wertvollsten Aktivposten – auch wenn er nicht direkt in der Bilanz erscheint und sich nur auf subtile Art und Weise auf den kommerziellen Erfolg auswirkt.”²¹²

²⁰⁸ Dies vermuten Horst Steinmann und Albert Löhr (1994b: 110).

²⁰⁹ Der Begriff *Ideologie* wird hier nicht, wie zuweilen im angelsächsischen Raum üblich, im Sinne von ‘Weltanschauung’ gebraucht, sondern steht exakt für eine solche *Scheinethik*.

²¹⁰ Der bekannte Werbespruch lautete: „Nur wo ... draufsteht, ist auch ... drin!“

²¹¹ Lisowsky, A.: Ethik und Betriebswirtschaftslehre, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 1927, S. 253-258, 363-372, 429-442, hier S. 432 ff.

²¹² Leisinger (1997: 178).

Darum gilt, so Horst Steinmann und Ansgar Zerfass, dass „langfristig ... gelingende Legitimationsleistungen zu ökonomisch positiven Nebeneffekten führen.“²¹³ Dies erscheint vielleicht intuitiv plausibel, aber warum *genau* sollte denn – umgekehrt betrachtet – ein schlechter Ruf den Unternehmenserfolg beeinträchtigen können? Kann es einer gewinnmaximierenden Unternehmung nicht gleichgültig sein, wie die Öffentlichkeit über sie denkt? Warum *muss* eine Unternehmung auf ihren ‚guten Ruf‘ bedacht sein? Zur Beantwortung müssen wir neben der allgemeinen Öffentlichkeit weitere Gruppierungen in den Blick nehmen, die dem Gewinnstreben gefährlich werden und ein ‚Reputationsrisiko‘ darstellen könnten. Deren von der Unternehmung benötigten Leistungen bzw. der von ihnen ausgehende Druck müssen für die Unternehmung *bestandswichtig* bzw. *erfolgsrelevant* sein.

4.4.1.2 Substantialargumente: Berücksichtigung bestandswichtiger Gruppierungen

Naheliegender sind zunächst die *Konsumenten*, die meist mit einiger Leichtigkeit den Anbieter wechseln können, wenn sie der Meinung sind, eine Unternehmung habe ethische Grundsätze verletzt (und sie dies überhaupt interessiert). Sie treffen damit den Lebensnerv des Unternehmens, indem sie ihm schmerzliche Umsatzeinbußen zufügen. Als beispielsweise Shell im Jahre 1995 die Bohrplattform Brent Spar versenken wollte, was einen Sturm der Entrüstung auslöste, sind die Konsumenten einfach zur nächsten Tankstelle gefahren.²¹⁴

Konsumenten können ihre *Kaufkraft* einsetzen, um ‚ethische Sünder‘ zur Raison zu bringen.²¹⁵ Dabei ist nicht nur an groß angelegte Boykotts im Falle ‚ethischer Skandale‘ zu denken, sondern auch an die sozusagen stille Kaufentscheidung des Einzelnen, des kritischen Konsumenten. In den USA kann er sich dazu des Konsumentenführers „Shopping for a better world“ bedienen.²¹⁶ Aus all dem folgert Klaus Leisinger:

„Wird bei ... den Kunden Verlässlichkeit im Geschäftlichen mit einem moralischen Firmenprofil assoziiert, entsteht ... ein Mehrwert, der mit dauerhafter Kundentreue ... belohnt wird.“²¹⁷

²¹³ Steinmann/Zerfass (1993: 13 f.).

²¹⁴ Vgl. hierzu Ulrich, P.: Brent Spar und der ‚moral point of view‘. Reinterpretation eines unternehmensethischen Realfalls, in: Die Unternehmung, 1996, S. 27-46; Zajitschek, S.: Corporate Ethics Relations – Orientierungsmuster für die legitime Gestaltung unternehmensexterner Beziehungen, Bern/Stuttgart/Wien 1997, S. 250-298.

²¹⁵ Wir greifen dies wieder in Abschnitt 6.3 im Zusammenhang der Wirtschaftsbürgerethik unter dem Stichwort ‚ethisch bewusster Konsum‘ auf.

²¹⁶ Council of Economic Priorities: *Shopping for a Better World*, San Francisco 2000.

²¹⁷ Leisinger (1997: 184). Vgl. auch ders.: *Globalisierung, unternehmensethische Selbstbindung und wohlverstandenes Eigeninteresse*, in: Ulrich, P./Löhr, A./Wieland, J. (Hrsg.), *Unternehmerische Freiheit, Selbstbindung und politische Mitverantwortung*, München 1999, S. 99-118, insbes. S. 110 ff. Im Folgenden stützen wir uns weitgehend auf die Ausführungen Klaus Leisingers – nicht weil dieser als einziger eine instrumentalistische Unternehmensethik vertritt, sondern weil er diese Position in besonders prägnanter Weise formuliert

Ebenso wie durch Kunden droht auch durch die *Mitarbeiter* der Entzug der Unterstützung bei einem ethisch schlechten Ruf einer Firma – allerdings nicht in Form des Entzugs von Kaufkraft, sondern von Motivation und Engagement. Wenn eine Unternehmung beispielsweise in Bestechungsskandale verwickelt ist, als ökologische Dreckschleuder gilt oder sonstige als moralisch zweifelhaft angesehene Geschäftspraktiken verfolgt, so motiviert dies gewiss nicht „zu außerordentlichen Anstrengungen und jenem anhaltenden Engagement, das für beständige Höchstleistungen erforderlich ist.“²¹⁸ Motivations- und Identifikationsverluste bis hin zur inneren Kündigung sind die Folge. Überdies sinkt die Attraktivität der Firma auf dem Arbeitsmarkt, insbesondere im Bereich gut ausgebildeter Mitarbeiter („high potentials“). Wer also „überdurchschnittlich motivierte Mitarbeiter“ will, die bereit sind, auch „in Krisenzeiten für das Unternehmen Opfer zu bringen“, der muss ‚Ethik‘ bieten; denn – so lautet hier das instrumentalistische Argument – es besteht ein „positiver Zusammenhang zwischen angewandter Unternehmensethik und der Motivation von Angestellten.“²¹⁹

Eine weitere bestandswichtige bzw. erfolgsrelevante Gruppe sind die *Aktionäre und Kapitalgeber*. Diese reflektieren und antizipieren nicht nur die Wirkungen eines ethischen schlechten Rufes auf den Absatz- und Arbeitsmärkten, so dass Leisinger zufolge „Unternehmen, die bei unmoralischem Handeln ertappt werden, ... durch fallende Erträge und Aktienkurse ‚bestraft‘ werden.“²²⁰ Auch gibt es eine wachsende Gruppe von Aktionären, die nach ‚ethischen‘ Kapitalanlagen suchen.²²¹ Diesen beiden Trends entsprechend wächst das Angebot an solchen Anlagen, vor allem in den USA. Gemäß Social Investment Forum waren im Jahre 2007 in den USA 2.7 Billionen Dollar im Bereich „sozial verantwortlicher Geldanlagen“ investiert, was 11 Prozent aller professionell verwalteten Geldanlagen entspreche.²²²

Hier stellt sich natürlich sofort die Frage, welche Geldanlagen als ‚ethisch‘ oder ‚ökologisch und sozial verantwortlich‘ klassiert werden können. Wir möchten diese Frage noch einen Moment zurückstellen. Mit ihr hängt auch die teilweise kontrovers diskutierte Frage der Performance so genannter ‚ethischer‘ oder ‚sozialer und ökologischer‘ Anlagen zusammen. Die meisten Untersuchungen

hat. Vgl. zu Leisingers aktueller Position ders.: Zur Umsetzung unternehmensethischer Ambitionen in der Praxis. Das Beispiel Novartis, in: Ruh, H./Leisinger, K.M. (Hrsg.): Ethik im Management, Zürich 2004, S.

²¹⁸ Leisinger (1997: 179).

²¹⁹ Leisinger (1997: 178 ff.).

²²⁰ Leisinger (1997: 184).

²²¹ Unter dem Blickwinkel der Wirtschaftsbürgerethik wenden wir uns dem ‚ethischen Investieren‘ eingehender in Abschnitt 6.4 zu.

²²² Zhang, C.: Ethical Funds and Socially Responsible Investment. An Overview, in: QFinance, 2009, www.qfinance.com/asset-management-best-practice/ethical-funds-and-socially-responsible-investment-an-overview?full.

kommen zu dem Ergebnis, dass „klare Vorteile für die ethische Geldanlage“ bestehen.²²³

Doch auch wenn dies nicht der Fall sein sollte, so lässt sich der ‚ethische‘ Einfluss derjenigen Anleger mit ‚moralischen Präferenzen‘ mit demjenigen der Konsumenten und Mitarbeiter parallelisieren. Diese Anleger zeichnen sich definitionsgemäß ja dadurch aus, dass sie gewisse Einbußen bei der Rentabilität hinzunehmen bereit sind, „wenn damit eine Erhöhung der moralischen Performanz verbunden“ ist.²²⁴ Auch darum *scheint* zu gelten: ‚Ethik zahlt sich langfristig aus.‘ Denn wer diese Anleger mit seiner „moralischen Performanz“ für sich gewinnen kann, hat einen Wettbewerbsvorteil auf dem Kapitalmarkt.

4.4.1.3 Formalargumente: ‚Ethische‘ Hebelwirkungen

Eine dritte Gruppe von Argumenten, die zugunsten der instrumentalistischen These vorgebracht werden, verstärkt die vorangegangenen noch einmal. Zunächst ist hier an die zukünftigen Wirkungen heutiger Investitionsentscheidungen zu denken. Wenn sich später die Anlage – man denke an eine Industrieanlage und deren ökologische Auswirkungen – als (sozial oder ökologisch) unverantwortlich herausstellt, dann erweist sich die ansonsten vielleicht äußerst lukrative Anlage möglicherweise als eine *Fehlinvestition*. ‚Ethikdefizite‘ stellen also ein (vermeidbares) unternehmerisches Risiko dar. Beispielsweise könnte es passieren, dass neue Gesetze unverantwortliches Handeln unterbinden („politisches Risiko“). Die *Politik* stellt folglich eine vierte bestandswichtige bzw. erfolgsrelevante ‚Gruppe‘ dar, indem sie Gesetzesänderungen vornehmen oder Gesetzeslücken schließen kann. Daher gilt nach Leisinger:

“Unternehmen, die ihr Handeln einer ethischen Reflexion unterziehen und entsprechend agieren, nehmen in vielerlei Hinsicht Investitionen und Handlungsweisen vorweg, die Jahre später über Gesetze und behördliche Auflagen auch der Konkurrenz aufgezwungen werden.”²²⁵

Um solche ‚Ethik-Risiken‘ zu vermeiden, gelte es, *heute schon* die ethischen Gesichtspunkte einer Investitionsentscheidung zu berücksichtigen. Ansonsten stehe man *morgen* rasch einmal vor einer Investitionsruine.

Damit und mit allen vorangegangenen Argumenten hängt ein weiterer Gesichtspunkt zusammen: *Wenn* ‚Ethik‘ tatsächlich ein Erfolgsfaktor ist, dann ist sie auch ein *Wettbewerbsfaktor*, mit dem man sich von der Konkurrenz vorteilhaft abheben kann. So hält der Marketing Trends Report von 1999 fest:

„When price and quality are equal, nearly 2/3 of American consumers report that they

²²³ Vgl. Leisinger (1997: 186).

²²⁴ Leisinger (1997: 187).

²²⁵ Leisinger (1997: 184).

would be likely to switch to a brand associated with a good cause.²²⁶

Unternehmen, die einen ‚*ethischen Zusatznutzen*‘ bieten, können also einen Wettbewerbsvorteil gegenüber ihren Konkurrenten erzielen. In hart umkämpften, ausgereiften Märkten ist dies möglicherweise der entscheidende Vorsprung vor der Konkurrenz. Mitbewerber, die dazu nicht willens oder in der Lage sind, werden so gezwungen, ebenfalls ihre ‚moralische Performance‘ zu verbessern, oder sie scheiden aus dem Markt aus.

Über die Hebelwirkungen des Wettbewerbs kann also eine auf den ersten Blick vielleicht erstaunliche ‚Ethisierung‘ der ganzen Wirtschaft erreicht werden – so zumindest die These der Vertreter der instrumentalistischen Unternehmensethik. Dazu reicht eine eher geringe Zahl ethisch bewusster Konsumenten, Mitarbeiter und Aktionäre aus, gekoppelt mit den übrigen Konsumenten, Mitarbeitern und Aktionären, die bei gegebener guter ökonomischer Performance der Unternehmung gegen eine zusätzliche ‚moralische Performance‘ wohl kaum etwas einzuwenden haben. Und wenn man von einem zukünftig weiteren Wandel der Kunden-, Mitarbeiter- und Aktionärs- und Bürgerwünsche hin zu mehr ‚Ethik‘ ausgeht, hat diejenige Unternehmung „Startvorteile“, die sich heute schon auf die sich ändernden ‚moralischen‘ Präferenzen auf Seiten der erfolgskritischen Gruppen einstellen.²²⁷

4.4.2 Ethische Verkürzungen im Stakeholder-Ansatz

Oben wurde bereits erwähnt, dass die soeben skizzierten Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge zumindest in der Tendenz wohl tatsächlich zutreffen. Aus wirtschaftsethischer Sicht geht es allerdings um die *Interpretation* und *Beurteilung* dieser Wirkungszusammenhänge. Wird hier das Etikett ‚Ethik‘ zu *Recht* vergeben? Doch stellen wir diese Frage noch einen Moment zurück und untersuchen wir zunächst genauer die dargelegten Ursache-Wirkungs-Beziehungen zwischen ‚Ethik‘ und Unternehmenserfolg. Welches *Prinzip* ist hier letztlich *maßgeblich*? Und warum soll sich ‚Ethik‘ eigentlich *langfristig* und nicht schon kurzfristig auszahlen? Fragen dieser Art werden von den Vertretern der instrumentalistischen Unternehmensethik systematisch nicht gestellt.

Für eine Antwort auf diese Fragen ist die Stakeholder-Theorie, so wie sie maßgeblich von dem Managementtheoretiker *Robert E. Freeman* vertreten wird,²²⁸ hilfreich. Bislang haben wir ja einfach von ‚Gruppen‘ gesprochen (Mitarbeiter, Kunden und Aktionäre, eventuell die Politik), die im instrumentalistischen Ansatz sozusagen als Träger ‚der Ethik‘ fungieren und deren ‚ethische‘ Ansprüche

²²⁶ 1999 Cone/Roper Cause-Related Marketing Trends Report, zit. nach Business for Social Responsibility Education Fund: *Green Marketing: Risk or Opportunity?*

²²⁷ Vgl. Leisinger (1997: 187).

²²⁸ Vgl. Freeman, R.E.: *Strategic Management. A Stakeholder Approach*, Boston u.a. 1984.

berücksichtigt werden müssen, wenn man ökonomisch erfolgreich sein will. Für diese Gruppen hat sich der Begriff ‚Stakeholder‘ herausgebildet.

Stakeholder ist ein Wortspiel in Anlehnung an den Begriff Shareholder, die Kapitaleigentümer und Aktionäre der Unternehmung. Der Begriff Stakeholder besagt, dass für sie im Zusammenhang mit den Unternehmensaktivitäten *etwas auf dem Spiel steht* („to be at stake“). Im deutschsprachigen Raum spricht man auch von ‚Anspruchsgruppen‘.

Die Ablösung der Shareholdertheorie der Unternehmung bzw. des Managements durch die Stakeholdertheorie – also schlagwortartig von Friedman durch Freeman – bedeutet in einem noch näher zu bestimmenden Sinne, dass nicht nur die Kapitalgeber, sondern auch andere Anspruchsgruppen für die Unternehmensführung ‚relevant‘, ‚wichtig‘ oder ‚von Bedeutung‘ sind. Worin aber besteht diese Relevanz oder Bedeutung genau? Darüber gibt die immer wieder zitierte Definition Freemans Auskunft:

“A stakeholder in an organization is (by definition) any group or individual who can affect, or is affected by, the achievement of a corporation's purpose.”²²⁹

Auf den ersten Blick scheint es sich hierbei um eine genuin ethische Definition zu handeln. Stakeholder sind die möglicherweise negativ *Betroffenen* der Unternehmensaktivitäten – diejenigen also, who are „affected by the achievements of a corporation’s purpose“. Ihre Rechte bzw. ihre legitimen Ansprüche könnten ja möglicherweise übergangen oder verletzt werden, und *darum* sind sie für die Unternehmensführung ‚relevant‘: weil man sie berücksichtigen oder anhören muss, um zu klären, ob die Unternehmenspolitik als *legitim* gelten kann. Im gleichen Atemzug sind Stakeholder aber auch diejenigen, die die Ziele der Unternehmung *beeinflussen können* („can affect“). Und natürlich liegt es im *eigenen Interesse*, diejenigen Personen oder Gruppen, die *Macht* haben und über ein *Einflusspotential* verfügen, zu berücksichtigen. Sonst ist ja mit ihrem *Widerstand* zu rechnen, der die eigenen Strategien konterkarieren könnte. Wie passen diese beiden doch so gegensätzlichen Bestimmungen der Stakeholder – die genuin ethische und die erfolgsstrategische – zusammen?

Nun, mit „is affected by“ wird nur die *Macht* der Stakeholder weiter und präziser gefasst! Dies macht Freeman im direkten Anschluss an seine überall zitierte und adaptierte Stakeholderdefinition unmissverständlich deutlich:

“Groups which 20 years ago had no effect on the actions of the firm, can affect it today, largely because of the actions of the firm which ignored the effects on these groups.”²³⁰

²²⁹ Freeman (1984: 46).

²³⁰ Ebd.

Diejenigen, die vom unternehmerischen Handeln negativ betroffen sind, könnten ja sozusagen zurückschlagen, sie könnten sich wehren, und dies ist sogar ziemlich wahrscheinlich. Auf sie wird *Macht* ausgeübt (sie sind oder fühlen sich von den Unternehmensaktivitäten negativ betroffen), und darum ist es nahe liegend, dass sie zur *Gegenmacht* übergehen – wenn auch vielleicht erst, wie Freeman bemerkt, nach 20 Jahren. Sie schlagen vermutlich nicht sofort zurück, mit einiger Wahrscheinlichkeit aber *langfristig*.

Mit dem Moment der negativen Betroffenheit („is affected by“), dem man zunächst eine genuin ethische Bedeutung beimessen könnte, wird also bloß auf die *latente* Macht der Stakeholder abgestellt – in Abgrenzung und Ergänzung zu der manifesten (und offensichtlichen) Macht derjenigen, die hier und jetzt schon einen Einfluss ausüben („can affect“).

Hier erkennen wir auch die tiefere Bedeutung der *Langfristigkeit* im instrumentalistischen Ansatz. Der Langfristigkeit der Gewinnorientierung kommt nicht etwa per se eine ethische Dignität zu, wie oftmals ganz selbstverständlich vorausgesetzt wird. Aus der Suggestion, der *langfristige* Shareholder Value stehe ja „in Harmonie mit den Interessen der anderen Stakeholder“, ²³¹ spricht nur die alte Friedman'sche Vorstellung von einer markt-metaphysisch verbürgten Harmonie von Gewinnstreben und Ethik. Von diesem Harmonieglauben ist auch der Freeman'sche Stakeholder-Ansatz getragen. ²³² Beide Ansätze, der Shareholder-Value-Ansatz und der Stakeholder-Ansatz à la Freeman, sind sich im Ziel der Maximierung des (langfristigen) Gewinns ²³³ einig. Sie differieren nur in der Auffassung darüber, *wie* dieses Ziel effektiv zu erreichen ist.

Die Botschaft Freemans lautet schlicht: ‚Holzhammerstrategien‘ sind nur kurzfristig zum eigenen Vorteil durchsetzbar; sie haben kurze Beine. Es ist also Vorsicht geboten, wenn man etwas tut, das anderen, *latent* Mächtigen, nicht gefällt. Diese werden zwar nicht unbedingt sofort, aber vermutlich bald ihren Einfluss geltend machen, was sich dann letztlich nachteilig auf die Gewinnsituation der Unternehmung auswirken würde. Ergo sind ihre Ansprüche zu berücksichtigen. Der Zeitraum zwischen dem bloß kurzfristigen und dem langfristigen, tatsäch-

²³¹ Vgl. Volkart, R.: Langfristige Shareholder-Orientierung, in: Neue Zürcher Zeitung, 5. Juli 1996, S. 23. Volkart meint zur Legitimierung der Shareholder-Value- bzw. Gewinnmaximierungsorientierung anführen zu können: „Die Missverständnisse um den Shareholder value erscheinen vielfältig. So hört man etwa, das Shareholder-value-Denken sei *kurzfristig* orientiert ...“

²³² So hält Freeman es für eine „Fehlinterpretation“ seines Stakeholder-Ansatzes, einen Konflikt zwischen Stakeholder- und Shareholder-Interessen anzunehmen. Auch sehe er keinen Gegensatz zwischen einem „deskriptiven“, „instrumentellen“ und „normativen“ Verständnis des Ansatzes. Konsequenterweise mache sein Stakeholder-Ansatz die „Idee der ‚sozialen Unternehmensverantwortung (corporate social responsibility)‘“ letztlich „überflüssig“ – womit er sich als Anhänger einer ‚Ethik ohne Moral‘ erweist. Vgl. Freeman, R.E.: The Stakeholder Approach Revisited, in: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, 3/2004, S. 228-241, hier S. 230 f.

²³³ ‚Langfristige Gewinnmaximierung‘ ist streng genommen ein Pleonasmus (ein ‚weißer Schimmel‘), ‚kurzfristige Gewinnmaximierung‘ ein Widerspruch in sich. Denn Gewinn*maximierung* ist definitionsgemäß langfristige ausgelegt. Langfristige Gewinne sind schlicht insgesamt höher als bloß kurzfristige.

lich erreichbaren Gewinn ist also lediglich die Zeit, die bestandswichtige Stakeholder brauchen, um ihren Widerstand und Einfluss auf die Unternehmung geltend zu machen.

Freemans Stakeholderbegriff ist also durchgängig machtbasiert. Da die Ausübung von Macht (seitens der Unternehmung) praktisch stets in mehr oder minder großem Ausmaß Gegenmacht provoziert, ist im Stakeholderansatz Freemans das *Prinzip von Macht und Gegenmacht* maßgeblich: Die Ansprüche der Stakeholder werden nicht *nach Maßgabe* ihrer *Legitimität*, sondern ihrer (*Gegen-*) *Macht* berücksichtigt. „Relevant“ sind im instrumentalistischen Konzept also nur die „produktiven Stakeholder“, d.h. diejenigen, die im engeren und weiteren Sinne „einen produktiven Beitrag zum eigentlichen Unternehmenszweck leisten“ oder aber diesen „eigentlichen Unternehmenszweck“ konterkarieren könnten.²³⁴ Das Langfristargument, demzufolge die Unternehmung ‚der Ethik‘ Rechnung tragen *muss*, läuft auf eine ‚Ethik‘ des *Rechts des Stärkeren* hinaus. Wer Macht hat, bekommt Recht. Wer einflusslos ist, dessen Ansprüche bleiben unberücksichtigt, auch wenn sie legitim sind. Abermals erkennen wir die Verletzung *des kategorischen Imperativs*, wie sie den Ökonomismus in all seinen Schattierungen kennzeichnet. Macht gibt hier den Ausschlag, nicht gute Gründe.

Damit ist sowohl eine *Erklärung* für die These, dass sich ‚Ethik‘ (scheinbar!) langfristig – und nicht etwa kurzfristig – auszahlt, geliefert als auch der Generaleinwand gegen das instrumentalistische *Konzept* von Unternehmensethik formuliert.

Aber noch weitere kritische Argumente sind gegen dieses Konzept vorzubringen, um ein realistisches und differenzierteres Bild der – wie wir sehen werden – durchaus *partiellen* und stets ethisch-kritisch zu reflektierenden Koinzidenz von ‚Ethik und Gewinn‘ zu erhalten. Die wesentlichen Einwände sind die Folgenden:

4.4.3 Kritische Erörterung der Argumente im Einzelnen

Opportunismus als Konsequenz der Konfusion von Akzeptanz und Legitimität

In Abschnitt 2.5.4 zur Diskursethik haben wir bereits auf den ethisch höchst bedeutsamen, oftmals jedoch missachteten Unterschied zwischen *Legitimität und Akzeptanz* hingewiesen. Dieser Konfusion unterliegt auch der instrumentalistische Ansatz.

„Kurzfristiges Gewinnstreben zu Lasten gesellschaftlicher Akzeptanz kann ... leicht zum

²³⁴ Vgl. Kleinewefers, H.: Wie der volkswirtschaftliche Nutzen maximiert wird, in: Neue Zürcher Zeitung, 5. Juli 1996, S. 23. (Wir erkennen in diesem Titel übrigens klar die Verhaftung in *utilitaristischem* Denken.) Freeman (2004: 237) schlägt eine „Priorisierung“ der Stakeholder gemäß der „Stärke ihrer Ansprüche auf der Basis ökonomischer und politischer Macht“ vor.

Pyrrhussieg werden.“²³⁵

Dies mag erfolgsstrategisch gesehen durchaus zutreffen. Es fragt sich allerdings, in welchem Verhältnis die „gesellschaftliche Akzeptanz“ zur Legitimität des Unternehmenshandelns steht. Verbreitet ist die Annahme der Identität. Die Schweizer Bank UBS spricht statt von Akzeptanz von gesellschaftlichen „Erwartungen“ – und begründet mit dem Erfüllen dieser „Erwartungen“ ihre zahlreichen Aktivitäten, die sie unter dem Banner der „Corporate Responsibility“ führt:

„Die Bank ist sich der vielfältigen Erwartungen bewusst, die verschiedene Interessengruppen an sie stellen. *Daher* gehört Corporate Responsibility zum Geschäftsmodell der UBS.“²³⁶

Mit dem Begriff der „Corporate Responsibility“ markiert die Bank hier ihren Anspruch, in ethisch legitimer und verantwortbarer Weise zu wirtschaften. Dabei setzt sie voraus, was Leo Schuster ausformuliert:

„Unter gesellschaftlicher Legitimität ist die Übereinstimmung der Verhaltensweisen der Banken mit den vom wechselnden Zeitgeist bestimmten Werthaltungen der Gesellschaft zu verstehen.“²³⁷

Schuster spricht offen aus, was der langfristökonomischen These zu Grunde liegt. Dies ist eher selten der Fall. Denn wir, die wir zumindest ein intuitives Verständnis davon haben, was eine *Pflicht* ist, wissen, dass zwischen dem Legitimen (ethisch Richtigen) und den vorherrschenden Auffassungen darüber, was legitim sei, dem „wechselhaften Zeitgeist“ also, eine Differenz besteht. Für die Haltung, die diese Differenz verkennt, gibt es einen Begriff. Wir nennen eine solche Haltung *opportunistisch*. Eine solche Haltung offenbart auch die Credit Suisse Group:

„Zur gesellschaftlichen Verantwortung gehört, sich fortwährend neuen Gegebenheiten anzupassen.“²³⁸

Warum aber genau ist diese Anpassung an jeweils „neue Gegebenheiten“ bzw. an die wechselnden gesellschaftlichen „Erwartungen“ als opportunistisch zu kennzeichnen? Und warum ist Opportunismus überhaupt ethisch verfehlt?

²³⁵ Leisinger (1997: 182).

²³⁶ UBS: *Handbuch 2001/2002*, S. 126, Hvh.d.V.

²³⁷ Schuster, L.: Die gesellschaftliche Verantwortung der Banken, in: Britzelmaier, B./Geberl, S. (Hrsg.), *Wandel im Finanzdienstleistungssektor*, Heidelberg 2001, S. 185-190, S. 186.

²³⁸ Credit Suisse Group: *Nachhaltigkeitsbericht 2002*, Zürich 2003, S. 7. Natürlich könnten mit „Gegebenheiten“ auch neue Erkenntnisse und Einsichten gemeint sein. Nichts spricht allerdings für diese Interpretation. Vgl. Thielemann, U./Ulrich, P.: *Brennpunkt Bankenethik. Der Finanzplatz Schweiz in wirtschaftsethischer Perspektive*, Bern/Stuttgart/Wien 2003, S. 19 ff.

Zunächst verkennt der Opportunismus bzw. die Orientierung an der jeweils ‚herrschenden Meinung‘, dass es eine solche in einer *pluralistischen* Welt gar nicht so ohne weiteres gibt. Daraus hat ja die *moderne Ethik* die Konsequenz gezogen, dass sich die Ethik nicht an einem materialen Katalog von Normen orientieren kann, (der vielleicht allgemein anerkannt ist), sondern am *formalen* Prinzip der Ethik unmittelbar – und d.h. am Prinzip der Begründbarkeit. Dies setzt die Achtung und Anerkennung der Interaktionspartner – mit Blick auf die Unternehmung: der Stakeholder – als Argumentationspartner, deren Argumente ernst zu nehmen sind, voraus. Sie könnten ja Recht haben – oder auch Unrecht.

Nun scheint die Orientierung an der gesellschaftlichen Akzeptanz aber ja gerade darin zu bestehen, den Stakeholdern generell Recht zu geben. Allerdings stellt sich die Frage: *Welchen* Stakeholdern gibt man Recht? An *wessen* „Erwartungen“ passt man sich an? Stakeholder stellen keine monolithische Gruppe dar. Vielmehr bestehen in einer modernen, pluralistischen Gesellschaft vielfältige *Konflikte* zwischen den Stakeholdern – etwa zwischen Mitarbeitern, Konsumenten, Zulieferern, Vertretern ökologischer Anliegen (etwa auch der Standortgemeinde) und Aktionären.²³⁹ Ethik ist bekanntlich *kontrovers*. Nach welcher Maßgabe sollen diese Konflikte aufgelöst werden? Die – notwendigerweise formale – Antwort, die eine moderne Ethik gibt, ist klar: Sie sollen nach Maßgabe des *besseren Arguments* hinsichtlich der Legitimität der involvierten Ansprüche gelöst werden, nicht nach dem Einfluss bzw. der Macht ‚wichtiger‘ oder besonders ‚relevanter‘ Gruppen.

Doch selbst wenn wir von den Konflikten zwischen den Stakeholdern darüber, wie eine legitime und verantwortbare Geschäftspolitik auszusehen habe, einmal absehen und uns die Gesamtheit der Stakeholder sozusagen als einen monolithischen Block vorstellen, so wäre eine Orientierung an dessen „Erwartungen“ dennoch nicht als legitim, sondern als opportunistisch zu klassieren. Diskurse ebenso wie ethische Einsichten sind nichts Statisches. Ansonsten wäre es ja sinnlos, Diskurse überhaupt noch zu führen. Die Frage stellt sich also, ob die Stakeholder ihre „Erwartungen“ auf einer wohlbegründeten und wohlinformierten Basis formuliert haben – und ob sie sich ihren spezifischen „Erwartungen“ an ein Unternehmen überhaupt bewusst sind. Die Stakeholder müssten schon die Fakten über die Praktiken, die in einer Unternehmung oder Branche vorherrschen, sehr genau kennen, und diese ethisch beurteilen. Beides ist schwierig – und scheitert typischerweise bereits an der Unkenntnis über die hochkomplexe Faktenlage.²⁴⁰ Darum bedarf es ja der NGOs, in denen sich eine Expertise über

²³⁹ Hier ein wichtiges, aber selten erkanntes Beispiel: Den Aktionären und Konsumenten mag die Ausschöpfung aufscheinender Kostensenkungspotentiale zupass kommen. Diese Kosten stellen aber nichts anderes dar als die Einkommen der Mitarbeiter und Zulieferer.

²⁴⁰ Wüssten die Stakeholder beispielsweise über die Verhältnisse in der *Pharmaindustrie*, etwa von dem Verhältnis zwischen Marketing-, Forschungsausgaben und Umsatzrentabilität, würden sie über diese Branche vermutlich anders denken – oder sich überhaupt erst eine spezifischere Meinung bilden.

Praktiken, die als Missstände beurteilt werden, herausbildet, die sie dann der Öffentlichkeit zur Verfügung stellen.

Der Ansatz, die Unternehmensethik durch die „Erwartungen“ der Stakeholder zu definieren, läuft bestenfalls auf ein *opportunistisches* Durchlavieren hinaus – möglichst mit ‚Fingerspitzengefühl‘ –, bis hin zur Ausnutzung aller Spielräume dafür, das eigene Handeln in einem für die eigenen Interessen möglichst günstigen ‚ethischen‘ Licht darzustellen. Er bietet daher keine tragfähige *ethische* Orientierung. Eine solche setzt voraus, die verschiedenen konfligierenden Ansprüche, einschließlich der eigenen, *diskursiv* auf ihre Legitimität hin zu klären. Dies schließt zum einen ein, dass Stakeholderansprüche auch einmal zurückgewiesen werden können, zum anderen die Offenheit der Unternehmensführung dafür, was ethisch ‚Sache‘ ist. Nur so, also in *verständigungsorientierter*, nicht in *strategischer Einstellung* kann geklärt werden, ob die Unternehmung die Legitimität, die sie für sich reklamiert, zu Recht erhält.²⁴¹

Der Unterschied zwischen Legitimität und Akzeptanz ist also letztlich ein Unterschied der *Perspektiven* und *Orientierungen* (bzw. des Willens). Sich an der Legitimität zu orientieren heißt, an ethischen Fragestellungen interessiert zu sein. Den Akzeptanzsuchenden interessiert hingegen nur das *Faktum der Zustimmung* und damit die Abwesenheit von Widerstand; und es ist ihm gleichgültig, *warum* die Zustimmung erfolgt – womöglich bloß, weil die vorherrschenden Zustände gar nicht in ihrer Komplexität erfasst wurden. Akzeptanz zu genießen ist nützlich, ja sogar der Inbegriff des Nützlichen: Es ist der Punkt, an dem sich das eigene Interesse ‚reibungsfrei‘ *durchsetzen* lässt.

Die Machtabhängigkeit der Berücksichtigung von Ansprüchen

Im Begriff Opportunismus steckt jedoch nicht nur die Anpassung an jeweils „neue Gegebenheiten“, sondern auch der Grund und die Maßgabe dieser Anpassung. Opportunismus kommt von Opportunität, Chance, Vorteil. Das Fähnchen wird also nicht einfach in irgendeinen Wind gehängt, sondern in denjenigen, der die größten „Chancen“ bzw. Vorteile verspricht. Kurzum und wie bereits erwähnt: die Anliegen der Stakeholder werden nach Maßgabe ihrer Macht berücksichtigt. Spielen wir dies kurz für Konsumenten und Mitarbeiter durch:

Oben haben wir gesehen, dass es die *Kaufkraft* der Konsumenten ist, die bewirkt, dass es im Eigeninteresse der Unternehmen liegt, deren ‚moralischen Präferenzen‘ Rechnung zu tragen. Im Umkehrschluss bedeutet dies: Dort, wo die Kaufkraft der Konsumenten nicht ausreicht, um ein Unternehmen zur Umkehr zu bewegen, dort zahlt sich ‚Ethik‘ auch nicht aus. Dies gilt insbesondere für den Fall, dass die moralischen Verfehlungen nicht gravierend oder eindeutig ge-

²⁴¹ Wir werden diesen Gedanken in Abschnitt 8.2.1 vertiefen und in einen systematischen Zusammenhang stellen.

nug dafür sind, um überhaupt eine maßgebliche Öffentlichkeit herzustellen, die, in ihrer Eigenschaft als Konsumöffentlichkeit, den nötigen Druck auf die Unternehmen ausübt, indem die Konsumenten ihre Kaufkraft abziehen. Dann fehlt es an mobilisierenden Schlagzeilen und damit an der *Verbindlichkeit*, so dass für die je einzelnen, mehr oder minder ethisch bewussten Konsumenten wenig Hoffnung besteht, dass ihre Missbilligung qua Wechsel des Anbieters nicht verpufft.

Hier ein *Beispiel*: Nestlé kam in den 70er und 80er Jahren wegen seiner Marketingpraktiken in Entwicklungsländern unter Beschuss. Der Firma wurde vorgeworfen, eigentlich stillfähige Mütter in die – für sie kaum bezahlbare – Abhängigkeit von Muttermilchersatzprodukten zu treiben. Es soll Fälle gegeben haben, bei denen sie das Milchpulver nicht mehr bezahlen und auch nicht mehr stillen konnten – mit fatalen Folgen. Der Slogan „Nestlé tötet Babys“ machte die Runde.²⁴² Nestlé war einem massiven Boykott ausgesetzt. Schließlich einigte man sich auf einen restriktiven Marketing-Code. Die Vorwürfe verstummten. Doch auch heute noch – oder wieder – rufen diverse Organisationen zu einem Boykott gegen Nestlé wegen ihrer Marketingpraktiken für Muttermilchersatzprodukte bzw. wegen der Verletzung des Codes auf.²⁴³ Nur will sich heute eine kritische Masse an Druck ausübenden Konsumenten nicht mehr so recht einstellen. Der Fall ist zu wenig eindeutig und zu komplex, als dass man mit reißerischen Schlagzeilen eine stattliche Zahl von Konsumenten mobilisieren könnte. Aus Sicht des in seinem Kern ökonomistischen Ansatzes einer instrumentalistischen Unternehmensethik wäre hieraus zu folgern: Am mangelnden *Widerstand zeigt sich* eben, dass die bestehende Praxis *legitim* ist.

Auch im Falle der *Mitarbeiter* ist die Machkonstellation im instrumentalistischen Ansatz maßgeblich. Zu denken ist etwa an die Macht ethisch engagierter Mitarbeiter, sich nicht so engagiert für die Firma bzw. für den Shareholder-Value einzusetzen, wie sie es eigentlich könnten. Wenn die Mitarbeiter jedoch beispielsweise ökologischen oder anderen ethisch relevanten Fragen eher gleichgültig gegenüberstehen, etwa weil sie eigene existentielle ökonomische Sorgen plagen, dann sind allfällige ethische Bedenken rasch einmal wieder vergessen. Wie schrieb doch Sloterdijk in der „Kritik der zynischen Vernunft“?

“Zwänge des Überlebens und Selbstbehauptungswünsche haben das aufgeklärte Bewusstsein gedemütigt. Es ist krank an dem Zwang, vorgefundene Verhältnisse, an denen es zweifelt, hinzunehmen, sich mit ihnen einzurichten und am Ende gar deren Geschäfte zu besorgen... Bei zweitausend Mark netto im Monat beginnt leise die Gegenaufklärung.”²⁴⁴

Gegenmacht der Unternehmen

²⁴² Vgl. Post, J.E.: Nestlés traumatische Erfahrung mit Milchpulver, in: gdi-impuls, Nr. 1, 1985, S. 6-22. Die Broschüre wurde kürzlich unter dem Titel „AktENZEICHEN BABYNÄHRUNG UNGELÖST“ von der Erklärung von Bern wieder aufgelegt. Vgl. www.evb.ch.

²⁴³ Vgl. die Web-Sites des International Baby Food Action Network ([IBFAN](http://www.ibfan.org)), [Baby Milk Action](http://www.baby-milk-action.org), der [Erklärung von Bern](#), sowie [UNICEF](http://www.unicef.org).

²⁴⁴ Sloterdijk, P.: Kritik der zynischen Vernunft, Frankfurt a.M. 1983, S. 39 f.

Wir haben gesehen: Im instrumentalistischen Ansatz, der behauptet, ‚Ethik‘ zahle sich langfristig aus, ist die *Macht* der Beteiligten ausschlaggebend. Einen mächtigen Akteur haben wir diesbezüglich noch gar nicht berücksichtigt: die Unternehmen selbst. Natürlich haben auch diese Macht, vor allem die Macht der Abwanderung. ‚Arbeitsplatzargumente‘ werden vorgebracht, meistens gepaart mit Sachzwangargumenten. Manchen, möglicherweise berechtigten ethischen Einwänden wird durch die mehr oder mindere offene Drohung mit dem Abbau oder der Verlagerung von Arbeitsplätzen rasch der Wind aus den Segeln genommen.

Ein für diese Argumentations- bzw. Bargaininglogik anschauliches *Beispiel* ist das von dem damaligen Chemieunternehmen Ciba-Geigy (heute Novartis) geplante Biotechnikum Basel.²⁴⁵ Gegen die bio- und gentechnologische Forschungsanlage erhob sich in der Stadt Basel starker Protest. So genannte „Risiko-Dialoge“ wurden eingerichtet, in denen die anstehenden Fragen über die brisante Technologie mit ihren ökologischen ‚Risiken‘ bzw. Gefahren mit der lokalen Bevölkerung, Vertretern von NGOs und Experten geklärt werden sollten. Möglicherweise dienten diese ‚Dialoge‘ auch als ‚Frühwarnsystem‘ und als Testfeld für die Wirkung eigener Argumentationsstrategien. Bereits zu Beginn hatte der damalige Direktor von Ciba-Geigy, Alex Krauer, auf die ‚Bedeutung‘ dieser ‚Zukunfts- und Schlüsseltechnologie‘ hingewiesen sowie auf die „nachteiligen Wirkungen“ einer Verzögerung oder gar Verhinderung des Projekts „für den Produktionsstandort Basel“ – und dabei betont, dass es sich hierbei nicht um eine „Drohung“, sondern um eine „Feststellung“ handle. Es wurden also *Sachzwangargumente* vorgebracht.

Nachdem sich die öffentliche Meinung von diesen ‚Argumenten‘ nicht überzeugen ließ, schuf Ciba-Geigy Tatsachen. Das Biotechnikum wurde nicht wie geplant in Basel, sondern im grenznahen französischen Ort Huningue gebaut. Bei der Verkündung dieser Entscheidung gab Krauer der „Hoffnung“ Ausdruck, dass in Zukunft in vergleichbaren Fällen „die Akzeptanz in Basel ... besser sein wird.“

Marktinterne Effekte

Bislang haben wir vor allem Einwände dahingehend formuliert, dass es sich *nicht* auszahlt, das ethisch Richtige zu tun bzw. dass nach Maßgabe des ‚Sich-Auszahlens‘ nicht herausgefunden werden kann, was denn das unternehmensethisch Richtige in konkreten Fällen überhaupt ist.

Nun wäre es allerdings verfehlt anzunehmen, es würde sich niemals auszahlen, das ethisch Richtige zu tun. Ohne eine zumindest gewisse Plausibilität der langfristökonomischen These könnte diese ja auch nicht so weit verbreitet sein und sich so hartnäckig halten. Die Logik des Marktes hat eine Normativität, die durchaus mit bestimmten ethischen Normen konform geht – aber eben nur mit bestimmten. Hier zur Plausibilisierung einige Beispiele:

²⁴⁵ Vgl. hierzu Thielemann, U.: Chemiewirtschaft zwischen Kooperation und Konfrontation – Sinn und Grenzen kooperativer Subpolitik, in: oikos, (Hrsg.), Kooperationen für die Umwelt. Im Dialog zum Handeln, Chur /Zürich 1994, S. 123-144, insbes. S. 136 ff.

- So ist der Marktverkehr – die Tauschbeziehungen zwischen Käufer und Verkäufer (etwa auch zwischen ‚Arbeitgeber‘ und ‚Arbeitnehmer‘) – gewaltfrei. Die Macht, die hier eine Rolle spielt, ist eben nur die *negative* Macht der Gewährung und des Entzugs von Vorteilen. Allerdings ist der Tauschverkehr in der Tendenz auch solidaritätsfrei.
- Auch ist der Markt in der Tendenz frei von so genannten ‚Diskriminierungen‘ – es zählen nicht ethnische, kulturelle oder religiöse Zugehörigkeiten, nicht Geschlecht oder Hautfarbe, sondern allein die Leistungsfähigkeit des Einzelnen. Insofern wird natürlich durchaus ‚diskriminiert‘ – eben nach der Leistungsfähigkeit.²⁴⁶
- Ebenso lässt sich sagen, dass die ökologische Bewegung tatsächlich einiges bewirkt hat – sei es über die Bewusstseins-schärfung und Mobilisierung der Konsumenten und Mitarbeiter oder über das Wachhalten der ökologischen Frage in der breiteren, politischen Öffentlichkeit mit seinen Auswirkungen auf Verordnungen und Gesetze. Man denke hier auch an den Siegeszug des Nachhaltigkeitsbegriffs (‚Sustainability‘), der allerdings in einer eher unklaren Schwebelage steht zwischen ökologischer Nachhaltigkeit (üblicherweise gepaart mit ‚sozialer Nachhaltigkeit‘, was immer dies konkret bedeutet) und ökonomischer Nachhaltigkeit – und dann nichts anderes heißt als „nachhaltige Dauer-Rentabilität“ (Max Weber), also möglichst hohe, langfristig durchsetzbare (‚durchhaltbare‘) Gewinne.

Wenn allerdings, wie oben bereits erwähnt, ‚Ethik‘ ein Stück weit zum Wettbewerbsfaktor wird, dann werden dadurch auch *marktinterne Effekte* auf schwächere Marktteilnehmer erzeugt – und selbstverständlich sind auch diese *ethisch* zu reflektieren. Dies ist sozusagen die (selten thematisierte) Rückseite der oben beschriebenen Hebelwirkungen durch den ‚Ethik-Wettbewerb‘, d.h. des Wettbewerbs um den Stakeholder-Support und, wenn man so will, die ‚Ethik-Nachfrage‘. Und auch diese ethisch zu berücksichtigenden internen Effekte sind es, die es letztlich verbieten, einfach und pauschal zu behaupten, ‚Ethik‘ zahle sich langfristig aus.

Verdeutlichen wir uns dies am Beispiel der Mitarbeiter. Sie sind dem instrumentalistischen Konzept zufolge ‚gut‘ zu behandeln, sonst laufen sie davon oder sind schlecht motiviert. So hieß es bereits in Peters/Waterman’s Buch „In Search of Excellence“, das die Initialzündung für die Unternehmenskulturdiskussion gab:

„Behandle Menschen wie Erwachsene. Behandle sie wie Partner; behandle sie mit Würde und Achtung. Behandle *sie* – nicht Investitionen oder Automation – als die wichtigste

²⁴⁶ Hier eröffnen sich also viele ‚Chancen‘ für diejenigen Unternehmen, die bestehende ‚Diskriminierungen‘ nach *anderen* Gesichtspunkten als der Leistungsfähigkeit ‚entdecken‘ (Hayek) – etwa indem sie Frauen mit hohem Leistungspotential im ‚War for Talent‘ einen, bezogen auf das Geschlecht, diskriminierungsfreien Arbeitsplatz anbieten.

Quelle für Produktivitätssteigerungen. Das sind die Grundkenntnisse aus unserer Untersuchung über die besonders erfolgreichen Unternehmen.“²⁴⁷

Diese Botschaft, die beinahe an den *kategorischen Imperativ* erinnert, findet sich beispielsweise auch in der folgenden Werbung von Ikea für Büromöbel.



Die tiefer liegende Message der Anzeige („Je wohler sich Ihre Mitarbeiter fühlen, desto unwohler fühlt sich die Konkurrenz“) lässt sich wohl so zusammenfassen: „Behandeln Sie ihre Mitarbeiter gut (unter anderem, indem Sie Ihr Büro mit Möbeln aus dem IKeaprogramm ausstatten, mit denen sie sich wohl fühlen werden ...). Dann werden sie produktiv und kreativ sein – kreativ im Hinblick auf die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der Firma.“

²⁴⁷ Peters, T.J./Waterman, R.H.Jr.: Auf der Suche nach Spitzenleistungen. Was man von den bestgeführten US-Unternehmen lernen kann, Landsberg am Lech 1983, S. 276.

Damit werden die Mitarbeiter aber natürlich Wettbewerbsdruck auf andere Firmen ausüben, indem diesen Marktanteile abgenommen werden. Der Wettbewerbsprozess ist nun mal ein Prozess „*schöpferischer Zerstörung*“ (Schumpeter). Entsprechend geraten die Mitarbeiter in den Konkurrenzfirmen, deren Wettbewerbsposition nun ‚zerstört‘ wird, unter Leistungs-, Lohnsenkungs- oder Entlassungsdruck. Der Wettbewerbsprozess ist insgesamt eben kein ‚Wohlfühlprogramm‘. Das ethische ‚*Wunder des Marktes*‘, für alle gute Effekte hervor-zubringen, findet nicht statt.²⁴⁸

Ziehen wir ein **Fazit**: ‚Ethik‘ ist teilweise tatsächlich ein Erfolgs- und Wettbewerbsfaktor, teilweise *erscheint* dies allerdings bloß so. Ein *differenzierterer* Umgang mit der Etikette ‚Ethik‘ erfordert stets *kritische Wachsamkeit*. Dies schließt insbesondere ein:

1. kritisch zu hinterfragen, ob es sich bei den als ‚ethisch‘ deklarierten Maßnahmen tatsächlich um solche handelt – oder um einen ‚Etikettenschwindel‘;
2. die Zumutbarkeit für die Stakeholder zu berücksichtigen, auf die Unternehmen Druck ausüben zu müssen, damit sie berechtigten ethischen Ansprüchen Folge leisten.
3. die marktinternen Effekte, die durch den ‚Ethikwettbewerb‘ zusätzlich bei den schwächeren Marktteilnehmern entstehen, ebenfalls ethisch zu reflektieren.

Letztlich gilt hier wie überall sonst, dass den Beteiligten – Unternehmen bzw. ihrem Management ebenso wie den Stakeholdern – eine ethische *Urteilsleistung* abverlangt werden muss, d.h. der ‚gute Wille‘, nach ethischen Einsichten zu suchen und diesen gemäß zu handeln. *Allein so* besteht Aussicht, dass die Etikette ‚Ethik‘ *gerechtfertigterweise* vergeben werden kann. *Ethik ist kontrovers*. Aus der Perspektive einer modernen, *kognitivistischen Ethik*, die um die Kontroversialität des ethischen Urteils weiß und darum die ethische Vernunft nicht in einem Normenkatalog, sondern im Prozess der Begründung der Normen verortet (Diskursethik), muss die Aussage: ‚Ethik zahlt sich langfristig aus‘, von vorn herein als abwegig erscheinen, da ja zuallererst zu definieren ist, was das ethisch Richtige ist bzw. worin eine legitime und verantwortungsvolle Geschäftspolitik besteht.²⁴⁹ Dazu bedarf es jedoch der richtigen Einstellung auf Seiten aller Beteiligten, denn dies lässt sich nach Maßgabe der Eigeninteressen nicht klären. Es fragt sich allerdings, ob eine Unternehmung (ein Stück weit) gerade darum erfolgreich sein kann, *weil* sie das logische *Primat der Ethik* anerkennt. Dieser Frage wenden wir uns unter dem Stichwort *verdiente Reputation* in Abschnitt 8

²⁴⁸ Dies zeigt sich etwa in der Zunahme des Stresses. Vgl. hierzu Vgl. International Labour Organization (ILO): *Safe Work – Stress at Work, Introduction*; Thielemann (2009: 217-227).

²⁴⁹ Vgl. auch Thielemann, U.: Ethik als Erfolgsfaktor? The Case against the business case und die Idee verdien-ter Reputation, in: Scherer, A.G./Patzner, M. (Hrsg.), *Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensethik*, Wiesbaden 2008, S. 231-255.

im Zusammenhang einer integrativen Konzeption von Unternehmensethik zu. Die verbreitete These der Koinzidenz von ‚Ethik‘ und ‚Gewinn‘ erscheint so in einem anderen, differenzierteren und relativierten Licht.

4.5 Multiple-Choice Fragen zu Kapitel 4

1. Was ist Ökonomismus?

1	Die normative Überhöhung der ökonomischen Rationalität zur ganzen Vernunft, einschließlich der Ethik
2	Die Annahme, dass die Wirtschaftsethik statt auf das moralische Engagement der Wirtschaftssubjekte auf deren Eigeninteresse setzen kann und sollte
3	Die Auffassung, dass, frei nach Brecht, zuerst das „Fressen“ (die Ökonomie) kommt, erst dann die Moral

2. Die Universalität der Knappheit ...

1	ist eine Grundtatsache menschlichen Lebens, derer man sich bewusst sein sollte
2	ist nur eine versteckte Formel für die Unbedingtheit der Verfolgung der je eigenen Interessen
3	ist keine objektive Eigenschaft von Tatsachen, sondern eine subjektive Bewertung von Tatsachen

3. Methodologischer Individualismus ...

1	ist eine Perspektive, der zufolge wir keinen Zugang zu den ‚Präferenzen‘ bzw. Handlungsgründen anderer Individuen haben
2	ist eine Methode, mit Hilfe derer die Präferenzen des Einzelnen besser verstanden werden können
3	ist eine Perspektive, die darauf hinausläuft, dass uns andere Personen rationalerweise nur in ihren Wirkungseigenschaften interessieren

4. Warum verletzt das Rationalitätsverständnis des Homo oeconomicus den kategorischen Imperativ?

1	Weil er sich in die Bestimmungsgründe („Zwecke“) seines Handelns nicht hineinreden lässt
2	Weil ihn an anderen Individuen nur ihre Eigenschaft als Chance oder Widerstand interessiert
3	Weil er von der Legitimität seines eigenen, ihm nützlichen Handelns überzeugt ist

5. Warum ist Gewinnmaximierung illegitim?

1	Weil es sich bei der Gewinnmaximierung nur um eine spezifische Form der Nutzenmaximierung handelt
2	Weil die Orientierung an der Gewinnmaximierung langfristig scheitern muss
3	Weil nach dieser Maxime legitime Ansprüche an das Unternehmen auch dann zurückgewiesen werden, wenn ihre Berücksichtigung den an sich erreichbaren Gewinn schmälert

6. Ist es gut, wenn die Individuen moralische Präferenzen haben?

1	Ja, denn nur dann tun sie aus eigenem Antrieb das moralisch Richtige
2	Ja, denn ansonsten müsste man sie durch Anreize zu moralischem Verhalten bewegen, was oftmals ziemlich teuer ist
3	Dies lässt sich so nicht beantworten, denn der Begriff einer ‚moralischen Präferenz‘ impliziert, dass es sich um eine Geschmacksfrage handelt. Durch Geschmacksurteile lässt sich aber nicht herausfinden, ob einer ‚Präferenz‘ das Prädikat ‚moralisch‘ tatsächlich gebührt. Über bloßen Geschmack lässt sich bekanntlich nicht streiten...

7. ‚An den Reaktionen der verbleibenden Mitarbeiter und deren Auswirkungen auf den Unternehmenserfolg wird sich zeigen, ob die Entlassungen ethisch gerechtfertigt waren.‘ Was ist von diesem (fiktiven) Statement zu halten?

1	Dies ist ein Beispiel für ein Denken, nach dem die ‚Anwendungsbedingungen‘ (in diesem Fall: die Mitarbeiter) und ihre (möglicherweise fehlende) Gegenmacht auf die ethisch-normative Gültigkeit ‚durchschlagen‘ (K. Homann)
2	Es wäre allzu idealistisch, wollte man schwierige unternehmensethische Entscheidungen treffen, ohne die Reaktionen für den Unternehmenserfolg wichtiger Gruppen mit einzubeziehen
3	Dies ist ein Beispiel für die Verkürzung von Legitimität auf (erhoffte) Akzeptanz

8. Die Ansicht, dass die „unsichtbare Hand“ dafür Sorge, dass das „Allgemeinwohl“ gefördert werde, entspricht einer bestimmten ethischen Position. Wie lässt sich diese charakterisieren?

1	Als eine Systemethik
2	Als eine der Form nach metaphysische und dem Inhalt nach utilitaristische Ethik
3	Als eine Ethik, die den Einzelnen von unzumutbaren ethischen Ansprüchen entlastet

9. Was ist Metaphysik im modernen Verständnis?

1	Die alternativ mögliche, vernunftbegründete Gegenposition zum Positivismus
2	Der Glaube an eine übermenschliche und gleichwohl vernünftige Kraft
3	Eine andere Bezeichnung für die Ethik

10. Hayek spricht vom Wettbewerb als einem „Entdeckungsverfahren“. Lässt sich dieser Sicht von einem nicht-metaphysischen Standpunkt aus etwas abgewinnen?

1	Aus dem Wettbewerbsprozess mögen sich <i>strategische</i> , nicht aber <i>ethische</i> Erkenntnisse gewinnen lassen
2	Ja, denn im Wettbewerb ‚entdecken‘ wir tatsächlich, welches unsere ‚wahren‘ (durchsetzbaren) ökonomischen Interessen sind. Zumindest gilt dies, solange der Wettbewerbsprozess in Intensität und Umfang nicht selbst ethisch in Frage gestellt wird
3	Ja, denn erst der Wettbewerb erlaubt ein Urteil darüber, was dem Allgemeinwohl, dem Wohl der Konsumenten letztlich dient

11. Warum ist aus ökonomistischer Sicht Gewinnmaximierung eine Pflicht des Unternehmers?

1	Weil aus der Sicht des Ökonomismus das ethisch Vernünftige durch den normativ überhöhten Marktmechanismus metaphysisch bestimmt und sichergestellt wird
2	Weil die langfristige Maximierung des Gewinns für das Unternehmen das beste ist
3	Weil der Markterfolg aus ökonomistischer Sicht ein einfach zu verstehendes Zeichen einer höheren Weisheit ist

12. ‚Ethik erzeugt Kosten.‘ Welchem Ansatz von Wirtschafts- bzw. Unternehmensethik ist dieses Statement zuzuordnen?

1	Dem Ansatz der Wirtschaftsethik als angewandter Ethik
2	Dem Ansatz der Wirtschaftsethik als angewandter Ökonomik bzw. der instrumentalistischen Unternehmensethik
3	Dies lässt sich ohne weitere Erläuterung nicht eindeutig bestimmen. Dazu müsste man wissen, ob mit ‚Kosten‘ hier echte Verluste – gleichsam Konsumausgaben – oder Investitionen gemeint sind

13. Worin besteht der Unterschied zwischen der unternehmensethischen Position Milton Friedmans und dem instrumentalistischen Ansatz?

1	Die Ansätze unterscheiden sich <i>in der ‚Rezeptur‘</i> , wie Gewinne zu maximieren sind
2	Der instrumentalistische Ansatz relativiert das Gewinnmaximierungsstreben zugunsten ethischer Gesichtspunkte
3	Es besteht kein Unterschied <i>in der ethischen Orientierung</i> des Unternehmenshandelns. In beiden Fällen soll und darf die Unternehmung Gewinnmaximierung betreiben

14. Was unterscheidet den ‚angewandten‘ von dem instrumentalistischen Ansatz der Wirtschafts- und Unternehmensethik?

1	Der ‚angewandte‘ Ansatz sagt, ‚Ethik‘ sei unter Wettbewerbsbedingungen zumindest teilweise ‚unmöglich‘; der instrumentelle Ansatz hält ‚Ethik‘ im Gegenteil für notwendig
2	Beide Ansätze verfolgen ‚ethische‘ Anliegen nur, wenn sich dies rechnet; allerdings ist der ‚angewandte‘ Ansatz hinsichtlich der Frage, ob sich ‚Ethik‘ auszahlt, skeptischer
3	Beide Ansätze reflektieren die ökonomische Sachlogik von Markt und Wettbewerb nicht eigens ethisch

15. Welche der folgenden Begriffe deuten darauf hin, dass der instrumentalistische Ansatz vertreten wird?

1	Ethischer Zusatznutzen
2	Ethische Reflexion
3	Ethik-Risiko

16. Welche Charakterisierung des instrumentalistischen Ansatzes trifft zu?

1	Es handelt sich um eine Ethik ohne Moral
2	Es handelt sich um eine konsequentialistische Ethik
3	Es handelt sich um eine Ethik mit Moral, denn schließlich wird ja ‚Ethik‘ tatsächlich betrieben

17. Warum zahlt sich ‚Ethik‘ – oder der Schein der ethischen Vernünftigkeit des Unternehmenshandelns – langfristig, aber nicht kurzfristig aus?

1	Weil sich ethische Einsichten erst nach einiger Zeit in den Köpfen der Menschen festsetzen
2	Weil es Zeit braucht, bis sich die Gegenmacht der vom Unternehmenshandeln betroffenen Stakeholder formiert
3	Weil die Macht bzw. Gegenmacht der Stakeholder zu einem guten Teil latenten Charakter hat

18. Über welche Form der Macht verfügen ethisch-kritische Konsumenten?

1	Sie verfügen über die positive Macht des Entzugs ihrer Kaufkraft
2	Sie verfügen über eine negative Macht, die manifest oder latent wirksam ist und zumeist explizit eingesetzt wird
3	Konsumenten sind weitgehend machtlos

19. Warum ist der instrumentalistische Ansatz als opportunistisch zu charakterisieren?

1	Weil er das Gewinnmaximierungsstreben nicht ethisch relativiert – und dementsprechend alle ‚Chancen‘ (engl. opportunities) nutzt, die sich gerade bieten
2	Weil es ihm an der selbstkritischen Offenheit mangelt, auch solche ethischen Problemfelder anzusprechen, gegen die sich wahrscheinlich kein wirksamer Widerstand erhebt
3	Weil er sich – bestenfalls – den gerade vorherrschenden ‚gesellschaftlichen Normen‘ anpasst

20. Insofern es zutrifft, dass es sich für Unternehmen tatsächlich lohnt, das ethisch Richtige zu tun – warum stimmt die Aussage ‚Ethik zahlt sich langfristig aus‘ gleichwohl so nicht?

1	Weil so der Wettbewerbsdruck mit seinen internen Effekten auf die schwächeren Marktteilnehmer im ‚Ethik-Wettbewerb‘ der ethischen Reflexion entzogen würde
2	Weil man dann formulieren müsste: ‚Ethik zahlt sich kurz- und langfristig aus.‘
3	Weil sich ‚Ethik‘ ja selbst dann nur teilweise auszahlt

4.6 Fallstudie zu Kapitel 4: Shell in Nigeria – Unternehmenspolitik ohne Politik

Im Jahre 1995 geriet die *Royal Dutch – Shell* wegen der Aktivitäten ihrer Tochtergesellschaft *SPDC* in Nigeria durch die internationale Öffentlichkeit stark unter Druck. Nigeria stand seit langem unter der Regierung eines weltweit geächteten Unrechtsregimes.²⁵⁰ Shell wurde nicht nur vorgehalten, durch unsachgemäße Handhabung bei der Förderung des Rohöls die Umwelt der lokalen Bevölkerung stark zu verschmutzen (vor allem Pipelinelecks und Abfackeln von Gas), sondern auch, das Unrechtsregime indirekt zu stützen, das die hohen Einnahmen aus dem Erdölgeschäft nicht der Bevölkerung zu Gute kommen, sondern in private Taschen fließen ließ. Die lokale Bevölkerung, insbesondere der Volkstamm der Ogoni, begehrte wegen der ökologischen Schäden und der ungerechten Verteilung des Erdölreichtums gegen Regierung und Shell Nigeria auf. Es kam zu gewaltsamen Auseinandersetzungen, teilweise vor den Toren der Firma. Der Führer der Ogoni, der Schriftsteller *Ken Saro-Wiwa*, wurde von der Regierung unter Arrest gestellt und am 11. November 1995 schließlich hingerichtet. Dies löste eine weltweite Welle des Protestes aus – sowohl gegen das Regime als auch gegen Shell.

In ganzseitigen Zeitungsannoncen reagierte Shell damals auf die Vorwürfe – unter anderem folgendermaßen:

“Einige Interessengruppen fordern uns auf, in die nigerianische Politik einzugreifen. Aber selbst wenn wir Einfluss nehmen könnten, sollten wir dies nie tun. Politik ist Sache von Regierungen und Politikern. Und eine Welt, in der Unternehmen ihre wirtschaftliche Stärke dazu missbrauchen, Regierungen an die Macht zu bringen oder zu stürzen, ist eine erschreckende Vorstellung.”²⁵¹

In einem längeren Bericht des Unternehmens hieß es:

“Es gehört zu den Grundsätzen des Unternehmens, sich nicht öffentlich zu den inneren Angelegenheiten eines Landes und politischen Auseinandersetzungen zu äußern.”²⁵²

Dies galt auch für das damalige Regime Nigerias:

„As a responsible Nigerian company, SPDC obeys the laws of the country ...“²⁵³

²⁵⁰ Erst seit 1999, nach dem plötzlichen Tode des Diktators Abacha, amtiert in Nigeria eine demokratisch gewählte Regierung.

²⁵¹ Shell: Zum Thema Nigeria: Klarheit in einem schwierigen Umfeld (Zeitungsannonce), (1995). Das englische Original der Annonce ist wiedergegeben in: Eemeren, F. H. van/Houtlooser, P.: *Strategic Manoeuvring in Argumentative Discourse*, in: *Discourse Studies*, 1999, S. 479-497, hier S. 486 f.

²⁵² Shell International: *Shell in Nigeria. Probleme und Perspektiven*, London 1995 (von der Deutschen Shell AG übersetzte Firmenbroschüre, Hamburg 1996).

²⁵³ Shell Nigeria: *The Ogoni Issue Brief*.

Allenfalls „stille Diplomatie“ („discrete diplomacy“) kam für Shell in Frage. Diese hatte aber im Falle Ken Saro-Wiwas bedauerlicherweise nicht zum Erfolg geführt. Dabei wollte Shell auch das in „stiller Diplomatie“ bei dem Regime Nigerias eingereichte „Gnadengesuch“ nicht als einen „politischen“ Akt verstanden wissen, wie Brian Anderson, Management Director von Shell Nigeria kurz nach der Hinrichtung Ken Saro-Wiwas festhielt:

„It was not a comment on the proceedings of the tribunal (des Regimes gegen Ken Saro-Wiwa und seine Mitstreiter, A.d.V.). We believe as a multinational company that to interfere in such processes, whether political or legal, in any country would be wrong.“²⁵⁴

Ihre Rolle in der Gesellschaft sah die Firma vielmehr so:

„We believe our most useful role is helping Nigeria overcome its economic problems and creating wealth that will give the people of Nigeria a better living standard. We will continue to try and perform this role with efficiency and integrity, and without becoming involved in politics.“²⁵⁵

Statt sich „politisch“ zu engagieren, setzte Shell also auf ökonomisches Wachstum, etwa darauf, „to turn farmers into income-earners“; to „add value to the central core of government-driven development“ und to make „improvements in the quality of life through mutually beneficial partnership“.²⁵⁶

Fragen und Aufgaben

Vorbemerkung: Legalismus, Politik und Ethik

Man könnte das Verhalten Shells als ein treffendes Beispiel für eine *legalistische* Auffassung von Unternehmenspolitik anführen. Als ‚Legalismus‘ wird die Auffassung bezeichnet, wonach das jeweils geltende Legalrecht das ethisch Richtige bestimmt und definiert. Dem Legalismus entspricht eine Konfusion von Legalität und Legitimität. Legalisten ist die Kategorie zivilen Ungehorsams fremd – auch unter den Bedingungen eines Unrechtsregimes sind aus Sicht der Legalisten die herrschenden Gesetze aufs Genaueste zu beachten.

Hier wollen wir allerdings Shells Verhalten und Stellungnahmen zu ihrem Engagement in Nigeria unter dem Thema dieses Abschnitts beleuchten: Dem an seiner Wurzel metaphysischen Vertrauen in die ethisch ‚weise‘ Wirkung der „unsichtbaren Hand“ des Marktes, welches einer Ethik ohne Moral entspricht. Dabei sei vorausgeschickt, dass das Politische, von dem ja in der Fallstudie häufig die Rede ist, zwar nicht mit Ethik bzw. Moral identisch ist. Jedoch umfasst eine wohlverstandene ethische Konzeption stets auch ein Stück weit die Dimension einer politischen Ethik. (Mit politischer Ethik und ihrem Zusammenhang zur Wirtschaftsethik beschäftigen wir uns eingehender in Abschnitt 7.)

²⁵⁴ „Execution of Ken Saro-Wiwa and his co-defendants“ – Statement by SPDC Managing Director, 14. November 1995.

²⁵⁵ Ebd.

²⁵⁶ Shell Nigeria: The Ogoni Issue Brief.

Politik ist nicht nur eine Sache von Politikern oder Parlamenten, sondern weiter zu verstehen. So kann – und sollte – man beispielsweise auch von der Unternehmenspolitik als der *Politik der Unternehmung* sprechen. (Vgl. Ulrich 2001, S. 439; sowie eingehender Abschnitt 8.3). Allgemein betrachtet bezieht sich das Politische auf das Öffentliche, auf das, was jeden oder zumindest viele angeht bzw. angehen sollte, auf die *Res publica*, die öffentliche Sache. Das Politische grenzt sich begrifflich gegen das Private ab, gegen das, was nur eine Person (oder Firma) betrifft *und betreffen darf*. Zur Politik gehört dabei nämlich auch die (möglichst diskursive) Bestimmung der *legitimen* Freiräume des Privaten – auch der ‚Privatwirtschaft‘. (Damit ist bereits hier das Primat der Politik begründet. Wir kommen hierauf eingehender in Abschnitt 7 zurück.) Insofern ist die Zurückweisung des politischen Charakters des eigenen Handelns stets auch ein indirektes Zurückweisen von ethischen Ansprüchen bzw. der Klärung ihrer Legitimität.

1. Lässt sich das unternehmerische Handeln Shells tatsächlich als unpolitisch begreifen? Nennen Sie allfällige Indizien für den politischen Charakter der Aktivitäten Shells.
2. Shell hat sich sofort nach Bekanntwerden der Hinrichtung Ken Saro-Wiwas öffentlich geäußert, etwa in Zeitungsannoncen. Lässt sich dies mit der Haltung des Konzerns, sich nicht politische Angelegenheiten ‚einzumischen‘, vereinbaren.
3. Wenn Shell sein Handeln als unpolitisch begreift, welche Auffassung muss das Unternehmen dann darüber haben, wie den mit dem eigenen Handeln konfligierenden Ansprüchen in legitimer Weise Rechnung zu tragen ist? Mit anderen Worten: Wie wird die Unternehmung, ihrem eigenen Selbstverständnis nach, ihrer gesellschaftlichen oder ‚sozialen‘ Verantwortung gerecht? Belegen Sie Ihre Antwort mit Stellungnahmen Shells.

5. Die Grundidee integrativer Wirtschaftsethik

5.1 Ziele und Zweck

Bislang haben wir mit einiger Ausführlichkeit die beiden Ansätze der Wirtschaftsethik vorgestellt, die nach wie vor große Teile der Fachdiskussion bestimmen: den Ansatz der ‚angewandten Ethik‘ sowie denjenigen der ‚angewandten Ökonomik‘. Und dabei haben wir gesehen, dass es ihnen *nicht* gelingt, den Standpunkt einer *Vernunftethik des Wirtschaftens* zu explizieren. Ein dritter Ansatz scheint weder für ‚reine‘ Philosophen noch für ‚reine‘ Ökonomen denkbar, was wohl selbst schon ein Symptom der nachhaltig wirksamen [Zwei-Welten-Konzeption](#) zwischen diesen beiden Disziplinen darstellt. So zweifelt der politische Philosoph Wolfgang Kersting – im Anschluss an seine kritischen Gedanken zum ‚moralökonomischen‘ Ansatz Karl Homanns – am Sinn von Wirtschaftsethik als eigenständigem Forschungsprogramm überhaupt:

„Das gegenwärtige Interesse an einer Wirtschaftsethik ist auf jeden Fall rätselhaft ... Um der Wirtschaftsethik auch eine ethische Unabhängigkeit (als eigenständige ethische Disziplin, A.d.V.) zu geben, müsste ein Normenbereich kenntlich gemacht werden, den sie in Eigenregie bewirtschaften könnte.“²⁵⁷

Doch ein solcher eigenständiger „Normenbereich“ als spezifischer Reflexionsgegenstand einer Wirtschaftsethik, die die spiegelbildlichen Verkürzungen des Reflexionsstopps vor der ökonomischen ‚Sachlogik‘ einerseits, ihrer normativen Überhöhung andererseits vermeidet, existiert durchaus. Ist erst einmal voll begriffen, dass die Ökonomik, wie [oben](#) dargelegt, im Kern selbst immer schon eine normative Idealtheorie vernünftigen Wirtschaftens ist – und keine irgendwie ‚wertfreie‘ Angelegenheit –, so liegt der dritte und letztlich einzige tragfähige systematische Ansatz auf der Hand: Es geht darum, den Reflexionsstopp beider bloß ‚angewandten‘ Ansätze zu überwinden und das Normative zuallererst *im* ökonomischen Denken und Handeln selbst zu suchen, um es ethisch-kritischer Reflexion und Argumentation zugänglich zu machen. Darin besteht die Grundidee des Ansatzes der *integrativen Wirtschaftsethik*. Es ist also der *normative Gehalt der ökonomischen Rationalität selbst*, den es kritisch zu ergründen und zu erhellen gilt. Von da aus müsste es gelingen, die ethische Vernunft in eine umfassende regulative Idee vernünftigen Wirtschaftens *zu integrieren*. Nur so kann die Zwei-Welten-Konzeption von Ethik und Ökonomik an der Wurzel überwunden und Wirtschaftsethik als *Vernunftethik des Wirtschaftens* konzipiert werden.

Integrative Wirtschaftsethik setzt demnach als *kritische Grundlagenreflexion* der normativen ‚Bedingungen‘ der ökonomischen Vernunft an. D.h. sie fragt nach

²⁵⁷ Kersting (1996: 191).

den (Denk-)Voraussetzungen, die erfüllt sein müssen, damit man berechtigterweise von ‚ökonomischer Vernunft‘ (statt von ökonomischer Unvernunft) sprechen kann. Dem doppeldeutigen Begriff der ökonomischen Vernunft entsprechend (als Selbstbehauptungsrationalität und als Vernunft im umfassenden, ethisch wohlverstandenen Sinne), umfasst sie zunächst zwei Grundaufgaben:

- Ihren ersten grundlegenden Reflexionsgegenstand erkennt sie in der *Kritik* des ökonomischen Rationalitätsverständnisses im Sinne der reinen Ökonomik (a),
- ihren zweiten in der Klärung einer umfassenden, (diskurs-) ethisch fundierten regulativen Idee ökonomischer Vernunft, die als *sozialökonomische Rationalitätsidee* bezeichnet werden soll (b).
- Darüber hinaus stellt sich die Aufgabe, die prinzipiellen ‚Orte‘ der *Moral* zu bestimmen, an denen die regulative Idee sozialökonomischer Rationalität zur Praxis kommt (c).

5.2 Kritik der ‚reinen‘ ökonomischen Vernunft – eine Rekapitulation

Der ersten Grundaufgabe sind wir bereits in den beiden vorangegangenen Abschnitten 3 und 4 nachgegangen. Dabei handelte es sich also nicht um (eher zu vernachlässigende) Vorarbeiten zu einem dann zu entwickelnden Ansatz; vielmehr entfaltet sich die integrative Wirtschaftsethik zu einem wesentlichen Teil in der *Kritik* verkürzter oder verfehlter wirtschaftsethischer Ansätze.²⁵⁸

Die Bedeutung und der Stellenwert dieser Aufgabe ergibt sich daraus, dass (Wirtschafts-) Ethik wohlverstandenerweise *Orientierungswissen* bereitstellt, nicht Verfügungswissen für (angeblich) ‚gute Zwecke‘. In der Wirtschaftsethik geht es letztlich um unsere ethisch-vernünftige *Orientierung* sowohl in der Wirtschaft als auch *angesichts* und *gegenüber* der (sich auch auf andere Lebensbereiche ausdehnenden) ökonomischen Rationalisierungslogik. Und eine solche Orientierung, eine solche *Urteilskompetenz*, gewinnen wir vorzugsweise über die Kritik vorherrschender Denkweisen und Ansätze. Ja, eine solche Kritik ist unvermeidlich, denn ansonsten stünden sich *zwei konkurrierende normative Logiken* unvermittelt gegenüber, die beide einen universalen Geltungsanspruch als Programm der ‚Rationalisierung‘ gesellschaftlicher Praxis erhöhen: die normative Logik der Zwischenmenschlichkeit (ethische Vernunftidee) einerseits und die normative Logik des Marktes (‚rein‘ ökonomische Rationalitätsidee) andererseits.

Welche Perspektive kann nun den Standpunkt *vernünftigen Wirtschaftens* für sich reklamieren? Oder welcher Stellenwert ist den beiden Logiken beizumes-

²⁵⁸ Vgl. auch Thielemann, U.: Die Entfaltung integrativer Wirtschaftsethik in der Kritik, in: Berliner Forum Wirtschaftsethik/Nutzinger, H. G. (Hrsg.), Wirtschafts- und Unternehmensethik einer neuen Generation. Zwischen Grundlagenreflexion und ökonomischer Indienstnahme, München 1999, S. 117-152 (1999c).

sen? Dazu gilt bzw. galt es, die Hintergrundannahmen der sich wertfrei wählenden ökonomischen Sachlogik, deren normativer Gehalt in der Standard-Ökonomik unthematisiert bleibt, vorbehaltlos aufzudecken und der ethisch-kritischen Argumentation zugänglich zu machen.

Wie bereits erwähnt, ist für den Ansatz der integrativen Wirtschaftsethik der Begriff und Anspruch der ‚*ökonomischen Rationalität*‘ zentral. Denn Rationalität ist ein normatives Konzept. Deshalb ging es zunächst darum, den Schein der Wertfreiheit oder der ethischen Neutralität der ökonomischen Sachlogik zu durchschauen, indem ihr ethisch-kritisch auf den normativen Grund geleuchtet wurde – und sie *hat* einen solchen normativen Grund. Stichworte wie ‚*Zwang zum Unternehmertum*‘ und ‚*Ethik des Rechts des Stärkeren*‘ mögen hier genügen. Und es bedarf nur einer geringen Reflexionsanstrengung um zu erkennen, dass auch selbst der Begriff der ‚Effizienz‘, der für die ökonomische Theorie zentral ist, ja ihr Identitätsprinzip bildet, einen *normativen*, also ethischen Charakter hat. Insofern *ist* die Ökonomik bereits eine Wirtschaftsethik – allerdings eine solche, die in wesentlichen Aspekten dem kritischen Urteil nicht standhält und ihren *Anspruch* verfehlt, ökonomische Vernunft im unverkürzten, die Ethik einschließenden Sinne zur Geltung zu bringen. Darum galt es aufzuzeigen, wo und mit welchen Methoden sich die immer schon normative Ökonomik ihre als solche nicht begründete normative Kraft erschleicht, um sich als (die bessere) ‚Wirtschaftsethik ohne Moral‘ präsentieren zu können. Die zentralen Stichworte dieser ersten Aufgabe lauten: *Ökonomismuskritik*²⁵⁹ und Aufweis aller *Reflexionsstopps* vor den stillschweigend als ethisch vernünftig angenommenen ‚ökonomischen Bedingungen‘.²⁶⁰

5.3 Die sozialökonomische Rationalitätsidee

Wie sind nun die beiden konkurrierenden, aber bislang noch unvermittelt nebeneinander stehenden Rationalitätsperspektiven der Ökonomik und der Ethik zu integrieren? Den Ansatzpunkt hierzu stellt die Klärung der normativen Voraussetzungen vernünftigen Wirtschaftens im umfassenden, wohlverstandenen Sinne des Begriffs dar: als legitimes *und* effizientes Handeln. Die Frage lautet also: Was sind die Bedingungen der Möglichkeit dafür, dass ein Handeln als im unverkürzten Sinne ‚ökonomisch vernünftig‘ gelten kann? Es geht also um die philosophisch-ethisch tragfähige Grundlegung einer anderen, erweiterten Idee ökonomischer Rationalität, die *in sich* schon ethisch gehaltvoll ist und damit als *integrative* regulative Idee vernünftigen Wirtschaftens dienen kann. Die gesuchte regulative Idee wollen wir (in Abgrenzung von der ‚reinen‘ ökonomischen Rationalität) *sozialökonomische Rationalität* nennen.

²⁵⁹ Vgl. insbes. Abschnitt 4.

²⁶⁰ Vgl. insbes. Abschnitt 3.

Wie wir aus Kapitel I und den Ausführungen zum *Primat der Ethik* wissen, ist die *Legitimität* eine unbedingte moralische Grundforderung, die als normative Bedingung allen vernünftigen Handelns Geltung beansprucht. Es kommt also darauf an, die ökonomische Rationalitätsidee dahingehend zu erweitern und so zu *transformieren*, dass sie den Gesichtspunkt der Legitimität als konstitutive vernunftethische Bedingung von vornherein einschließt.²⁶¹

Der entscheidende Integrationspunkt lässt sich am besten *diskursethisch* erhehlen:

Die normativen Bedingungen der Möglichkeit vernünftigen Wirtschaftens im Sinne der sozialökonomischen Rationalitätsidee sind als die unausweichlichen *sprachpragmatischen* Voraussetzungen der argumentativen Verständigung über die legitimen Ansprüche aller am wirtschaftlichen Wertschöpfungsprozess Beteiligten oder davon Betroffenen zu verstehen und reflexiv einsichtig zu machen. Das bedeutet nichts anderes, als dass die Frage nach dem instrumentell rationalen Umgang mit der *Knappheit* von Ressourcen und Gütern (Effizienz) begrifflich unablösbar in die Frage nach dem ethisch rationalen Umgang mit den sozialen *Konflikten* zwischen allen Involvierten (Legitimität) eingebunden wird.

Der von der neoklassischen Idee reiner ökonomischer Rationalität ausschließlich thematisierte Effizienzaspekt²⁶² wird somit nicht einfach fallengelassen, sondern – hegelianisch gesprochen – in der umfassenderen sozialökonomischen Rationalitätsidee ‚aufgehoben‘.²⁶³ Und das ist unumgänglich, da die rationale Lösung der Anspruchskonflikte über die Verteilung der (internen und externen) Kosten und Nutzen des Wirtschaftens ein normatives Problem darstellt, das nicht auch noch in Kategorien ‚rein‘ ökonomischer Rationalität bewältigt werden kann. In der sozialökonomischen Rationalitätskonzeption tritt daher, dem Primat der Ethik entsprechend, das ethische Vernunftinteresse an der diskursiven, verständigungsorientierten Klärung der Legitimität des eigenen Handelns *vor* das je private Interesse der Wirtschaftssubjekte am *für sie* effizienten Einsatz ihrer Ressourcen.

²⁶¹ Dies ist der Grundgedanke der „Transformation der ökonomischen Vernunft“. Vgl. Ulrich (1993a, insbes. S. 13).

²⁶² Vgl. die Definition von *L. Robbins*.

²⁶³ Der Begriff des ‚Aufhebens‘ findet sich in der dialektischen Philosophie Georg Wilhelm Friedrich Hegels (1770-1831). Diese geht von dem Gedanken aus, dass sich zu einer Behauptung (These) bei näherer Betrachtung stets ein Gegenteil bzw. Gegenargument (Antithese) finden lässt, das ebenfalls wahr oder richtig, jedenfalls nicht einfach falsch ist. Es gilt daher, auf einer höheren Stufe der Reflexion und des Problembewusstseins eine Auflösung dieses Widerspruchs zu finden (Synthese). Der Widerspruch zwischen These und Antithese ist dann in der Synthese ‚aufgehoben‘ (oder eben *integriert*), und zwar in einem dreifachen Sinne: der Widerspruch ist (1) auf eine *höhere Stufe gehoben*, dort aber (2) als Widerspruch *beseitigt* und gleichzeitig in seinen gültigen Bestandteilen (3) *bewahrt*. Für dieses Höherheben, Beseitigen und Bewahren lässt sich im Deutschen jeweils auch der Begriff ‚aufheben‘ verwenden.

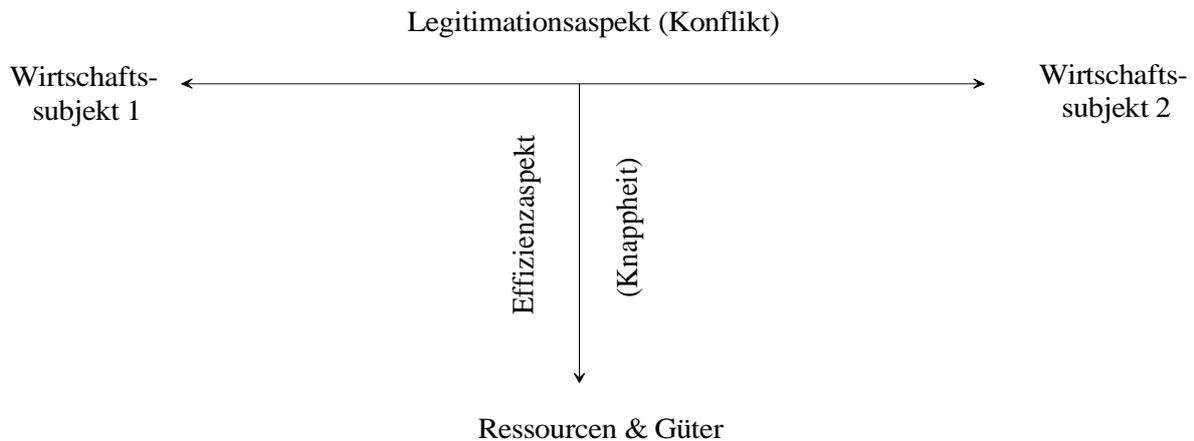


Abbildung 2: Die Zweidimensionalität sozialökonomischer Rationalität

Die Klärung der Legitimität des Wirtschaftens ist also eine *Voraussetzung* dafür, dass es als ‚sozial-ökonomisch rational‘ gelten kann. Es verhält sich mithin genau umgekehrt wie im Ökonomismus, beispielsweise der instrumentalistischen Unternehmensethik, wonach die Effizienz bzw. die Vorteilhaftigkeit für die Handlungsträger eine Voraussetzung für die Berücksichtigung legitimer Ansprüche darstellt.

Wie Abbildung 2 zum Ausdruck bringt, bettet die sozialökonomische Rationalitätsidee die Frage nach effizientem Wirtschaften in die Frage nach der rationalen Gestaltung der sozialen Beziehungen unter allen Beteiligten und Betroffenen ein: Was für die Nutznießer einer wirtschaftlichen Handlung ‚effizient‘ ist, braucht es für diejenigen, die am Nutzen nicht partizipieren, wohl aber beispielsweise von sozialen oder ökologischen Kosten betroffen sind, noch lange nicht zu sein. Die der neoklassischen Idee ökonomischer Rationalität inhärente Fiktion *allgemeiner* Effizienz für jedermann, wie sie in der häufigen Verwendung eines personenunabhängig gebrauchten Effizienzbegriffs zum Ausdruck kommt, ist deshalb zu durchbrechen, indem hartnäckig die lebenspraktische Frage: ‚effizient für wen konkret?‘, gestellt wird. Ohne die Klärung der Legitimitätsfrage hängen Effizienzbehauptungen buchstäblich in der Luft, da einfach unklar ist, für wen denn hier etwas ‚effizient‘ sein soll – und für wen möglicherweise *nicht*.

Selbstverständlich ist die ‚Für-Wen-Frage‘ unter dem Gesichtspunkt der Gerechtigkeit zu beantworten. Als *ökonomisch vernünftig* (sozialökonomisch rational) sollen also nur solche Handlungsweisen gelten dürfen, die nicht nur für die Handlungsträger selbst effizient, sondern gegenüber allen Betroffenen als legi-

tim vertretbar sind. Es ergibt sich somit folgende *diskursethisch fundierte regulative Idee sozialökonomischer Rationalität*:

Als sozialökonomisch rational kann jede Handlung oder jede Institution gelten, die freie und mündige Bürger in der vernunftgeleiteten Verständigung unter allen Betroffenen als legitime Form der Wertschöpfung bestimmt haben (können).

Der Zusatz ‚können‘ soll andeuten, dass es sich hierbei nicht um einen *Ethik- bzw. Rationalitätstest* handelt, sondern um die grundlegende regulative Idee des wirtschaftsethischen Diskurses, an der sich zu orientieren die Beteiligten und Betroffenen (bezogen auf die Unternehmung: Management wie Stakeholder) selbst aufgerufen sind. Sie *müssen* dieser Orientierungsidee folgen, *wenn* ihr Handeln im unverkürzten Sinne als vernünftig, also sozialökonomisch rational gelten können soll. Die sozialökonomische Rationalitätsidee formuliert nicht mehr und nicht weniger als den *moral point of view* einer *Vernunftethik des Wirtschaftens*.

5.4 Der öffentliche Diskurs über die Lebensdienlichkeit des Wirtschaftens als Ort der ethisch-politischen Integration der Ökonomie

Mit der vorangegangenen Arbeit an einem ethisch gehaltvollen Begriff ökonomischer Vernunft ist natürlich erst die kategoriale Grundaufgabe integrativer Wirtschaftsethik erfüllt, eben in Form der rationalitätstheoretischen Überwindung der Zwei-Welten-Konzeption, in der sich ethische Vernunft und ökonomische Rationalität noch unvermittelt gegenüberstehen. Die entwickelte Orientierungsidee der sozialökonomischen Rationalität holt zunächst einmal *prinzipiell* die (vermeintlich wertfreie) ökonomische Sachlogik aus dem sozialen Vakuum in ethisch orientierte gesellschaftliche Verständigungsprozesse unter freien Bürgern zurück: Das theoretisch allzu verselbständigte ökonomische Kalkül wird – zunächst gedanklich – in die politisch-ökonomische Kommunikation über die normativen Bedingungen einer *lebensdienlichen* Ökonomie integriert und *eingebettet*.

Damit sind die beiden für die sozialökonomische Rationalitätsidee richtungweisenden Gesichtspunkte der *Einbettung* und der *Lebensdienlichkeit* des Wirtschaftens und der Wirtschaft grundsätzlich benannt. Was aber ist darunter genau zu verstehen?

5.4.1 Der Gedanke der Einbettung der Wirtschaft in die Lebenswelt

Zunächst hat der Integrations- und Einbettungsgedanke eine konzeptionelle (und dabei eine durchaus zwingende) Bedeutung, wie wir schon anhand des *Effizienzbegriffs* gesehen haben. Seine praktische Bedeutung kommt in den Blick,

wenn wir uns vergegenwärtigen, dass die theoretische Herauslösung der autonomen Ökonomik aus dem ethisch-politischen Kontext, wie sie von der Neoklassik seit etwa 1870 vollzogen wurde (‘Grenznutzenschule‘), nur in idealtypisch modellierter Form *widerspiegelt*, was in der Realität tatsächlich vor sich ging, nämlich die Herauslösung eines weitgehend verselbständigten ökonomischen *Systems* mit seinen ‚Sachzwängen‘ aus der *Lebenswelt*.²⁶⁴

Diese fortschreitende Tendenz zur *Desintegration* des ökonomischen Systems mit seinen seltsam anonymen ‚Sachgesetzlichkeiten‘ aus lebensweltlichen Vorgaben wurde erstmals von dem Ökonomen Karl Polanyi (1886-1964) als ‚disembedding‘ beschrieben.²⁶⁵ Dieser Entwicklung tritt die *integrative* Wirtschaftsethik mit dem prinzipiellen Anspruch der Einbindung der ökonomischen Rationalisierungsdynamik in ethisch begründete Gesichtspunkte der *Lebensdienlichkeit* entgegen. Die sozialökonomische Rationalitätsidee, die von daher auch als die (diskursethisch explizierte) Leitidee *vernünftigen Wirtschaftens aus dem Blickwinkel der Lebenswelt* verstanden werden kann, lässt sich also auch als Programm zur Wiedergewinnung lebenspraktischer *Autonomie* gegenüber der tatsächlich gar nicht so ‚freien‘ Marktwirtschaft begreifen. Wir werden uns mit diesem programmatischen Gedanken wieder in Abschnitt 7 im Zusammenhang mit der Ordnungsethik beschäftigen.

5.4.2 Der Gedanke der Lebensdienlichkeit der Wirtschaft

Wirtschaften heißt *Werte schaffen* – ‚Wertschöpfung‘. Zwar bezieht sich die heute übliche Bedeutung dieses durchaus geläufigen betriebs- und volkswirtschaftlichen Begriffs nur noch auf *systemische Funktions- oder instrumentelle Verwertungszusammenhänge*; dementsprechend handelt es sich um eine rein quantitative Größe, nämlich um die monetär bewertete Nettowirtschaftsleistung, d.h. den mittels einer entgeltlichen Leistung am Markt erzielbaren Mehrwert (*value added*). Wer heute beispielsweise ein Buch mit dem Titel ‚Wertmanagement‘ aufschlägt, der wird enttäuscht, falls er meinte, es handele sich um ein, wenn wohl auch eher instrumentell verkürztes, unternehmensethisches Werk; vielmehr heißt ‚Wert‘ hier ganz selbstverständlich *Geldwert* bzw. Shareholder Value.²⁶⁶ Aber der rechnungstechnische Begriff verrät die ursprüngliche ethisch-qualitative Bedeutung im *menschlichen Lebenszusammenhang*: die Frage nach dem ‚Wert‘ des Wirtschaftens im Hinblick auf die Lebensqualität der Menschen. Noch in den spätesten Ausläufern der vormodernen (und das heißt hier: vor-systemischen) kameralistischen Wirtschaftslehre war dieser Bezug des Wirt-

²⁶⁴ Für eine umfassendere Konzeption der angesprochenen ‚Spiegelungsthese‘ im Verhältnis von realer Entwicklung und Theorieentwicklung vgl. Ulrich, P.: Die Weiterentwicklung der ökonomischen Rationalität. Zur Grundlegung der Ethik der Unternehmung, in: Biervert, B./Held, M. (Hrsg.), *Ökonomische Theorie und Ethik*, Frankfurt a.M./New York 1987, S. 122-149, hier S. 126 ff.

²⁶⁵ Vgl. Polanyi, K.: *The Great Transformation*. Politische und ökonomische Ursprünge von Gesellschaften und Wirtschaftssystemen, Wien 1977, S. 68 ff., 86, 93. Das englische Original erschien 1944.

²⁶⁶ Vgl. beispielsweise Bötzel, S./Schwilling, A.: *Erfolgsfaktor Wertmanagement*, München/Wien 1998.

schaftens auf *Lebenswerte* ganz selbstverständlich. So definierte beispielsweise die „Kameralistische Enzyklopädie“ im Jahre 1835:

„Die Mitwirkung der Güter zur Erreichung der Zwecke des Menschen hängt an sich von ihrer Tauglichkeit ab. Der Grad der Tauglichkeit eines Gutes für menschliche Zwecke ist sein *Werth*, der im Vergleiche mit anderen Gütern und mit der Wichtigkeit des Zweckes steigt und fällt.“²⁶⁷

Dem kameralistischen Ökonomen Edward Baumstark war der lebenspraktische Wertzusammenhang des Wirtschaftens noch so selbstverständlich, dass er in einer Anmerkung zur obigen Definition die etymologisch zwar fragliche, aber sachlich gleichwohl treffende Begriffsableitung von „Wirtschaft“ aus „Werthschaffen“ vertrat.²⁶⁸ Wie dem auch sei – heute ist der Anspruch, das Wirtschaften in seiner Qualität als ‚Wertschaffen für menschliche Zwecke‘ zu reflektieren, alles andere als selbstverständlich. Gerade darum ist die schlichte Bestimmung des humanen Existenzgrunds aller Wirtschaft: dass das Wirtschaften den Menschen zu dienen habe, und nicht umgekehrt der Mensch der Wirtschaft, der real existierenden Eigensinnigkeit des ‚modernen‘ ökonomischen Systems um so hartnäckiger entgegenzuhalten. Dies lässt sich in Anlehnung an Arthur Rich (1910-1992), Pionier der Wirtschaftsethik und bedeutender Vertreter der evangelischen Sozialethik, auch so formulieren: Nicht die Schaffung von Marktwerten soll das entscheidende Maß der Wirtschaft sein, sondern ihre ‚*Lebensdienlichkeit*‘.²⁶⁹

Der Begriff der Lebensdienlichkeit, so wie er hier verstanden wird, umfasst sowohl deontologisch-ethische als auch teleologisch-ethische Momente,²⁷⁰ und er berührt den Bereich ‚unnachlasslicher‘ ebenso wie den Bereich ‚verdienstlicher‘ Pflichten.²⁷¹ Entsprechend lassen sich zwei wirtschaftsethische Elementarfragen formulieren (Abb. 3): *Welche Werte* (1) sollen *für wen* (2) geschaffen werden? Zum einen ist also nach der Zuträglichkeit des Wirtschaftens im Hinblick auf das *gute Leben* (*Sinnfrage*) zu fragen, zum andern nach seiner Vertretbarkeit (Rechtfertigungsfähigkeit) gegenüber allen Betroffenen im Hinblick auf das *gerechte Zusammenleben* der Menschen (*Legitimationsfrage*). Die Sinnfrage ist teleologisch-ethischer Natur; in ihr geht es um die humane ‚Erfüllungsrichtung‘.²⁷²

²⁶⁷ Baumstark, E.: Kameralistische Encyclopädie, Heidelberg/Leipzig 1835, S. 56, zit. nach Rock, R./Rosenthal, K.: Marketing = Philosophie, Frankfurt/Bern/New York 1986, S. 100. Die Bezeichnung der „Kameralistik“ oder „Kameralwissenschaft“ für die Volkswirtschaftslehre stammt davon, dass diese zu der Zeit mit der Finanzverwaltungs- oder (Staats-) Haushaltslehre der fürstlichen (Vermögens-) „Kammer“ gleichgesetzt wurde.

²⁶⁸ Nach Rock/Rosenthal (1986:101).

²⁶⁹ Vgl. Rich, A.: Wirtschaftsethik, Bd. II: Marktwirtschaft, Planwirtschaft, Weltwirtschaft aus sozialetischer Sicht, Gütersloh 1990, S. 23.

²⁷⁰ Vgl. zur Unterscheidung oben Abschnitt [1.3 a](#).

²⁷¹ Vgl. Abschnitt [1.3 b](#).

²⁷² Rentsch, Th.: Wie ist eine menschliche Welt überhaupt möglich? Philosophische Anthropologie als Konstitutionsanalyse der humanen Welt, in: Demmerling, Ch./Gabriel, G./Rentsch, Th. (Hrsg.), Vernunft und Lebenspraxis. Philosophische Studien zu den Bedingungen einer rationalen Kultur, Frankfurt 1995, S. 192-214,

und damit um die *kulturellen Motive* lebenspraktisch vernünftigen Wirtschaftens. Die Legitimationsfrage ist hingegen deontologisch-ethischer Natur; sie thematisiert die normativen Voraussetzungen und die darauf gründenden *sozialen Regeln* vernünftigen Wirtschaftens. Für beide Gesichtspunkte gibt es in der ‚reinen‘ ökonomischen Systemrationalität keinen Platz: Das marktwirtschaftliche System ‚kennt‘ aus seiner Binnenlogik heraus weder Sinn noch Legitimation, sondern nur Funktion. Gerade deshalb aber benötigt es richtungweisende und legitimierende Vorgaben, denn Funktionalität ist ein relationaler Gesichtspunkt: *Wofür* und *für wen* konkret ist die Wertschöpfung des Systems ‚effizient‘, ‚nützlich‘, ‚gut‘ oder ‚optimal‘?

Sinnfrage:	Legitimationsfrage:
<p>Welche Werte sind zu schaffen? < lebenspraktisch sinnvolles Wirtschaften</p>	<p>Für wen sind Werte zu schaffen? < gesellschaftlich legitimes Wirtschaften</p>
<p>Wie <i>wollen</i> wir in Zukunft leben? < kulturelle Motive: attraktive Lebensform</p>	<p>Wie <i>sollen</i> wir zusammenleben? < soziale Regeln: wohlgeordnete Gesellschaft</p>
<p>Ist unser Wirtschaften uns selbst <i>zutraglich</i>? < gutes Leben (individuelle Lebensqualität)</p>	<p>Ist unser Wirtschaften gegenüber allen <i>vertretbar</i>? < gerechtes Zusammenleben (soziale Lebensqualität)</p>
<p>< Primat der Lebenswelt vor dem ‚Eigensinn‘ des ökonomischen Systems (Erfüllungsrichtung)</p>	<p>< Primat der Politik vor den ‚Sachzwängen‘ des Marktes (normative Voraussetzungen)</p>

Abbildung 3: Die beiden Grunddimensionen lebensdienlichen Wirtschaftens

Wie wir in den vorangegangenen Abschnitten gesehen haben, ist es die ideologische ‚Funktion‘ des Ökonomismus, die lebensweltlichen Kategorien auf rein funktionale Kategorien zu reduzieren, so dass die Funktionsrationalität des ökonomischen Systems schon als die ganze ökonomische Vernunft erscheint. Demgegenüber thematisieren die beiden erwähnten Elementarfragen nach dem lebenspraktischen ‚Grund‘ vernünftigen Wirtschaftens eine andere, nämlich die sozialökonomische Rationalitätsperspektive; sie lassen sich daher zugleich als die beiden Schlüsselfragen wider den Ökonomismus verstehen:

- Die Sinnfrage öffnet den Blick auf die vom *ökonomischen Determinismus* sachzwanghaft verschlossenen, auf Erwerbs- oder Nutzenmaximierung verkürzten Zweckvorgaben an das Wirtschaften.
- Die Legitimationsfrage öffnet den Blick auf die durch die marktmetaphysische *Gemeinwohlfiktion* („zum Vorteil aller“) ausgeblendete soziale Konfliktrichtigkeit der Ansprüche der Wirtschaftssubjekte an das System sowie der Zumutungen systemischer Funktionszwänge an sie.

Nun könnte man versucht sein anzunehmen, die (integrative) Wirtschaftsethik würde die Sinn- und die Legitimationsfrage nicht nur aufwerfen, sondern auch gleich selbst beantworten – etwa indem sie möglichst ‚anwendbare‘ Vorschläge dazu unterbreitet, wie die Wirtschaft konkret zu gestalten sei. Die wirtschaftsethische Reflexion kann und soll die wirtschafts- und unternehmenspolitische Praxis durchaus zu ‚Visionen‘ inspirieren. Dies ist aber nicht ihre vorrangige Aufgabe als eine wissenschaftliche (philosophische) Disziplin, die sie auch noch in Eigenregie übernehmen könnte. Sie kann beispielsweise nicht beurteilen, ob die ‚*lebensunternehmerischen*‘ Selbstbehauptungszwänge noch lebensdienlich sind oder nicht. Vielmehr möchte sie den letztlich *öffentlichen* Diskurs über die Lebensdienlichkeit des Wirtschaftens nicht etwa schließen, sondern öffnen – indem sie:

- a) *Verfehlungen des moral point of view* aufdeckt, insbesondere durch die Kritik des Ökonomismus, unter dessen Ägide man in den (verständigungsorientierten) praktischen Diskurs sozusagen gar nicht erst hineinkommt;
- b) ‚*Werterhellung*‘²⁷³ betreibt, d.h. typischerweise übergangene oder ‚vergessene‘ Wertdimensionen und Ansprüche argumentationszugänglich macht und gegenüber den real stattfindenden Diskursen die Sinn- und die Legitimationsfrage hartnäckig zur Geltung bringt.

Dies sind die Reflexionsaufgaben, durch die die Leitidee *vernünftigen Wirtschaftens aus dem Blickwinkel der Lebenswelt* praktisch wird. Aus dieser Perspektive ist Wirtschaftsethik unweigerlich als ein Stück *politische Ethik* in emanzipatorischer Absicht zu begreifen, der es zuallererst um die Sicherstellung oder Wiederherstellung der Voraussetzungen zwangloser politisch-ökonomischer Verständigungsverhältnisse unter mündigen Bürgern geht. Denn wie wir schon gesehen haben, ist der ‚letzte‘ gedankliche Ort der Moral in einer modernen Gesellschaft in der unbegrenzten *Öffentlichkeit* aller mündigen Personen zu erblicken. Diese ist damit auch die ideelle Instanz der Gestaltung der Rahmenbedin-

²⁷³ Der Begriff geht auf Walter Adolf Jöhr zurück. (Jöhr, W. A.: Ein Beitrag zur Werturteilsproblematik, in: *Wirtschaft und Recht*, 1981, S. 9-38, hier S. 31). Allerdings wird der Begriff hier im Sinne Alois Riklins verwendet, der ihn ebenfalls aufnimmt und darunter die „Klärung, das Bewusstmachen jener Werte“ versteht, „die durch ein bestimmtes ... Handeln oder Unterlassen erfüllt oder verletzt werden.“ Riklin, A.: *Wissenschaft und Ethik*, Aulavorträge der Hochschule St. Gallen, Nr. 17, St. Gallen 1982, S. 13.

gungen des Wirtschaftens dahingehend, dass wirtschaftsethische Reflexion, Argumentation und Handlungsorientierung an möglichst vielen institutionellen ‚Orten der Moral‘ praktisch *zur Geltung* gebracht werden kann. Die Entwicklung entsprechender Orientierungsideen für die institutionelle Einbindung (Integration) der Systemlogik in die öffentliche Kommunikation mündiger Bürger ist die *institutionenethische* Grundaufgabe integrativer Wirtschaftsethik. Dieser wenden wir uns im nachfolgenden III. Teil zu.

5.5 Multiple-Choice Fragen zu Kapitel 5

A) Worin besteht der Grundgedanke der integrativen Wirtschaftsethik?

1	Darin, das Normative im ökonomischen Denken und Handeln kritisch aufzuspüren
2	Darin, einsichtig zu machen, dass das Wirtschaften bereits die ethische Vernunft enthält
3	Darin, den Rationalitätsanspruch der Ökonomik ethisch unverkürzt ernst zu nehmen

B) Welchen Sinn hat die Kritik im Ansatz integrativer Wirtschaftsethik?

1	Der Sinn der Kritik besteht darin, Ethik in der Wirtschaft gezielter anwenden zu können
2	Durch die kritische Reflexion bestehender Denkmuster wird die wirtschaftsethische Urteilskompetenz gestärkt
3	Der Sinn der Kritik ergibt sich aus der Einsicht, dass Wirtschaftsethik wohlverstandenerweise nicht Verfügungswissen für ‚gute Zwecke‘ bereitstellt, sondern uns bei der Bestimmung ‚guter Zwecke‘ Orientierung bietet

C) Was ist mit den „Bedingungen der Möglichkeit vernünftigen Wirtschaftens“ gemeint?

1	Damit sind die begrifflichen Voraussetzungen angesprochen, die es uns überhaupt erst erlauben, eine wirtschaftliche Aktivität als ‚vernünftig‘ auszuzeichnen
2	Damit sind alle Bedingungen angesprochen, die ein effizientes Wirtschaften ermöglichen, statt es zu behindern
3	Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass eine moderne (Wirtschafts-)Ethik formalen Charakter hat, so dass sich strenge ethische Aussagen nicht auf konkrete Urteile im Einzelfall, sondern nur auf die Bedingungen der Möglichkeit vernünftiger Urteile für konkrete Fälle bestimmen lassen

D) Wie ist aus integrativ-ethischer Sicht das Verhältnis von Ethik und Effizienz zu bestimmen?

1	Die ethische Reflexion ist der Effizienz vorgeordnet und in diese als ein legitimer Gesichtspunkt einzubetten
2	Es handelt sich um gleichrangige Gesichtspunkte, die nicht gegeneinander ausgespielt werden sollten
3	Die Effizienz ist der Ethik zumindest zeitlich vorgeordnet, denn nur sie erlaubt es, ethische Ansprüche zu finanzieren

E) „Wirtschaften“ heißt „Werte schaffen“. Worin besteht die ethische Bedeutung dieser Aussage?

1	Sie legt das Augenmerk auf den Umstand, dass das Wirtschaften nicht etwa eine ‚wertfreie‘, ethisch ‚neutrale‘ Angelegenheit ist, sondern dem Anspruch unterliegt, Werte für menschliche Zwecke zu erzeugen
2	Die Aussage betont die Wichtigkeit eines modernen Wertmanagements für den Unternehmenswert und damit für die Ethik
3	Sie regt dazu an, über die ethische Qualität der wirtschaftlich geschaffenen (oder eben nicht geschaffenen oder zerstörten) Werte nachzudenken sowie der Frage nachzugehen, für wen denn das Wirtschaften legitimerweise Werte schaffen soll

F) In welchem Zusammenhang stehen die beiden Elementarfragen lebensdienlichen Wirtschaftens zum Ökonomismus?

1	Die Sinn- und die Legitimationsfrage sind Fragen, die im Ökonomismus als bereits beantwortet unterstellt werden
2	Sie lassen sich als Schlüsselfragen wider den Ökonomismus begreifen
3	Zwar bleibt die Legitimationsfrage (‚Effizienz‘ für wen?) im Ökonomismus unbeantwortet, nicht jedoch die Sinnfrage. In der freien Marktwirtschaft sind es die souveränen Konsumenten,

	die dem Wirtschaften Sinn verleihen
--	-------------------------------------

G) Worin besteht die Grundidee sozialökonomischer Rationalität?

1	Diese besteht darin, ethische Gesichtspunkte von vornherein in das Konzept ökonomischer Rationalität zu integrieren
2	Diese besteht darin, dass man nur dann ökonomisch rational, also letztlich erfolgreich, wirtschaften kann, wenn man nicht auch die soziale Dimension beachtet
3	Diese besteht in der Einsicht, dass man von einem ‚ökonomisch rationalen‘ Wirtschaften erst sprechen kann, wenn die Legitimitätsfrage geklärt ist, bevor Effizienzprobleme angegangen werden können

H) Wie wird die wirtschaftsethische Leitidee vernünftigen Wirtschaftens aus dem Blickwinkel der Lebenswelt praktisch?

1	Indem die Wirtschaftsethik aufzeigt, wie sich diese Leitidee in der Wirtschaft realisieren lässt
2	Indem die Wirtschaftsethik die Sinn- und die Legitimationsfrage aufwirft
3	Indem die Wirtschaftsethik typischerweise unthematisierte Wertdimensionen und Ansprüche, die durch das Wirtschaften berührt werden, für den öffentlichen Diskurs argumentationszugänglich macht

Teil III. Wirtschaftsethische Topologie: ‚Orte‘ der Moral des Wirtschaftens

Wirtschaftsethische Meinungsverschiedenheiten beruhen zu einem guten Teil gar nicht so sehr auf unterschiedlichen Konzeptionen moralisch richtigen Handelns an sich als vielmehr auf divergierenden Vorstellungen vom richtigen ‚Ort‘ der Moral des Wirtschaftens. Entsprechende Ortsbestimmungen wurzeln in der Regel in ebenso tief liegenden wie umfassenden wirtschafts- und sozialphilosophischen Hintergrundüberzeugungen, die zum einen ein bestimmtes Menschenbild und zum andern eine bestimmte Gesellschaftsidee einschließen.

Die topologische¹ Grundfrage der Wirtschaftsethik betrifft im Kern das Verhältnis von *Individuethik* und *Institutionenethik*. Erstere befasst sich mit der Handlungsverantwortung, die den einzelnen Wirtschaftssubjekten unmittelbar zugerechnet oder *zugeschrieben* werden kann, letztere mit der Frage, an welchen institutionellen Punkten ethische Momente der Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung *eingeschrieben* und so mittelbar, in Form von Rechtsnormen und Anreizen, in das Handeln der Wirtschaftssubjekte hinein vermittelt werden können. Dabei kann die Institutionenethik der (Markt-) Wirtschaft nicht sinnvoll in Gegensatz zur Individuethik gestellt werden. Vielmehr ist von einer dialektischen Wechselbeziehung zwischen den leitenden Vorstellungen über angemessene moralische (Selbst-) Ansprüche an das Handeln der Individuen (Individual-, Tugend- oder Handlungsethik) und den Auffassungen bezüglich der richtigen Gestaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen (Institutionen-, insbesondere Ordnungsethik) auszugehen. Die dialektischen Wechselbeziehungen zwischen den beiden ‚Ethik-Modi‘, Institutionen- und Individuethik, stellt sich wie folgt dar:

- *Institutionenethik*: Individuethische Ansprüche an Wirtschaftssubjekte, die unter dem existenziellen Erfordernis der Selbstbehauptung im marktwirtschaftlichen Wettbewerb stehen, sind nur *zumutbar* im Rahmen einer institutionellen Ordnung, die die Wirtschaftssubjekte wenigstens von schwerwiegenden, individuell unlösbaren moralischen Dilemmasituationen entlastet. Das [Zumutbarkeitsproblem](#) ist also vorrangig auf einer höheren, ordnungsethischen Ebene zu lösen, indem die institutionellen Voraussetzungen für ein ‚lebbares‘ moralisches Engagement auf der Ebene des Individuums oder der Unternehmung geschaffen werden, wie noch im Einzelnen zu zeigen sein wird.²

Die Notwendigkeit einer Institutionenethik ergibt sich jedoch noch aus einem

¹ Der griechische Begriff *Topos* bedeutet wörtlich ‚Ort‘. Topologie meint also nichts anderes als die Lehre von der Anordnung der *Topoi* (Pluralform).

² Vgl. Abschnitt 7.3.

anderen, nicht unbedingt spezifisch wirtschaftsethischen Grund: Moralische Regeln, die für alle oder zumindest für viele gelten sollen, bedürfen nicht nur der moralischen Verbindlichkeit, sondern häufig auch der *Rechtsverbindlichkeit*. Dies ergibt sich nicht nur aus der *Free-Rider-Problematik* (Trittbrettfahrerproblem).³ Vielmehr bedarf es übergeordneter, letztlich durch An- oder Abreize gestützter institutioneller Regeln häufig selbst dann, wenn alle die ethische Richtigkeit der Regel, der sie folgen sollen, eingesehen haben. Dies kann man sich etwa am Beispiel der Steuern klarmachen, die sich in einem demokratischen Gemeinwesen – zumindest der Idee nach – der autonomen, zwangsfreien Einsicht der Bürger verdanken, auch wenn ihre Zahlung schmerzen mag. Erst die Sanktionsbewehrtheit (also beispielsweise der Umstand, dass Steuerhinterziehung geahndet wird) gibt die Sicherheit, dass der Ehrliche nicht der Dumme ist. Es ist diese Rechtsverbindlichkeit, die die moralische Verbindlichkeit in modernen, hochkomplexen und eher anonymen Gemeinwesen stützen muss. Darum sind ethische Diskurse häufig oder sogar zumeist *politische* Diskurse: Es wird darum gerungen, welche Regeln Rechtsverbindlichkeit erlangen sollen.

- *Individualethik*: Doch selbstverständlich ist Ethik nicht auf Institutionenethik reduzierbar. Dies käme einem Rückfall in eine – letztlich metaphysische – ‚*Ethik ohne Moral*‘ gleich. In einer modernen, demokratischen Gesellschaft freier und gleichberechtigter Bürger sind institutionelle Arrangements nur durch diese selbst und vor diesen *begründbar*. Auch im Hinblick auf die gesellschaftliche Gestaltung von Institutionen bleibt die Individual- oder Bürgerethik eine unabdingbare Voraussetzung für ihre ethischen Gültigkeit.

Wird bezüglich der geforderten ‚Bürgertugend‘ eher von skeptischen bzw. pessimistischen Grundannahmen ausgegangen, so fällt die Hauptlast der Vermittlung von Moral und Marktlogik auf die Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung. Richtet sich dagegen die Skepsis eher gegen die den Institutionen einschreibbare ‚Binnenmoral‘ bzw. gegen die moralischen Entlastungsmöglichkeiten der Institutionen, so sind an die handelnden Personen entsprechend höhere Tugendforderungen zu richten. Da in einer modernen Gesellschaft weder auf Institutionen-, noch auf Individualethik verzichtet werden kann, kommt es also auf die richtige ‚Mischung‘ zwischen den beiden Komponenten an.

Offenkundig sind im dialektischen Spannungsfeld zwischen Individual- und Institutionenethik des Wirtschaftens Extrempositionen in beiden Richtungen unbrauchbar: Auf der einen Seite bleiben zumindest in einer freiheitlich-demokratischen Gesellschaft personale Tugendansprüche unabdingbar, soweit eine solche Gesellschaftsordnung auf mündige und verantwortungsfähige Bürger ange-

³ Das Free-Rider-Problem besteht darin, dass einige sich von der Einhaltung einer Regel ausnehmen, obwohl sie davon profitieren. Damit sei nicht gesagt, dass von moralischen Regeln alle profitierten.

wiesen ist. Und auf der anderen Seite kann in einer mehr oder weniger pluralistischen und anonymisierten Großgesellschaft, in der eine individualistische Lebenseinstellung verbreitet ist, kaum mit dem starken ‚Gemeinsinn‘ und der ausgeprägten Solidaritätsbereitschaft der Menschen gerechnet werden, wie sie in traditionellen *face-to-face*-Lebensgemeinschaften vorzufinden waren und es zum Teil noch sind. Umso entscheidender ist es dann, dass die anonymen strukturellen An- und Abreize der Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung der begrenzten Solidaritätsbereitschaft der Bürger *entgegenkommen*, indem sie diese normativ unterstützen und die persönlich in Kauf zu nehmenden Folgen zumutbar machen. Ohne eine in diesem Sinne ethisch gehaltvolle Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung müsste der gute Wille verantwortungsbewusster Wirtschaftsbürger ‚ortlos‘ (*u-topisch*)⁴ bleiben – aber ohne solche Wirtschaftsbürger bliebe die Gestaltung und Wahrnehmung aller institutionellen Orte der Moral des Wirtschaftens ‚subjektlos‘.

Es kommt demnach darauf an, die unverzichtbaren tugendethischen ebenso wie die institutionenethischen Voraussetzungen vernünftigen Wirtschaftens in wechselseitiger Verzahnung zu klären. Prinzipiell sind fünf systematische ‚Orte‘ der Vermittlung von Moral und Marktlogik denkbar (*Abb. 4*):

- der einzelne *Wirtschaftsbürger* in seinem privaten und beruflichen Handeln (z.B. als Arbeitnehmer, Konsument oder Kapitalanleger)
- sowie – als Staatsbürger und Teilnehmer an der öffentlichen Diskussion – in seinem öffentlichen Handeln (*kritische Öffentlichkeit*);
- die staatlich gesetzte *Rahmenordnung* des Marktes;
- die *Unternehmen*, die innerhalb dieser Rahmenordnung erfolgreich zu wirtschaften versuchen;
- und schließlich der unpersönliche *Marktmechanismus* selbst, dem dann als solchem eine Binnenmoral zugesprochen wird.

Der Frage nach der ‚Moral des Marktes‘ im Sinne einer reinen ‚[Systemethik](#)‘ sind wir bereits in Abschnitt 4.3 nachgegangen – mit negativem Ergebnis. Dieser Ort bleibt daher in Abbildung 4 symbolisch eingeklammert. Zu behandeln bleiben somit im Folgenden in einer wechselseitig aufeinander abgestimmten Gesamtkonzeption die *Topoi* der *Wirtschaftsbürgerethik* unter Einschluss sowohl der privaten als auch der öffentlichen Dimension (Abschnitt 6), der *Ordnungsethik* (Abschnitt 7) und der *Unternehmensethik* (Abschnitt 8).

⁴ Utopie heißt wörtlich: ohne Ort.

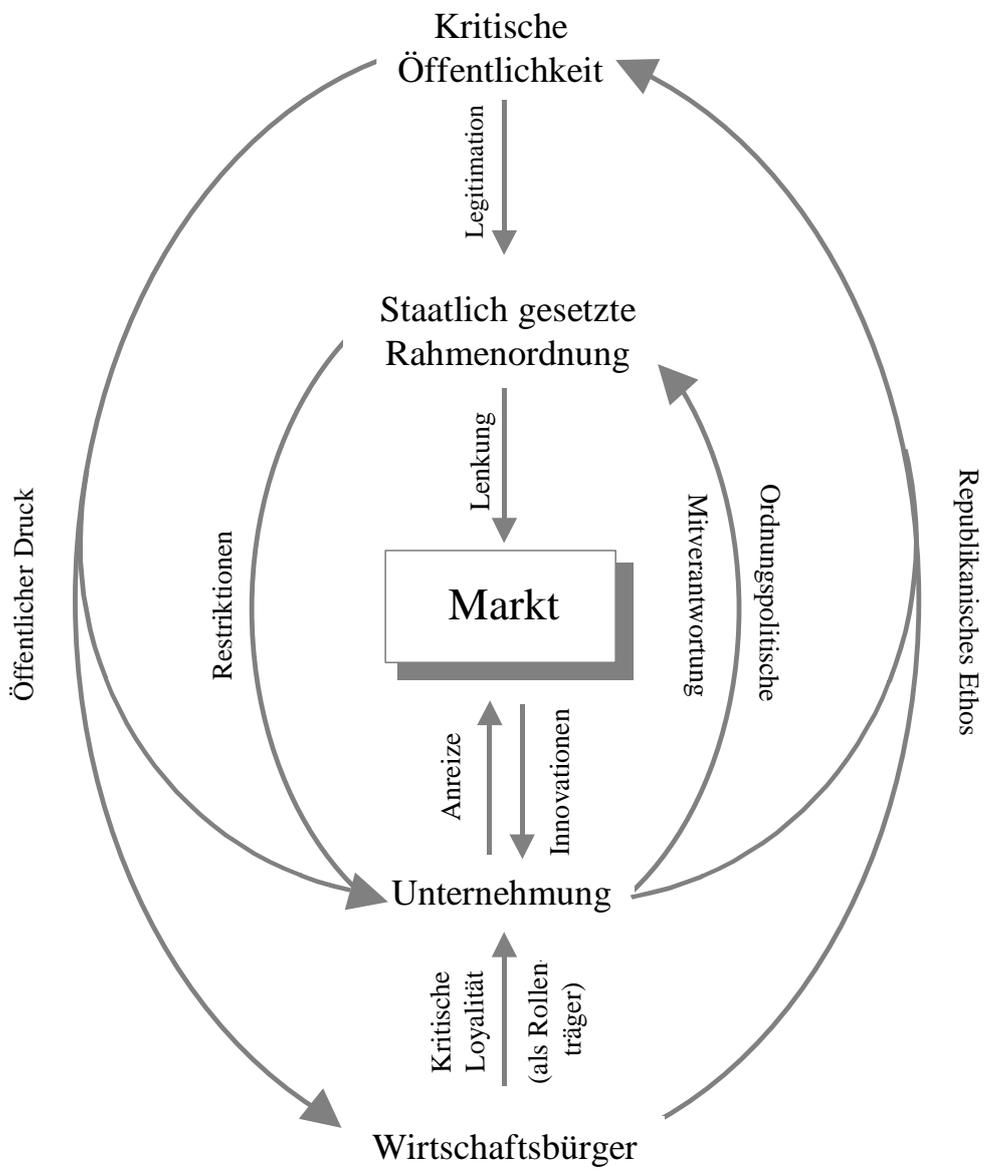


Abbildung 4. „Orte“ der Moral des Wirtschaftens

6. Wirtschaftsbürgerethik

6.1 Ziele und Zweck

Welche Bedeutung kommt der Bürgertugend, dem Engagement und der Verantwortung des Einzelnen für die ‚gute‘ Ordnung des Gemeinwesens, für die *res publica* (die öffentliche Sache), einschließlich der Wirtschaft zu? Dieser Frage wollen wir uns im Folgenden zunächst grundlegend zuwenden, indem wir in ideengeschichtlicher und systematischer Perspektive die paradigmatischen Differenzen zwischen konkurrierenden politisch-philosophischen Denkmustern skizzieren (6.2). Auf der so gewonnenen Basis eines *republikanischen* Verständnisses wollen wir sodann die den modernen Wirtschaftsbürgern zumutbaren Bürgertugenden in drei Bereichen ausloten: Im Bereich des ‚ethischen‘ Konsums (6.3), des ‚ethischen‘ Investierens (6.4) und schließlich auf der Ebene des Organisationsbürgers bzw. Mitarbeiters einer Unternehmung (6.5).

6.2 Leitkonzepte wirtschaftsbürgerethischen Engagements zwischen Liberalismus, Republikanismus und Kommunitarismus

Ohne „Bürgersinn“⁵, ohne „zivilisierten Gemeinsinn“⁶ kommt eine freiheitliche und demokratische Bürgergesellschaft nicht aus. Die entsprechenden Bürgertugenden sind nicht einfach in der Natur des Menschen gegeben – sie müssen vielmehr in fortwährender politisch-kultureller Anstrengung immer wieder neu *gebildet* werden. Die verschiedenen Spielarten des *Liberalismus* haben sich wenig mit dieser kulturellen Aufgabe befasst. Entsprechend spielt in den politischen Philosophien der Hauptvertreter des Liberalismus, angefangen von Thomas Hobbes (1588-1679) und John Locke (1632-1704) bis hin zu James M. Buchanan⁷ und John Rawls⁸ das Denkmodell des hypothetischen *Naturzustands* („original position“) eine herausragende Rolle. Demgegenüber ist dem *Republikanismus* als einer neben dem Liberalismus weiteren bedeutenden politisch-philosophischen Traditionslinie ein solches *naturrechtliches Denken*, demzufolge die Rechte und Pflichten der Bürger irgendwie aus der Natur (des Menschen, der Gesellschaft oder buchstäblich verstanden) abzuleiten seien, gänzlich fremd. Charakteristisch für republikanische Positionen ist, dass sie ihre normativen Entwürfe immer schon als Ausdruck eines idealen *Kulturzustands*, als ethisch-praktische Postulate eines umfassenden ‚Bürgerhumanismus‘ (*civic humanism*) verstehen.

⁵ Dahrendorf, R.: Der moderne soziale Konflikt. Essay zur Politik der Freiheit, München 1994, S. 70.

⁶ Offe, C.: Fessel und Bremse: Moralische und institutionelle Aspekte ‚intelligenter Selbstbeschränkung‘, in: Honneth, A., u.a. (Hrsg.), Zwischenbetrachtungen, Frankfurt 1988, S. 739-774, hier S. 759.

⁷ Vgl. Buchanan, J.M.: Die Grenzen der Freiheit. Zwischen Anarchie und Leviathan, Tübingen 1984.

⁸ Rawls, J.: Politischer Liberalismus, Frankfurt a.M. 1998.

Der Republikanismus, der lange Zeit im Schatten des Liberalismus stand, gegenwärtig aber eine Renaissance erlebt,⁹ hat seine Wurzeln im „Bürgerhumanismus“ der florentinischen Republik des 15. Jahrhunderts.¹⁰ Die florentinische Renaissance griff ihrerseits auf das griechisch-antike Polis-Ideal (Polis = Stadt) einer Gemeinschaft von freien, gleichen, wirtschaftlich unabhängigen und politisch aktiven Bürgern zurück, wie es vom antiken Philosophen Aristoteles überliefert ist. Aristoteles versteht den Menschen als *Zoon politikon*, als politisches Wesen, dem das *Telos* (Ziel) der argumentativen Partizipation in der Polis-Gemeinschaft wesensgemäß angeboren ist und für welches daher das politische Bürgerleben geradezu das höchste Gut und damit den Inbegriff des guten und gelungenen Lebens darstellt.

Es dürfte einleuchten, dass dieses Ideal des klassischen Republikanismus kaum mit der zeitgenössischen Lebensrealität vereinbar ist, in der die Menschen in der Regel nur einen beschränkten Teil ihrer Identität und Lebenserfüllung aus ihrem staatsbürgerlichem Engagement ziehen, soweit sie auf ein solches nicht überhaupt verzichten. Andererseits kann auf ein gewisses Maß eines bürgerethischen Engagements, das eine *verdienstliche Pflicht* darstellt, nicht vollständig verzichtet werden, wie der Liberalismus zumindest in seinen ökonomischen bzw. ökonomistischen Spielarten annimmt. Wie ist also ein *mittlerer Weg* zu bestimmen zwischen einer tendenziellen *Tugendüberforderung* einerseits, wie sie dem klassischen Republikanismus ebenso wie dem in den USA als Gegenbewegung zum Liberalismus entstandenen *Kommunitarismus*¹¹ zu eigen ist, und einer rein *interessenbasierten* Gesellschafts- und Politikkonzeption andererseits (*Ethik ohne Moral*), wie sie der ökonomische (Markt-) Liberalismus vertritt? Betrachten wir dazu die drei politisch-ethischen Leitbilder des *ökonomischen Liberalismus*, des *Kommunitarismus* bzw. des klassischen Republikanismus und eines als Lösung vorgeschlagenen *republikanischen Liberalismus* – zunächst hinsichtlich des Verhältnisses von Individuum und Gesellschaft (a), sodann hinsichtlich des jeweiligen Verständnisses des politischen Prozesses (b).

6.2.1 Das Verhältnis von Individuum und Gesellschaft

Wie zuerst M. Sandel¹² herausgearbeitet hat, liegt klassisch-liberalen Positionen die Vorstellung eines „ungebundenen Selbst“ zugrunde, dessen personale Identität ganz unabhängig von jedem sozialen Kontext gleichsam als *präsoziale Identität* gedacht wird. Die Person bildet nach dem ökonomisch-liberalen Verständ-

⁹ Vgl. Sewing, W.: John G.A. Pocock und die Wiederentdeckung der republikanischen Tradition. Vorwort zu: Pocock, J.G.A., Die andere Bürgergesellschaft. Zur Dialektik von Tugend und Korruption, Frankfurt 1993, S. 7-32.

¹⁰ Vgl. Baron, H.: Bürgersinn und Humanismus im Florenz der Renaissance, Berlin 1992.

¹¹ Vgl. den Sammelband von Honneth, A. (Hrsg.): Kommunitarismus. Eine Debatte über die moralischen Grundlagen der moderner Gesellschaften, Frankfurt a.M./New York, 1993.

¹² Vgl. Sandel, M.: Die verfahrensrechtliche Republik und das ungebundene Selbst, in: Honneth (1993: 18-35, spez. S. 24 f.).

nis ihre Identität jenseits aller sozialen Interaktion. Dementsprechend beruht der *ökonomische Liberalismus* auf dem [methodologischen Individualismus](#). Folglich kann dem Sozialzusammenhang keine *konstitutive* Rolle für die personale Identitätsbildung zukommen; er erscheint als dem ungebundenen Selbst *nachgeordnet* und von diesem rein zweckrational wählbar. Dieses tritt nur dann in Interaktion mit anderen Individuen, wenn ihm daraus ein privater Vorteil erwächst. Interaktionsbeziehungen sind aus dieser Sicht stets *Tauschvertragsbeziehungen*, und die Gesellschaft ist nichts als ein „Unternehmen zur Förderung des gegenseitigen Vorteils“.¹³

Gegen ein solches *instrumentelles* Gesellschafts- und Politikverständnis bringen sowohl der Kommunitarismus als auch der republikanische Liberalismus die moralpsychologisch gut abgesicherte Einsicht zur Geltung, dass die Identitätsbildung und die Persönlichkeitsentwicklung soziale Prozesse sind.¹⁴ Dem Sozialzusammenhang kommt somit *konstitutive* Bedeutung zu, sowohl für die Entwicklung der personalen Identität (des eigenen Selbstverständnisses) als auch für die Fähigkeit zum Verständnis der sozialen Struktur moralischer Verbindlichkeiten. So durchläuft die Entwicklung des personalen Moral- und Identitätsbewusstseins kindheitsgeschichtliche Phasen der Identifikation mit einer zunächst konkreten, dann zunehmend abstrakt und universal konzipierten *moral community*.¹⁵

Allerdings ergibt sich hier die entscheidende Trennlinie zwischen Kommunitarismus und republikanischem Liberalismus. Aus dem entwicklungspsychologischen *Faktum* der sozialen Konstitution der personalen Identität folgt nicht das *normative Postulat* der Vorordnung der Gemeinschaft vor das Individuum. Ansonsten wird gerade die als Ergebnis einer gelungenen Identitätsentwicklung erlangte Möglichkeit der *autonom* urteilenden Person zur kritischen Selbstdistanzierung von den tradierten Wertvorstellungen und Normen der Gemeinschaft, in die sie hineinsozialisiert worden ist, unterschlagen. Genau diese fundamentale Konfusion zwischen der *konstitutiven* Bedeutung von Gemeinschaften für die personale Identität und einer *normativen* Konformitätsforderung gegenüber der tradierten Gemeinschaftskonzeption des Guten und moralisch Richtigen unterläuft wertkonservativen, konventionalistisch denkenden Kommunitaristen, nicht aber modernen Republikanern.

Eine weitere Trennlinie – nun zwischen ökonomischem Liberalismus und republikanischem Liberalismus – lässt sich am Begriff der Freiheit festmachen. Aus ökonomisch-liberaler Optik meint Freiheit nichts als die *negative Freiheit* der [Nichteinmischung](#) in die ‚privaten‘ Angelegenheiten – die anderer oder der eige-

¹³ Rawls (1979: 20). Vgl. auch Buchanan (1984: 1).

¹⁴ Vgl. bereits [Abschnitt 1.2.1](#).

¹⁵ Vgl. zu den entwicklungspsychologischen Stufen des Moralbewusstseins Kohlberg, L.: *Essays on Moral Development*, Vol. 1: *The Philosophy of Moral Development*, San Francisco 1981.

nen. Dementsprechend definiert sich der Bürger nur als rechtsstaatlich in seiner Privatautonomie geschützter *Besitzbürger* (*Bourgeois*); für die Anerkennung von Bürgertugenden, die über das ‚unternehmerische‘ Ethos der disziplinierten Lebensführung (*innerweltliche Askese*), der fleißigen Kapitalvermehrung und der kaufmännischen Vertragstreue hinaus gehen, bleibt in diesem Selbstverständnis („*ich habe Privateigentum, also bin ich*“) wegen der wechselseitigen Gleichgültigkeit strikt eigeninteressierter, sozial ungebundener *Homines oeconomici* wenig Raum, aufgrund der unterstellten ‚gemeinwohlfördernden‘ Wirkungseigenschaften des Marktes aber auch gar kein Bedarf.¹⁶

Demgegenüber begreift der republikanische Liberalismus Freiheit umfassender als *positive Freiheit*.¹⁷ Diese wird als politisch konstituierte und rechtsstaatlich zu gewährleistende, gleiche größtmögliche Freiheit aller Bürger begriffen, die wesentlich deren Berechtigung zur aktiven Partizipation als *Staatsbürger* (*Citoyen*) einschließt, ja voraussetzt. Zum Selbstverständnis des Bürgers ("*ich partizipiere an der republikanischen Selbstbestimmung, also bin ich*") gehört die Bereitschaft zur angemessenen *Mitverantwortung* für die gute und gerechte Ordnung der *Res publica*, der öffentlichen Sache, die alle oder zumindest viele angeht. (Daher der Name Republikanismus.) Darin eingeschlossen ist die Bereitschaft, die eigenen Interessen nicht etwa zu verleugnen, sie aber den Legitimitätsbedingungen der *Res publica* zu unterstellen und sie im Rahmen des „öffentlichen Vernunftgebrauchs“¹⁸ zur Disposition zu stellen. Den so verstandenen Bürgerpflichten gebührt der Vorrang – sowohl (in Abgrenzung zum ökonomischen Liberalismus) vor den privaten Interessen (um deren Legitimation es ja gerade geht) als auch (in Abgrenzung zum Kommunitarismus) vor den gemeinschaftlichen Konzeptionen des guten Lebens.

Gegenüber dem ökonomischen Liberalismus stellt der republikanische Liberalismus also höhere, gegenüber dem Kommunitarismus jedoch bescheidenere tugend- bzw. individualethische Forderungen. So entspricht die republikanisch-liberale Ethik einer *formalen* Vernunftethik (Diskursethik), die alle materialen, konkreten Fragen der politischen Gestaltung dem öffentlichen Vernunftgebrauch der Bürger überlässt, denen dann natürlich autonome Urteilskraft und Mündigkeit abverlangt wird. Im Gegensatz dazu erblickt der Kommunitarismus das ethisch Verbindliche in einer *materialen* Konzeption des Guten, einem „Spirit of Community“,¹⁹ d.h. im ‚Geist‘ einer vorgegebenen Gemeinschaft, in die man hi-

¹⁶ Vgl. hierzu die Abschnitte 3.4 und 4.3.

¹⁷ An der Unterscheidung zwischen negativer und positiver Freiheit, die auf I. Berlin zurückgeht, setzt ein weiterer Vordenker der republikanisch-kommunitaristischen Liberalismuskritik, Charles Taylor, an. Vgl. Taylor, Ch.: *Negative Freiheit?*, Frankfurt 1988.

¹⁸ Kant (1984: 55).

¹⁹ So der Buchtitel eines der Hauptvertreter des Kommunitarismus, Amitai Etzioni. Vgl. Etzioni, A.: *The Spirit of Community. Rights, Responsibilities and the Communitarian Agenda*, New York 1993 (dt. Ausgabe: *Die Entdeckung des Gemeinwesens. Ansprüche, Verantwortlichkeiten und das Programm des Kommunitarismus*, Stuttgart 1995).

neingeboren wird. Dies ist, angesichts des faktischen Pluralismus durchaus legitimer unterschiedlicher Lebensentwürfe, nicht nur illusionär und tendenziell aufklärungsfeindlich, sondern führt auch zu *Tugendüberforderungen*.

Aus liberal-republikanischer Sicht soll der Einzelne ein *guter Bürger* sein und sich mitverantwortlich fühlen für die *Res publica*. Aber er muss nicht unbedingt, wie im Kommunitarismus, in jeder Hinsicht ein ‚*guter Mensch*‘ sein. Ihm stehen durchaus legitime Freiräume des ‚Privaten‘ zu, also von Bereichen, in die er sich nicht hineinreden lassen und innerhalb derer er sich nicht eigens legitimieren muss. Doch obliegt die Definition dieser legitimen Freiräume selbstverständlich der öffentlichen, der politischen Deliberation. Das Private – sowohl im engeren Sinne als auch bezogen auf die ‚Privatwirtschaft‘ (wie die Marktwirtschaft gelegentlich genannt wird) – wird also nicht, wie im ökonomischen Liberalismus, als vorpolitisch aufgefasst, sondern als von Grund auf politisch konstituiert und legitimiert begriffen. Wahrhaftig ‚privat‘ sind Aktivitäten, deren Sozial- und Umweltverträglichkeit gewährleistet ist, was selbst wiederum im politischen Willensbildungsprozess zu klären ist. Darum lässt sich von der *öffentlichen Konstitution des Privaten* sprechen.

In der Konzentration der Legitimitätsfrage zwar nicht nur, aber doch vorrangig auf die *Regeln* des gerechten Zusammenlebens (einschließlich des Wirtschaftens), also auf den *institutionellen Rahmen* einer ‚wohlgeordneten Gesellschaft‘ (J. Rawls), innerhalb dessen ‚privaten‘ Angelegenheiten legitimerweise nachgegangen werden kann, liegt ein wesentliches Merkmal einer *freiheitlichen Gesellschaft*. (Darum – und weil auf die autonome Selbstbestimmung und die reflektierte Urteilskraft der Bürger abgestellt wird – bezeichnen wir die hier normativ ausgezeichnete Position als republikanischen *Liberalismus*.) Demgegenüber trägt im Kommunitarismus die Bürgertugend allein und unmittelbar die ganze Last der Stiftung des gemeinschaftlichen Zusammenhalts.²⁰ Dies führt zu einer individualethischen Überforderung der Bürger ebenso wie zu einer Negierung von Problemen, die, angesichts der Sachzwangverstrickungen des Einzelnen, nur auf übergeordneter, ordnungspolitischer Ebene einer zufrieden stellenden Lösung zugeführt werden können.²¹

Dem vom Kommunitarismus ebenso wie vom ökonomischen Liberalismus viel beschworenen, ursprünglich in der katholischen Soziallehre entwickelten *Subsidiaritätsprinzip*, demzufolge ethisch-politische Problemlösungen möglichst ‚eigenverantwortlich‘ durch die Bürger (und Unternehmen) ‚vor Ort‘ statt von übergeordneten politischen Instanzen anzugehen sind, kommt insofern ein nahe-

²⁰ Im ökonomischen Liberalismus trägt diese Last letztlich der systemische Marktmechanismus bzw. das Zusammenspiel der eigeninteressiert Handelnden. Vgl. zum Verhältnis von und Gemeinschaft und ökonomischer Theorie Marglin, S.A.: *The Dismal Science. How Thinking Like an Economist Undermines Community*, Cambridge, Mass./London 2008.

²¹ Wir kommen hierauf in Abschnitt 7.3 zurück.

zu ideologischer Charakter zu.²² Denn ‚vor Ort‘ mögen den Beteiligten und Betroffenen die Sachzwänge des (Welt-)Marktes – der ‚Strukturwandel‘ – zwar als das *„einsichtige und einfache System der natürlichen Freiheit“* (A. Smith) *erscheinen*. Tatsächlich können so die Zumutbarkeitsfragen angesichts der Sachzwänge jedoch nicht zufrieden stellend gelöst werden. Leb- und zumutbare Wirtschaftsbürgertugenden bedürfen darum der *institutionellen Rückenstützen*.

Zusammenfassend lässt sich das liberal-republikanische Ordnungsideal als eine *wohlgeordnete pluralistische Zivilgesellschaft* („*Bürgergesellschaft*“) fassen.²³ Die Gesellschaft wird idealerweise weder, wie im Kommunitarismus, als eine Solidargemeinschaft mit ‚festen Werten‘ – gleichsam als eine ‚große Familie‘ – aufgefasst, noch an das Modell des Marktes als Ort des wettbewerblichen Zusammenspiels eigeninteressiert Handelnder assimiliert. Von den Bürgern wird Gemeinsinn und politische Moral „nur noch in kleiner Münze“ erwartet.²⁴ Es ist eine der Aufgabe von *Institutionen* und – selbst gesetzten, nicht vorgegebenen! – *Regeln*, die Bürger von moralischen Zumutungen ein Stück weit zu entlasten und das konkrete bürgerethische Engagement – gleichsam ‚vor Ort‘ – ‚lebbar‘ (zumutbar) zu machen.

6.2.2 Der Charakter des politischen Prozesses

Bislang war schon des Öfteren von der herausragenden Stellung der *Öffentlichkeit* die Rede – sowohl für die (Diskurs-)Ethik im Allgemeinen als auch für eine republikanisch-liberale politische Ethik im Besonderen. Die prozessual verstandene Öffentlichkeit ist, wie wir gesehen haben, nicht nur der unhintergehbare (gedankliche) Ort der Prüfung aller Argumente sowohl auf ihren Wahrheits- als auch auf ihren Legitimitätsgehalt hin; sie ist auch die oberste Instanz *republikanischer* Politik, wie der Name, in dem das ‚Publikum‘, also die Öffentlichkeit steckt, bereits verrät. In politischer Hinsicht hat die Öffentlichkeit die epistemologische (erkenntnisbezogene) Funktion des *Orts der Moral* im Hinblick auf die Rechtfertigung öffentlich relevanten Tuns sowie die pädagogische Funktion der kritischen Selbstaufklärung der Bürger.

„Gerechtigkeit“, so hob Kant in seinen Überlegungen zum Verhältnis von Moral und rechtsstaatlicher Politik hervor, kann „nur als *öffentlich kundbar* gedacht werden“. ²⁵ Jeder „Rechtsanspruch“ müsse die „Fähigkeit der *Publizität*“ haben,

²² Vgl. auch Thielemann (2005a: 276 ff.).

²³ Vgl. Ulrich, P.: Marktwirtschaft in der Bürgergesellschaft – Die Soziale Marktwirtschaft vor der nachholenden gesellschaftspolitischen Modernisierung, in: Abländer, M./Ulrich, P. (Hrsg.) 60 Jahre Soziale Marktwirtschaft. Illusionen und Reinterpretationen einer ordnungspolitischen Integrationsformel, Bern/Stuttgart/Wien 2009, S. 349-380.

²⁴ Habermas, J.: Ist der Herzschlag der Revolution zum Stillstand gekommen? Volkssouveränität als Verfahren. Ein normativer Begriff der Öffentlichkeit?, in: Forum für Philosophie Bad Homburg (Hrsg.), Die Ideen von 1789 in der deutschen Rezeption, Frankfurt 1989, S. 7-36, hier S. 32.

²⁵ Kant (1984: 244).

„weil ohne jene es keine Gerechtigkeit ..., mithin auch kein Recht, das nur von ihr erteilt wird, geben würde.“²⁶ Als regulative Idee oder „transzendentes Prinzip der Publizität“ formulierte er:

„Alle auf das Recht anderer Menschen bezogene Handlungen, deren Maxime sich nicht mit der Publizität verträgt, sind unrecht.“²⁷

Allerdings unterlag Kant noch zu einem Teil der *Konfusion von Akzeptanz und Legitimität*, indem er die Publizität mit dem „Widerstand“ und der „Gegenbearbeitung aller gegen mich“ gleichsetzte, die meine Vorstellungen und Handlungsabsichten in der Öffentlichkeit, sollte ich sie publik machen, hervorrufen könnten. Die bloß faktisch vorgefundene *öffentliche Meinung* oder gar der populistische ‚Druck der Straße‘ ist jedoch keineswegs schon die Instanz der Moral. Der „TV-Test“ (‚Würde ich mich wohl fühlen, wenn ich meine Handlung im Fernsehen begründen müsste?‘), der insbesondere in den us-amerikanischen Business Ethics als eine Art *Ethiktest* sehr populär ist,²⁸ mag einen gewissen heuristischen Wert haben. Die öffentliche Meinung kann jedoch auch falsch liegen oder komplexe Zusammenhänge nur ungenügend durchschauen. Und die Spielräume, dies – etwa durch eine geschickte PR-Strategie – in populistischer Weise auszunutzen, sind zwar nicht unbegrenzt, aber stets mehr oder weniger weitgehend ausnutzbar.

Das „Prinzip der Publizität“ bzw. die Öffentlichkeit als Ort der Moral muss daher anders begriffen werden, nämlich als Ort, an dem das ‚räsonierende Publikum‘ aufgerufen ist, „von seiner Vernunft in allen Stücken öffentlichen Gebrauch zu machen.“²⁹ Nur als Ort der *argumentativen* Legitimitätsklärung kommt der unbegrenzten Öffentlichkeit der Status des Orts der Moral zu; deren Essenz besteht also nicht in der (womöglich opportunistischen) Anpassung an die jeweils vorherrschende öffentliche Meinung (den ‚Zeitgeist‘). Darum ist es die (wenn auch nur *verdienstliche*) republikanische Bürgerpflicht, am öffentlichen Meinungs- und Willensbildungsprozess möglichst aktiv zu partizipieren, aber keineswegs, wie im Kommunitarismus, vorgegebenen ‚festen Werten‘ zu genügen, die sich breiter Zustimmung erfreuen. Denn was die richtigen Werte bzw. Normen sind, also diejenigen, die allgemeine Anerkennung *verdienen*, dies lässt sich ja erst im republikanischen Argumentations- und Deliberationsprozeß immer wieder neu klären.

²⁶ Ebd.

²⁷ Kant (1984: 245).

²⁸ Vgl. Laczniak, G.R.: Frameworks for Analyzing Marketing Ethics, in: ders./Murphy, P.E., Marketing Ethics. Guidelines for Managers, Lexington 1985, S. 9 ff.; DeGeorge, R.T.: Competing with Integrity in International Business, Oxford 1993 (1993a), S. 109. Im Unterschied zu der differenzierten Sicht dieser Autoren wird der ‚TV-Test‘ zumeist ohne Relativierung als ‚Ethik-Test‘ verstanden. Vgl. etwa folgende Lecture Notes zum Thema: „Ethical Decision Making“ oder diese Kursmaterialien: „*The Strategic Management Process*“.

²⁹ Kant, I.: *Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?*, in: ders. (1984: 51-61), hier S. 55.

6.3 Möglichkeiten und Grenzen ethisch bewussten Konsumierens

Wer es sich als republikanisch gesinnter Staats- und Wirtschaftsbürger zur Gewohnheit gemacht hat, im öffentlichen Vernunftgebrauch seine Meinungen und Präferenzen kritisch zu hinterfragen, wird auch seine Präferenzen im ‚privaten‘ Konsumverhalten kritisch reflektieren, und zwar in zweifacher Hinsicht: einerseits in Bezug auf ihren *Sinn* im Hinblick auf das eigene gute Leben (Authentizität der Bedürfnisse), und andererseits in Bezug auf ihre *Legitimität* in sozialer und ökologischer Hinsicht (Verallgemeinerbarkeit des Verhaltens).

Wir möchten uns hier auf die Legitimitätsfrage konzentrieren. Oftmals werden ja große Hoffnungen in das Verantwortungsbewusstsein der Konsumenten gesetzt, nicht nur ihr persönliches Konsumverhalten zu reflektieren, sondern darüber hinaus dem Markt ethische ‚Zeichen‘ zu geben. Spektakuläre Fälle, in denen die Macht einer kritischen Masse an Konsumenten zum Kaufkraftentzug ausreichte, um Unternehmen zum Einlenken zu bewegen, lassen sich finden.³⁰ So hat, um ein Beispiel herauszugreifen, die Firma Nike, die wegen der schlechten Arbeitsbedingungen bei ihren Zulieferern (‚sweat shops‘) unter Druck geriet, offenbar wegen dieses Drucks (und wohl weniger aus ethischer Einsicht) befunden „that local factory standards are not high enough.“³¹

Dies ist eines von vielen Beispielen, die dem instrumentalistischen Ansatz eine gewisse Plausibilität verleihen, stützt sich dieser doch, *wie wir gesehen haben*, zu wesentlichen Teilen auf den Druck der Konsumenten bei ethischem ‚Fehlverhalten‘. Man könnte fast den Eindruck gewinnen, durch die Kaufentscheidungen ethisch verantwortungsbewusster Konsumenten ließe sich die Wirtschaft praktisch vollständig ‚ethisieren‘. Auch die ökonomische Standardtheorie lehrt ja, die Konsumenten seien der ‚Souverän der Wirtschaft und könnten sich „die Eigentümer der Produktionsmittel ... ganz gefügig machen“; nur das „Monopol“ durchbreche diese „Demokratie der Verbraucher“³² Wenn die Unternehmen die „Vollstrecker der Wünsche der Verbraucher“ sind,³³ und wenn die Verbraucher bzw. Konsumenten ‚Ethik‘ wünschen, so müssten alle wirtschaftsethischen Probleme im Prinzip gelöst sein oder auf dem Wege der ‚Abstimmung mit dem Einkaufszettel‘ gelöst werden können.

Die wesentlichen Einwände gegen eine solche Sicht wurden bereits in Abschnitt 4.4 skizziert.³⁴ Fassen wir sie hier zusammen, um sodann ein *realistischeres*

³⁰ Die populärsten aktuellen Boykotte sind auf Yahoo.com zusammengestellt. Vgl. auch die entsprechende Internet-Seite der britischen Zeitschrift „[Ethical Consumer](#)“.

³¹ Vgl. die entsprechende Website von [Nike](#).

³² Vgl. Mises, L. von: Nationalökonomie. Theorie des Handelns und Wirtschaftens, Genf 1940, S. 254.

³³ Vgl. Mises (1940: 320).

³⁴ Vgl. hierzu auch Thielemann, U.: Internet und Civic Consumerism. Chancen und Grenzen der neuen, internet-gestützten kritischen Konsumentenbewegung, in: Fischer, P./Hubig, Ch./Koslowski, P. (Hrsg.), Wirtschaftsethische Fragen der E-Economy, Heidelberg 2003, S. 327-346 (2003a).

Bild der ethischen Steuerungskraft verantwortungsbewusster, republikanisch denkender Konsumenten zu gewinnen:

- Entscheidend für die Wirksamkeit ethisch verantwortungsbewusster Konsumentenscheidungen ist offenbar, dass sich eine *kritische Masse* an Konsumenten zusammenfindet und damit genügend Kaufkraft mobilisiert werden kann. Da jedoch die Konsumenten im Normalfall ihre Kaufentscheidungen je für sich, also privat, nicht etwa öffentlich treffen, fehlt dem Einzelnen die Verbindlichkeit bzw. Sicherheit, dass der (mehr oder minder) schmerzliche Wechsel des Anbieters nicht bloß die Wirkung eines ‚Tropfens auf den heißen Stein‘ hat, also wirkungslos verpufft. Eine unabdingbare Voraussetzung für die Wirksamkeit ‚ethischen Konsums‘ ist also eine gewisse *Medienpräsenz* über die ‚ethischen Fehlleistungen‘ der betreffenden Firma.
- Mit der Privatheit der Konsumentenentscheidungen hängt die nicht unbedingt gewährleistete *Diskursivität* eines wirtschaftsethischen Ansatzes zusammen, der sich vorrangig auf das Verantwortungsbewusstsein der Konsumenten stützt. Hören wir dazu Kant:

„Es ist ... für jeden einzelnen Menschen schwer, sich aus der ihm beinahe zur Natur gewordenen Unmündigkeit herauszuarbeiten... Dass aber ein Publikum sich selbst aufkläre, ist eher möglich; ja es ist, wenn man ihm nur Freiheit lässt, beinahe unausweichlich.“³⁵

Die *Freiheit* zur Selbstaufklärung und zur Deliberation haben die Konsumenten heute selbstverständlich (Kant verfasste den Text im Jahre 1784). Eher fehlt es an der *Gelegenheit*. Ohne *Institutionen*, ohne diskursive *Arenen* des Gedanken- und Meinungs-austausches ist weder eine Schärfung des Bewusstseins für ethische Problemfälle noch eine reflektierte Urteilsbildung zu erwarten. In einer lebendigen Demokratie sind diskursive Arenen zwar zahlreich (man denke an Fernsehdiskussionen, Radiosendungen, Beiträge in Zeitungen und Journalen, neuerdings das Internet); doch ist es von diesen bis zu den ‚privaten‘ Kauf- oder Nichtkaufentscheidungen ein weiter Weg.

- Am ehesten kommt ‚ethischer Konsum‘ bis anhin daher in Fällen von offenkundigen *Skandalen* zur Wirkung. Weniger eindeutige Fälle des moralischen Fehlverhaltens von Unternehmen erblicken hingegen eher selten das mediale Tageslicht.
- Damit zusammen hängt die relativ hohe Wahrscheinlichkeit einer *mangelnden Differenziertheit* in der Urteilsbildung. Firmen (und ihre Mitarbeiter) könnten durch die Abwanderung der Kunden hart bestraft werden, auch wenn ihr Fehlgriff zwar eindeutig, aber letztlich doch eher marginal war. Umgekehrt könnten Firmen der Strafe des Abzugs von Kaufkraft entkommen, wenn etwa der Missstand, für den sie (mit-) verantwortlich sind, zu komplex ist, als dass er die Schwelle medialer Präsenz überschreitet. Zu die-

³⁵ Kant (1984: 54).

ser Kategorie zählen auch Fälle, bei denen die einzelnen Firmen einen nur marginalen Beitrag zu einem Missstand beisteuern und ein eindeutiger Adressat oder ‚Missetäter‘ von vornherein gar nicht auszumachen ist. (Man denke an die Energie- und CO₂-Problematik.) Es ist kaum realistisch, in solchen Fällen vom ‚ethischen‘ (bzw. ökologischen) Konsum einen nennenswerten Beitrag zu einer Lösung zu erwarten.

- Die *enttäuschenden* Erfahrungen kritischer Konsumenten, die wirklich mit ihren Kaufentscheidungen etwas bewirken wollen, dürften zu dem von Albert O. Hirschman beschriebenen Zyklus zwischen öffentlichem Engagement und Rückzug in eine privatistische Konsumorientierung beitragen.³⁶
- Selbst wenn das Anliegen ‚ethischen Konsums‘ vollkommen berechtigt ist, so weist es doch einen unvermeidbaren Mangel auf: die Missachtung der Zumutbarkeitsproblematik ist ihm gleichsam in die Wiege gelegt. Seine Strafen treffen wettbewerbsschwache Marktteilnehmer härter als wettbewerbsstarke. Hier ist an die Ausführungen zum ‚[Ethik-Wettbewerb](#)‘ zu erinnern.

Als *Fazit* lässt sich festhalten, dass der ‚ethische Konsum‘ durchaus als *ein* Ort der Moral in der Marktwirtschaft anzusehen ist, dessen Bedeutung allerdings auf eher schwankendem Boden steht. Durch institutionelle Rückenstützen kann er gestärkt werden – sei es durch Verbraucherorganisationen oder durch gesetzliche Maßnahmen wie Deklarationspflichten und Produkthaftung. Allein dies zeigt bereits, dass der ‚ethische Konsum‘ sicher nicht die gesamte Last der ethischen Rationalisierung der Wirtschaft tragen kann, und zwar nicht nur wegen seiner mangelnden Wirksamkeit, sondern auch wegen seiner nur begrenzten Öffentlichkeit und Diskursivität.

6.4 Möglichkeiten und Grenzen ethisch bewussten Investierens

Wer eine der bekannten Internet-Suchmaschinen nach Stichworten wie ‚Ethikfonds‘, ‚ethisches Investieren‘ oder ‚ethische Geldanlagen‘ durchsucht, wird über die Vielzahl der Nennungen vielleicht erstaunt sein. Auch durch Investitions- und Anlageentscheidungen lassen sich ‚Zeichen‘ in Richtung auf eine human-, sozial- und umweltverträgliche Kapitalallokation und Wertschöpfung setzen. Und immer mehr verantwortungsbewusste Anleger scheinen diese Chancen nutzen zu wollen – sei es, um bei der Anlage des vorhandenen Kapitals ihr Gewissen zu beruhigen oder um einen aktiven Beitrag zur Steuerung der Wirtschaft in die (ethisch) richtige Richtung beizusteuern.

Bei dem derzeit wachsenden Trend zum ‚ethischen‘ Investieren,³⁷ das bereits [oben](#) angesprochen wurde, stellen sich allerdings weitgehend die gleichen Pro-

³⁶ Vgl. Hirschman, A.O.: Engagement und Enttäuschung. Über das Schwanken der Bürger zwischen Privatwohl und Gemeinwohl, Frankfurt a.M. 1984.

³⁷ Darunter verstehen wir im Folgenden nicht solche Anlagen, die sich zwar als ‚ethisch‘, ‚sozial‘, ‚ökologisch‘ usw. deklarierten, bei denen es jedoch vorrangig auf eine hohe und risikogerechte Verzinsung des eingesetzten Kapitals ankommt und sich der (angebliche) ‚ethische‘ Erfolg also letztlich *zufällig* ergibt.

bleme wie bei dem ‚ethischen‘ Konsum. Wohl noch stärker als im Falle des ‚ethischen‘ Konsumierens stellt sich hier die ‚Etikettenfrage‘: Handelt es sich tatsächlich um ‚ethische‘ Anlagen, d.h. um solche, denen die Auszeichnung, als ‚ethisch‘ (d.h. als ethisch legitim) zu gelten, *berechtigterweise*, d.h. zweifelsfrei und umfassend zukommt?

Mit der Etikette ‚Ethik‘ wird in der Diskussion um das ‚ethische‘ Investieren oftmals allzu leichtfertig umgegangen. So findet man häufig Formulierungen wie die folgende:

„Der von einem US-Beratungsunternehmen geführte Domini 400 Social Index (DSI), der nur aus ethisch-ökologischer Sicht vertretbare Titel enthält, wies seit seiner Einführung im Mai 1990 eine bessere Performance auf als der Standard&Poor’s Index S&P 500.“³⁸

Dass es sich so verhält und die in dem Index zusammengefassten Firmen diese überdurchschnittliche Börsenperformance tatsächlich erzielen, ist wohl unstrittig, jedenfalls kann dies durch entsprechende *Messungen* leicht überprüft werden; dies gilt, wenn auch mit Abstrichen, wohl auch noch für die ökologische Performance der Firmen. Doch ob das Unternehmenshandeln dieser Firmen tatsächlich als ‚ethisch vertretbar‘ bezeichnet werden kann, ist keine Frage, die sich durch Messungen oder sonstige objektive Kriterien beantworten ließe. Vielmehr handelt es sich um eine kontroverse Frage, die nur diskursiv *beurteilt* werden kann – idealerweise durch alle Beteiligten und von der Politik der Unternehmen Betroffenen.

Der Problematik der *ethischen* Beurteilung der entsprechend deklarierten Anlageprodukte kommen wir näher, wenn wir die typischen Kriterien betrachten, die für die Auszeichnung einer Anlage bzw. Firma als ‚ethisch‘ üblicherweise herangezogen werden. In den Anfängen des ‚ethischen Investments‘ handelte es sich dabei vorrangig um punktuelle *Ausschlusskriterien*, und zwar zumeist, dem Ursprung der Bewegung gemäß, um solche friedenspolitischer und ökologischer Art.³⁹ Firmen, die Rüstungsgüter herstellen, FCKW produzieren oder verwenden oder in großem Umfang Tierversuche durchführen, fallen aus dem als ‚ethisch‘, ‚sozial‘ oder ‚ökologisch‘ deklarierten Fonds heraus. In den USA, in denen der *Protestantismus* mit seinen ‚asketischen‘ Neigungen nach wie vor weit verbreitet ist, finden wir daneben Ausschlusskriterien wie beispielsweise die Produktion und den Vertrieb von Alkohol, Tabak und Glücksspiel, denen oft sogar eine hohe Priorität eingeräumt wird.⁴⁰

³⁸ Döbeli, S.: Investieren mit Verantwortung – die Umweltanlageprodukte der Zürcher Kantonalbank, in: Waxenberger, B./Schmid Holz, D./u.a. (Hrsg.), *Grünes Geld*, Berichte des Instituts für Wirtschaftsethik, Nr. 90, St. Gallen 2001, S. 26-34, hier S. 26.

³⁹ Vgl. hierzu Waxenberger, B.: *Prinzipiengeleitetes Investment – Orientierungen und kritische Bemerkungen*, in: Waxenberger/Schmid Holz/u.a. (2001: 9-24), hier S. 9 f.

⁴⁰ Vgl. exemplarisch die entsprechende Website des [Social Investment Forum](#).

Heute werden diese Ausschlusskriterien durch positive Kriterien ergänzt; auch gewinnt die ‚soziale‘ Dimension einen höheren Stellenwert. Man unterlässt es nicht bloß, in bestimmte Firmen zu investieren, sondern möchte Firmen mit einer *guten ‚ethischen Performance‘* aktiv unterstützen. Hierzu zählen beispielsweise der Grad der ökologischen ‚Nachhaltigkeit‘, mit der die Unternehmung wirtschaftet; der Frauenanteil in der Geschäftsleitung; der Anteil, der vom Gewinn vor Steuern für möglichst ‚innovative‘ Spenden an Non-Profit-Organisationen verwendet wird; möglichst ‚gute‘ Beziehungen zu den Gewerkschaften; eine nicht zu steile Verteilung der unternehmerischen Wertschöpfung auf die Mitarbeiter (einschließlich des Managements) usw.⁴¹

Es dürfte klar sein, dass nicht erst das ‚Rating‘ und ‚Monitoring‘, also die Einordnung und Überwachung der Firmen nach diesen Kriterien, sondern schon die *ethische Bewertung der Kriterien* im Allgemeinen und in den konkreten Fällen äußerst anspruchsvoll ist. So ist beispielsweise das Ausschlusskriterium ‚Kinderarbeit‘⁴² durchaus nicht unproblematisch, ja in seinen Konsequenzen möglicherweise geradezu zynisch. Schon die Ankündigung der ‚Harkin-Bill‘, einem US-amerikanischen Gesetzesentwurf, der vorsah, den Import von Gütern zu verbieten, die von Kindern unter 15 Jahren produziert worden sind, hatte zur Konsequenz, dass etwa in Bangladesh viele Kinder quasi über Nacht ‚entlassen‘ und buchstäblich auf die Straße gesetzt wurden – statt dass ihnen Schulbildung und die für eine gesunde Persönlichkeitsentwicklung notwendige Zeit gewährt wurde. Die Armut der Familien nahm durch diese Maßnahme weiter zu, bzw. sie wurde durch die ‚Arbeitgeber‘ der Kinder verschärft, die diese aus Eigeninteresse (angesichts der neuen ‚Sachlage‘) ‚entließen‘. Es ist daher zu befürchten, dass die Kinder sich unter vermutlich noch schlechteren Arbeitsbedingungen in nicht für den Export produzierenden Branchen verdingen mussten.⁴³

Man erkennt hier nicht nur, dass ethisch zufriedenstellende Lösungen (bezogen auf das Problem der Kinderarbeit etwa: Verbesserung der Einkommensposition der Eltern und zusätzliche Maßnahmen, die den Kindern eine Schulbildung ermöglichen) oft nur auf übergeordneten, politischen Ebenen zu finden sind, sondern auch die Gefahr eines (gewollten oder ungewollten) ‚*Etikettenschwindels*‘ – schließlich lassen sich durch möglichst einfache, eher plakative Kriterien, die an den ‚*moralischen Präferenzen*‘ der Anleger oder verschiedener Anleger-

⁴¹ Vgl. exemplarisch die Rating Kriterien von [“Sokrates – The Corporate Social Ratings Monitor”](#); sowie von [Ethik – Ethisches Investment Köln](#).

⁴² Vgl. etwa das [Beispiel](#), das die oekom research AG (München) für ihr Bewertungssystem angibt.

⁴³ Vgl. ILO – Washington Branch Office: [Child Labour: Action required at the national level](#), Genf, 10 Juni 1996; vgl. auch Waxenberger (2001: 15 f.) mit Bezug zum ‚ethischen Investieren‘; sowie allgemein zum Problem von Sozialstandards und ihrer möglichen ‚Kontraproduktivität‘ Thielemann U.: Globale Konkurrenz, Sozialstandards und der (Sach-) Zwang zum Unternehmertum, in: Maak, Th./Lunau, Y. (Hrsg.), *Weltwirtschaftsethik. Globalisierung auf dem Prüfstand der Lebensdienlichkeit*, Bern/Stuttgart/Wien 1998, S. 203-244.

Segmente ansetzen, wohl leichter gute Geschäfte machen als durch solche, die dem Fragen und dem Zweifel einen Platz einräumen.⁴⁴

Solche Zweifel sind jedoch stets möglich und wohl auch nötig. *Ethik ist kontrovers*; dies gilt es sich immer wieder in Erinnerung zu rufen. Operationale, messbare ‚Ethik-Kriterien‘ oder gar Checklisten haben darum bestenfalls einen heuristischen Wert; sie können den anzustrebenden Diskurs zwischen den Beteiligten und Betroffenen über die Legitimität des Unternehmenshandelns in Gang bringen, jedoch letztlich nicht ersetzen. Das heißt nicht, dass auf die vorhandenen Impulse zum ‚ethischen Investieren‘ verzichtet werden sollte. Doch sollten diese anders etikettiert werden, beispielsweise als „prinzipiengeleitetes Investment“⁴⁵ oder als *ethisch bewusstes Investieren*. (Analog ließe sich vom ethisch bewussten statt einfach vom ‚ethischen‘ Konsumieren sprechen.) Der Begriff soll das Bewusstsein dafür wach halten, dass der ethische Diskurs über die Lebensdienlichkeit des Wirtschaftens nicht durch Kriterienkataloge ersetzt bzw. geschlossen werden kann, sondern *offen* zu halten ist. Zugleich soll er das Bemühen von Anlegern und Fondsanbietern verdeutlichen, Anlageentscheidungen auf einer *möglichst geklärten ethischen Grundlage* zu treffen.

Natürlich ließe sich dies wiederum in – allerdings eher weiche, nicht so ohne weiteres messbare – Anlagekriterien fassen, etwa indem die Fondsverwaltung oder Bank einen *Ethik-Beirat* institutionell verankert, der den Diskurs der kritischen Öffentlichkeit gleichsam simuliert.⁴⁶ Auch ist an eher *prozedurale Kriterien* zu denken statt an mehr oder minder umfassende Kataloge von Einzelmaßnahmen. Hierzu zählt beispielsweise die unter dem Stichwort ‚Transparenz‘ thematisierte Bereitschaft einer Unternehmung, sich überhaupt in die eigenen ‚ethischen Karten‘ schauen zu lassen, also bereitwillig Auskunft über ihre ‚ethische Performance‘ zu geben.⁴⁷

Letztlich kommt es für die ‚ethische‘ Auszeichnung einer Firma auf die Einstellung und die Haltung der Unternehmung und ihres Managements an, nämlich auf ihre Bereitschaft, legitime Lösungen bei konfligierenden Ansprüchen zu finden – kurzum: auf ihre *Geschäftsintegrität*.⁴⁸ Vorbildliche Ethikfonds tragen

⁴⁴ Was die Kinderarbeit anbelangt, so wissen mittlerweile praktisch alle Label um diese Problematik und tragen ihr Rechnung. So hält „*Care & Fair – Teppichhandel gegen Kinderarbeit*“, ein Berufsverband des europäischen Teppichhandels, ausdrücklich fest: „Mit der Kaufzurückhaltung kann in bezug auf Kinderarbeit nichts erreicht werden. Ein Boykott schadet den Ärmsten der Armen noch mehr, und den Kindern wird damit erst recht nicht geholfen. Was diese Kinder brauchen ist eine Ausbildung, die sie später dazu befähigt, ihr Leben selbst zu meistern, ohne ausgebeutet zu werden.“

⁴⁵ Vgl. Ulrich, P./Jäger, U./Waxenberger B.: *Prinzipiengeleitetes Investment I. Kritische Analyse der gegenwärtigen Praxis bei ‚ethisch-ökologischen‘ Geldanlagen*, Berichte des Instituts für Wirtschaftsethik, Nr. 83, St. Gallen 1998, insbes. S. 10.

⁴⁶ Vgl. Waxenberger (2001: 18).

⁴⁷ So veröffentlicht der Wiener Börsenbrief Öko-Invest vierteljährlich eine „*Grau-grüne Liste*“ mit Firmen, die der Redaktion bislang die Auskunft verweigerten, was in der Branche generell als Warnsignal angesehen wird.

⁴⁸ Wir werden diesen Begriff in Abschnitt 8.2.2 systematisch einführen.

diesem Gesichtspunkt beispielsweise dadurch Rechnung, dass sie ihre Kunden (die Anleger) zur Wachsamkeit aufrufen – etwa durch Hinweis auf aktuelle „Greenwash“-Fälle⁴⁹ – und sie zur autonomen, kritischen Urteilsfindung ermuntern. Das ‚ethische‘ Rating von Firmen ist ein anspruchsvolles und für alle Beteiligten zeitaufwendiges Unterfangen.⁵⁰

Zum ethisch bewussten Investieren gehört zwingend das Bewusstsein der eigenen *Grenzen*.⁵¹ Zu den bislang erwähnten Grenzen und Relativierungen zählt auch – ähnlich wie beim ‚ethischen‘ oder besser ethisch bewussten Konsum – ein unvermeidbarer Mangel: Das ‚ethische‘ Investieren verschärft den ‚Ethik-Wettbewerb‘. Dies, so ließe sich sagen, ist ja gerade sein Sinn. Seine *Wirksamkeit* besteht ja gerade darin, ethisch höherwertige Firmen und ethisch reflektiertere Unternehmensleitungen zu unterstützen, so dass diese ihren Wettbewerbsvorteil vor den ethisch nachlässigeren oder gar gleichgültigen Firmen ausbauen können und diese damit unter Wettbewerbsdruck setzen; oder sie besteht unmittelbar darin, ethischen ‚Sündern‘ die finanzielle Unterstützung zu entziehen oder gar nicht erst zu gewähren. (Besonders hier ist natürlich eine kritische Masse notwendig, ansonsten springen die weniger ethisch bewussten Anleger in die – rentable – Lücke.)

Hierin lässt sich durchaus eine Form *wünschenswerten Strukturwandels* gleichsam von unten erblicken. Dieser ‚*Ethik-Wettbewerb*‘ führt aber, wie jeder Wettbewerb als ein Prozess „schöpferischer Zerstörung“ (Josef Schumpeter), auch zu Folge-, nämlich zu *Zumutbarkeitsproblemen*. *Beides* lässt sich eben nicht vereinbaren: die oft behauptete überdurchschnittliche Rentabilität der ‚ethischen‘ Firmen, die durch das wirtschaftsbürgerliche Engagement der ethisch bewussten Anleger mitbewirkt sein mag, einerseits, die Berücksichtigung der Legitimitätsfrage des damit unvermeidlich verbundenen Wettbewerbsdrucks (mit seinen Folgen in Form von Arbeitslosigkeit, Insolvenz oder verstärktem Unternehmertum) andererseits. Ein Negativ-Kriterium ‚unfairer Druck auf die Konkurrenz‘ sucht man dann auch vergebens in den einschlägigen ‚Ethikfonds‘-Broschüren.

⁴⁹ „Greenwash“ hat sich als Begriff für die beschönigende, wenn nicht wahrheitswidrige Selbstdarstellung von Firmen hinsichtlich ihres ökologischen und später auch sozialen Engagements eingebürgert. Vgl. die entsprechende Website von [Corporate Watch](#).

⁵⁰ Wer sich informieren will, dem stehen – neben den einschlägigen Publikationen – eine Vielzahl von Websites zur Verfügung, etwa das OEKO-Invest.de [Diskussionsforum](#). Er kann sich auch dem [Dachverband der Kritischen Aktionärinnen und Aktionäre](#) anschließen. Zu den einschlägigen Publikationen zählt der (stark auf ‚objektive‘ Kriterien setzende) Frankfurter-Hohenheimer Leitfaden (Hoffmann, J./Ott, K./Scherhorn, G. (Hrsg.): *Ethische Kriterien für die Bewertung von Unternehmen*, Frankfurt a.M. 1997) sowie das Handbuch für die ethisch-ökologische Geldanlage (Deml, M./Gelbrich, J./Prinz, K./Weber, J.: *Rendite ohne Reue*, Frankfurt 1996).

⁵¹ Als eine der wenigen Labels räumt die [gebana ag](#), eine schweizerische Gesellschaft im Bereich des Fair-Trade, dem (ethischen) *Zweifel* in ihrer Selbstdarstellung einen Platz ein. So heißt es in einer ihrer Broschüren (wenn vielleicht auch etwas gar skeptisch), in der sich die Firma übrigens ausdrücklich vom ‚Prinzip‘ der „Gewinnmaximierung“ abgrenzt, dass man sich „der Widersprüche allen wirtschaftlichen Handelns bewusst“ und stets bestrebt ist, „die negativen Auswirkungen dieser Widersprüche auf Mensch, Natur und Gesellschaft so gering wie möglich zu halten.“

6.5 Der Wirtschaftsbürger als Mitarbeiter

In den überwiegenden Fällen – außer im Falle von Rentiers, Transfereinkommensbeziehern oder ‚Ein-Mann-Unternehmen‘ – erwirtschaften die Wirtschaftsbürger ihr Einkommen in hierarchisch strukturierten, komplex arbeitsteiligen Organisationen. Wie schlägt sich nun ihre republikanische Verantwortung als Wirtschaftsbürger in ihrer Rolle als Mitarbeitende nieder, die auf der Basis eines Arbeitsvertrages angestellt und innerhalb der Organisation jeweils für eine mehr oder minder eng eingeschränkte Funktion oder Teilaufgabe zuständig sind. Nun, zunächst im Bewusstsein der *Spannung* zwischen der prinzipiell *unbegrenzten* ethischen *Bürgerverantwortung* für die gesamten Folgen ihres Tuns und der *begrenzten* funktionalen Teil- oder *Rollenverantwortung* innerhalb der arbeitsteiligen Organisation.

Die Bürgerverantwortung ist unteilbar. Republikanisch gesinnte Wirtschaftsbürger sollen und wollen – als „Organisationsbürger“⁵² – gegenüber ihrem Arbeitgeber im Rahmen ihrer vertraglich vereinbarten Aufgabe gewiss loyal sein. Wo hingegen die Gefahr besteht, dass durch die ‚blinde‘ innerbetriebliche Pflichterfüllung moralische Rechte anderer missachtet werden, kommt es gemäß dem republikanischen Prinzip darauf an, der umfassenderen Bürgerverantwortung vor der eingeschränkten Rollenverantwortung den *Vorrang* zu geben. Schließlich hat sich der Arbeitnehmer dem Arbeitgeber ja nicht ‚mit Haut und Haaren‘ verkauft, sondern stellt ihm im Rahmen eines seriösen Arbeitsvertrags nur seine Arbeitskraft für eine vertraglich abgegrenzte Leistung zur Verfügung; die daraus ableitbaren Weisungsbefugnisse des Arbeitgebers können daher ihrerseits nur begrenzt sein. Einspruch zu erheben gegen geschäftliche Aktivitäten, innerbetriebliche Vorgänge, geltende Richtlinien oder unmittelbare Weisungen von Vorgesetzten, die der Mitarbeiter als ethisch nicht vertretbar erachtet, ist von daher legitim, ja geboten, auch wenn es *Zivilcourage* verlangt. Der republikanisch gesinnte Wirtschaftsbürger wahrt sich grundsätzlich auch als Organisationsbürger seine moralische Autonomie und pflegt gegenüber der Organisation, für die er tätig ist, eine *kritische Loyalität*.

Nun kann aber aus dieser prinzipiellen republikanischen Haltung aufgrund der hierarchischen Abhängigkeit, in der sich jeder Mitarbeiter befindet, u.U. eine geradezu heroische Tugendüberforderung resultieren, gerät er doch leicht in ein persönliches Verantwortungsdilemma zwischen Bürger- und Rollenverantwortung. Besonders gravierend ist dieses für den Mitarbeiter,

⁵² Diesen Begriff verwenden Steinmann/Löhr (1994b: 60, 162 ff.) in Übersetzung des Begriffs des „Institution Citizen“ von Nielsen, R.P.: Arendt's Action Philosophy and the Manager as Eichmann, Richard III, Faust, or Institution Citizen, in: California Management Review, 1984, S. 191-201. Nielsen stützt sich seinerseits auf die klassisch-republikanischen Gedanken Hannah Arendts (1906-1975).

- wenn Vorgesetzte ihm *Weisungen* erteilen, mit deren Ausführung Handlungen oder auch Unterlassungen verbunden sind, die moralisch unrecht sind (z.B. wenn vom Mitarbeiter verlangt wird, an illegalen oder unlauteren Geschäftsaktivitäten mitzuwirken);
- wenn ihm von Vorgesetzten untersagt wird, *Informationen* über unverantwortliche Vorgänge in der Organisation, von denen er Kenntnis erlangt hat (z.B. Bestechungsvorfälle im Einkauf bzw. Verkauf oder ungerechte Behandlung einzelner Mitarbeiter), an übergeordnete Instanzen weiterzugeben; oder
- wenn der Mitarbeiter ohne Wissen seiner Vorgesetzten Kenntnis von verwerflichen oder zumindest moralisch fragwürdigen Vorgängen in der Organisation gewonnen hat und sich überlegt, ob er Stillschweigen bewahren oder aus persönlichem moralischem Engagement irgendeine *Initiative* ergreifen soll, damit diese Vorgänge ans Licht kommen und gestoppt werden können.

Spätestens in derartigen Situationen gerät der betroffene Mitarbeiter aufgrund seiner hierarchischen Abhängigkeit in ein heikles *Opportunismusproblem* zwischen der Stimme seines Gewissens einerseits und den organisatorischen Rollenerwartungen andererseits: ‚Blinde‘, gegenüber moralischen Aspekten unsensible Loyalität und ‚Pflichterfüllung‘ wird nach den innerbetrieblich geltenden Erfolgskriterien i.d.R. belohnt, während der ethisch bewusste Mitarbeiter, der der Stimme seines Gewissens folgt, gegebenenfalls mit negativen Sanktionen seitens vorgesetzter Instanzen rechnen muss, die von finanziellen Nachteilen über eine nicht vollzogene Beförderung bis zur Entlassung reichen können.

Hier tun *institutionelle Rückenstützen* für Organisationsbürger Not, die gewährleisten, dass von ihnen als ‚Preis‘ für ihr ethisch motiviertes Engagement nicht die heroische Verleugnung der eigenen legitimen Interessen gefordert ist, sondern nur zumutbare, „in kleiner Münze erhobene“ (Habermas) persönliche Nachteile entstehen. Geeignete Unterstützung kann im Prinzip von drei Seiten her geboten werden: (a) von einer kollegialen Vereinigung, (b) von der Organisation selbst oder (c) von der kritischen Öffentlichkeit, soweit diese die Institutionen des Rechtsstaats auf ihrer Seite hat.

Zu (a): Kollegiale Unterstützung von andern Organisationsmitgliedern oder Berufskollegen kann den Mut des kritisch-loyalen Organisationsbürgers ebenso wie seine Argumentationsposition entscheidend stärken: Gemeinsamkeit macht stark. Existiert in der Organisation ein *Betriebsrat* oder eine *Betriebskommission*, so kann dieser bzw. diese den von einem Verantwortungsdilemma betroffenen Mitarbeiter unterstützen, indem er (bzw. sie) sein Problem zum gemeinsamen Anliegen der repräsentierten Belegschaft oder sogar einer betriebsübergreifenden Arbeitnehmerorganisation (Gewerkschaft) macht. Vertreter qualifizierter Berufsgruppen sind allerdings eher selten organisiert; aber vielleicht sind sie Mitglieder einer *Berufsvereinigung*, die im günstigen Fall eine profes-

sionelle Standesethik in einem für die Mitglieder verbindlichen *Berufs- oder Standeskodex* niedergelegt hat. Mediziner, Ingenieure, Juristen, Treuhänder verfügen typischerweise über diese institutionalisierte Form der Selbstregelung einer Profession. Wenn nun der in einem Verantwortungsdilemma steckende *Professional* seinem Vorgesetzten oder der Geschäftsleitung glaubhaft machen kann, dass er im Falle der Ausführung einer problematischen Weisung eindeutig gegen den für ihn verbindlichen Standeskodex verstoßen würde, so dürfte das in der Regel beim Arbeitgeber einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen. Führt das noch immer nicht zur organisationsinternen Bereinigung des Problems, so bleibt dem Betroffenen die Möglichkeit, seine Standesorganisation einzuschalten und um direkte Intervention bei der Geschäftsleitung zu ersuchen.

Besonders wünschbar wäre es, dass als Konsequenz und Ausdruck der fortschreitenden *Professionalisierung des Managements*⁵³ auch die Führungskräfte der Wirtschaft vermehrt Berufsvereinigungen mit professionellem Standesethos, einem dementsprechenden verbindlichen Standeskodex und eigenen Schiedsgerichten zu dessen standesinterner Durchsetzung gründen würden. Da zu jeder wahrhaft *professionellen Ethik* die Selbstverpflichtung der Berufsgruppe auf den Dienst für das Gemeinwohl (statt nur für Sonderinteressen) gehört, würden die sich daran orientierenden Führungskräfte der Wirtschaft den republikanischen Grundsatz der kritischen Loyalität in besonders wirksamer Weise zur autonomen Grundlage ihrer Führungstätigkeit machen.

Zu (b): Ein Management, das selbst eine republikanisch-ethische Grundhaltung vertritt, wird eine wichtige Aufgabe darin erkennen, die falschen, opportunistumfördernden Anreize ‚organisierter innerbetrieblicher Unverantwortlichkeit‘⁵⁴ zu beseitigen oder gar nicht erst aufkommen zu lassen, indem es eine organisations- und führungsethisch durchdachte Gesamtkonzeption ‚organisierter Verantwortlichkeit‘⁵⁵ umsetzt. Eine solche Konzeption wird zum einen klar definierte und gewährleistete *Organisationsbürgerrechte* zur kritischen Meinungsäußerung und zum anderen geeignete, sanktionsfrei benutzbare *Kommunikationskanäle* umfassen, die dem Mitarbeiter die faire Chance geben, trotz seiner hierarchischen Abhängigkeit als mündiger Organisationsbürger zu seiner ethischen Urteilskraft zu stehen und an klar definierten ‚Sollbruchstellen des Nein-sagen-Könnens‘⁵⁶ nötigenfalls gegen moralisch unzumutbare oder fragwürdige Vorgänge Einspruch erheben zu können.

⁵³ Vgl. die kurze Übersicht über Gründe und Bedeutung der Professionalisierung des Managements in Ulrich, P./Fluri, E.: *Management. Eine konzentrierte Einführung*, 7. Aufl., Bern/Stuttgart/Wien 1995, S. 13 f. Vgl. zu den systematischen Kriterien vollständiger Professionalisierung Hill, W./Fehlbaum, R./Ulrich, P.: *Organisationslehre*, Bd. 1: Ziele, Instrumente und Bedingungen der Organisation sozialer Systeme, 5. Aufl., Bern/Stuttgart/Wien 1994, S. 357 ff.

⁵⁴ In Anlehnung an den Untertitel von Beck, U.: *Gegengifte. Die organisierte Unverantwortlichkeit*, Frankfurt 1988.

⁵⁵ Tuleja, T.: *Ethik und Unternnehmensführung*, Landsberg/Lech 1987, S. 263.

⁵⁶ Habermas, J.: *Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaates*, Frankfurt a.M. 1992, S. 394.

Zu (c): Erst wenn der Organisationsbürger die unter (a) und (b) skizzierten Unterstützungsmöglichkeiten vergeblich ausgeschöpft hat und die oberste Leitung der Organisation ein erhebliches moralisches Problem weiterhin negiert oder missachtet, wird er sich in gravierenden Fällen, vor allem wenn es um die Wahrung übergeordneter öffentlicher Interessen der *Res publica* geht, moralisch berechtigt und vielleicht auch verpflichtet fühlen, den letzten verbleibenden Ausweg zu wählen, nämlich das Problem in die kritische Öffentlichkeit zu tragen und dort durch das ‚Verpfeifen‘ des Unternehmens (*Whistle-blowing*) Alarm zu schlagen, so dass schließlich von außen her öffentlicher ‚Legitimationsdruck‘ auf die Organisation erzeugt wird.⁵⁷

⁵⁷ Vgl. De George, R.T.: Whistle-blowing, in: Enderle, G./u.a. (Hrsg.), Lexikon für Wirtschaftsethik, Freiburg i.Br./Basel/Wien 1993, Sp. 1275-1278 (1993b); Leisinger, K.: Whistleblowing und Corporate Reputation Management, Mering 2003.

6.6 Multiple-Choice Fragen zu Kapitel 6

A) Warum bedarf es der Institutionenethik?

1	Eine Institutionenethik ist notwendig, um ethische Regeln auch gegen Widerstand bei den Betroffenen durchzusetzen
2	In komplexen Gesellschaften bedarf es der Institutionenethik bzw. der Rechtsverbindlichkeit, damit der Ehrliche nicht der Dumme ist
3	Das Zumutbarkeitsproblem ist letztlich nur institutionenethisch auflösbar

B) Warum kann auch die Institutionenethik nicht auf Individualethik verzichten?

1	Weil ein Verzicht letztlich auf die metaphysische Position einer Ethik ohne Moral hinausläufe
2	Weil die Institutionenethik ohne ein individual-ethisches Engagement der Betroffenen kaum Realisierungschancen hätte
3	Weil ohne ein individualethisches Engagement der Bürger gar nicht definiert werden könnte, welches Verhalten institutionenethisch sanktioniert werden soll

C) Sozialpsychologische Untersuchungen zeigen, dass die Bildung der Identität und Persönlichkeit des Einzelnen ein sozialer, kulturspezifischer Prozess ist. Was folgt hieraus normativ?

1	Hieraus ergibt sich die Verpflichtung, die moralischen Normen einer Gesellschaft, in der man aufgewachsen ist, zu achten
2	Aus der sozialen Konstitution der personalen Identität lassen sich keine Konformitätsnormen ableiten
3	Dieses Faktum widerlegt die These vom ethisch-politischen Vorrang der allgemeinen Bürgerrechte und der korrespondierenden Bürgerpflichten vor bestimmten kulturspezifischen Werthaltungen und Entwürfen des guten Lebens

D) Welchen ethischen Gehalt hat das Konzept der negativen Freiheit?

1	Es korrespondiert mit dem Konzept der negativen Gerechtigkeit
2	Es entspricht dem politisch-ethischen Selbstverständnis des Citoyen, d.h. des Besitzbürgers, aus dessen Sicht die Aufgabe des Rechtsstaates vorrangig darin besteht, Eingriffe in sein Eigentum abzuwehren
3	Es entspricht dem politisch-ethischen Selbstverständnis des Bourgeois

E) Wer sorgt im republikanischen Liberalismus vorrangig für die gute Ordnung der Gesellschaft?

1	Der Marktmechanismus.
2	Die Bürger unmittelbar ‚vor Ort‘, sei es als Konsumenten, Mitarbeiter, Aktionäre usw.
3	Die Bürger, indem sie Mitverantwortung übernehmen für eine gerechte Rahmenordnung

F) Warum kann das Subsidiaritätsprinzip einen ideologischen Charakter haben?

1	Weil es der Eigenverantwortung der Bürger ‚vor Ort‘ zu wenig Beachtung schenkt
2	Weil es die Sachzwangverstrickungen der Bürger (und Unternehmen) ‚vor Ort‘ verkennt und damit zu Tugendüberforderungen führen kann
3	Es kann einen ideologischen Charakter haben, wenn es ohne institutionelle Rückenstützen für die Bürgerverantwortung ‚vor Ort‘ auszukommen meint

G) Was besagt wohlverstandenerweise das „Prinzip der Publizität“ (Kant)?

1	Es besagt, dass man sich in Fragen, die öffentlich relevant sind, um die öffentliche Rechtfertigungsfähigkeit des eigenen Handelns bemühen sollte
2	Es besagt, dass öffentlich geäußerte Ansichten, die auf Unmut stoßen, also beispielsweise den ‚TV-Test‘ nicht bestehen, unrecht sind
3	Es besagt, dass ethische Rechtfertigungen letztlich eine öffentliche Angelegenheit sind

H) Was sind die Grenzen des Konsums als ‚Ort‘ der Moral des Wirtschaftens?

1	Sie liegen unter anderem in der Unmündigkeit der Konsumenten
2	Sie liegen unter anderem in der mangelnden Verbindlichkeit der Konsumentenscheidungen, die jeder für sich, also privat trifft, für die ‚Mitkonsumenten‘
3	Sie liegen unter anderem darin, dass hier nicht unbedingt der Zwang des besseren Arguments, sondern der Zwang des Kaufkraftenzugs ausschlaggebend ist

I) Welche wirtschaftsethischen Schlussfolgerungen können aus der nur begrenzten ethischen Steuerungskraft des Konsums gezogen werden?

1	Der ethisch bewusste Konsum ist durch institutionelle Rückenstützen zu stärken
2	Man sollte verstärkt auf die Selbstheilungskräfte des Marktes setzen
3	Der ethisch bewusste Konsum ist zugunsten institutionenethischer Ansatzpunkte zurückzudrängen

J) ‚Ethische Anlagen weisen im Durchschnitt eine höhere Rendite auf als herkömmliche Anlagen.‘ Was ist von dieser Aussage zu halten?

1	Sie verkennt, dass sich ‚Ethik‘ gar nicht auszahlen kann. Es handelt sich also um einen Etikettenschwindel
2	Sie suggeriert, dass sich die ethische Qualität einer Kapitalanlage bzw. letztlich der Politik einer Unternehmung genauso wie ihre Rentabilität objektiv messen lasse
3	Da Ethik kontrovers ist, sollte man statt von ‚ethischen‘ von ‚ethisch bewussten Kapitalanlageentscheidungen‘ bzw. ‚prinzipiengeleiteten Kapitalanlagen‘ sprechen

K) Was zeichnet prinzipiengeleitete Kapitalanlagen aus?

1	Sie zeichnen sich durch die Wahrung ethischer Grundsätze vor Renditeüberlegungen aus
	Sie versuchen durch möglichst detaillierte, von ausgewiesenen Experten geprüfte Ethikkriterien das Vertrauen der Anleger zu gewinnen
3	Sie versuchen dem ethischen Gesichtspunkt durch prozedurale Kriterien möglichst nahe zu kommen

L) Worin besteht die Grundidee der kritischen Loyalität der Mitarbeiter gegenüber ihrem Arbeitgeber?

1	Sie besteht darin, der vertraglichen Verpflichtung gegenüber dem Arbeitgeber ein Korrektiv zur Seite zu stellen, ohne den Vorrang der Rollenverantwortung vor der ‚betriebsfremden‘ (Weber) Zivilcourage zu verletzen
2	Sie besteht darin, sowohl der funktionsbezogenen Rollenverantwortung des Mitarbeiters als auch seiner nicht einschränkbaren Bürgerverantwortung gerecht zu werden
3	Sie besteht darin, den Arbeitnehmer vor Kritik des Vorgesetzten zu schützen

M) Wie ist das Opportunismusproblem, in das der Mitarbeiter als Organisationsbürger geraten kann, zu entschärfen?

1	Indem der Mitarbeiter ethisch fragwürdige innerbetriebliche Vorgänge, von denen er Kenntnis hat, möglichst rasch publik macht („Publizitätsprinzip“)
2	Unter anderem dadurch, dass er sich einer professionellen Berufsvereinigung anschließt, die einen Standeskodex ausgebildet hat
3	Unter anderem dadurch, dass die Unternehmensleitung innerbetriebliche Organisationsbürgerrechte festlegt, die ein für die Mitarbeiter sanktionsfreies Thematisieren ethisch fragwürdiger Praktiken erlauben

6.7 Fallstudie zu Kapitel 6

Der Absturz der Challenger

Am 28. Januar 1986 startete der Raumgleiter „Challenger“ vom Typ „Space-Shuttle“ zu einem bemannten Flug ins All. Kurz nach dem Start ereignete sich eine Explosion, die den Raumgleiter zerbarsten ließ und alle sieben Besatzungsmitglieder in den Tod riss.

Was hat dieses Ereignis mit Wirtschaftsbürgerethik zu tun? Handelt es sich dabei nicht um eine tragische Katastrophe eher technischer Art? Haben die beteiligten Firmen, Organisationen und Ingenieure, sowohl aus Gründen ihres professionellen Ethos wie ihres ökonomischen Interesses an einem reibungslosen Verlauf des Raumflugs, nicht alles daran gesetzt, Unfälle dieser Art zu vermeiden? Über die genaueren Umstände und dazu, dass es sich nicht ganz so verhalten hat, wie aus der Sicht eines Unbeteiligten wohl zunächst zu vermuten wäre, gibt der folgende Artikel aus *The Scientist* aus dem Jahre 1990 Auskunft.

“PHOENIX – When the shuttle Challenger blew up, the explosion lit a fuse in Roger Boisjoly’s conscience. A structural engineer for Morton Thiokol Inc., the firm that later bore blame for the disaster, Boisjoly had argued against the launch the night before and, like the rest of the nation, watched in horror when the shuttle blew up. ‘I left the room and went directly to my office where I remained in shock the rest of the day,’ he recalls about that terrible morning four years ago this week.

During the next eight months, Boisjoly would become both a national hero and a professional pariah. Although widely lauded for his courage in alerting the National Aeronautics and Space Administration and his company to the dangers in the design of the space vehicle’s booster rockets and for his frank testimony to a presidential commission investigating the accident, he has paid a terrible personal price for his actions. He was ostracized by most of the 1,600 residents of Willard, Utah, where Morton Thiokol is based and where, just three years earlier, he had served as mayor. And his life at Morton Thiokol, which made the faulty booster rockets, became unbearable.

‘He acted to protect the public interest at a significant cost to his health and professional well-being,’ says Mark Frankel, head of the scientific freedom and responsibility program at the American Association for the Advancement of Science, which gave Boisjoly its annual award in 1988. ‘He made every effort to act responsibly, and for that he has paid a high price.’ (...)

Over these past four years Boisjoly has wrestled daily with an issue that all scientists fear but few have to face: When does one speak out? And at what price to one’s career? And to one’s company? As an engineer, Boisjoly might put it in more technical terms: How does one determine the appropriate risk of one’s actions?

Not surprisingly, his former employer does not share Boisjoly's eagerness to discuss his actions and their meaning. A spokesman for Morton Thiokol declined to comment on any matter relating to Boisjoly, saying that the subject is closed. (...) ⁵⁸

Boisjoly, now 51, had no idea he would ever play such a role when he went to work for Morton Thiokol in 1980 as a structural engineer. His job then was to analyze the cases that enclosed the space shuttle's solid rocket boosters. He used data from past flights to generate flight-readiness updates for NAA, and eventually became a technical trouble-shooter for the company.

In late 1985, he became one of five engineers in charge of redesigning the seals and joints on the booster rockets. He became increasingly concerned about the ability of the seals to work properly at extreme temperatures. Although he passed his worries along to his managers, the problems were never given a high priority.

On the night before the January 1986 launch, Florida experienced a statewide cold snap. The weather prompted a teleconference between NASA and Morton Thiokol that ended, despite the engineers' objections, in a decision to go ahead with the launch. Boisjoly's subsequent testimony to a presidential commission and later to Congress helped government investigators learn about the process that contributed to the tragedy. He and two other engineers helped interpret the technical data for the committees and were more willing than Morton Thiokol to provide details of the events leading up to the launch. (...) ⁵⁹

Szenenwechsel:

„All of the engineers and managers involved with Morton Thiokol's booster rocket project had gathered in the teleconferencing room. NASA was counting down for a launch the next day. It was polling all of the subcontractors according to its usual pre-launch ‚Go/No Go‘ procedure. Robert Lund (Morton Thiokol Vice President engineering, A.d.V.) had stated the recommendation of his engineers that it was not safe for the space shuttle to launch the next day. It was not clear whether the o-rings would retain their ability to contain the hot exhaust gases of the rocket booster when the temperatures dropped as low as they were predicted to the next day.

Roger Boisjoly had been researching the problem known as ‚Hot gas blow-by‘ for several years now. There had been evidence of the failure of some of the o-rings on rocket boosters from previous shuttle launches. These had not been disastrous because the back-up o-ring had not failed. But, Roger Boisjoly was worried. There seemed to be an alarming trend between the temperature at the time of launch and the amount of blow-by experienced. The o-rings were made of an elastomeric substance (e.g. rubber) that behaved just as all elastomeric substances do: After being deformed in cold temperatures, they took longer to regain their natural shape than

⁵⁸ A.d.V.: Auf der Homepage der Firma [Thiokol Propulsion](#) (ehemals Morton Thiokol Inc.) finden sich keine Angaben zu der Beteiligung der Firma an dem „[Challenger incident](#)“.

⁵⁹ Pennisi, E.: [Challenger's Whistle-Blower: Hero And Outcast](#), in: The Scientist, 20. Januar 1990.

they normally would. This fact is known by every child who has ever frozen a tennis ball or racquetball. The ball does not bounce when it is frozen, since they cannot resume their shape fast enough to provide the energy for a rebounding effect. The o-rings had shown decreasing performance with the decrease in temperature. The coldest launch, 53°F (11.67°C), had the worst blow-by in the booster joints that were protected by the o-rings. Roger Boisjoly was worried because the temperature at the launch tomorrow had been forecasted to be 26°F (-3.33°C). He was sure that there would be a great catastrophe tomorrow, if the shuttle was launched.

Robert Lund had been convinced by Roger Boisjoly's arguments and had recommended against launch. NASA officials questioned the data, since it seemed incomplete. Morton Thiokol officials asked for a temporary suspension of the teleconference to allow the 'engineers to reassess their recommendation.' NASA would not launch without the approval from all of the subcontractors, and Morton Thiokol's recommendation had effectively scrubbed the launch at that point.

Jerald Mason, the Senior Vice President present, knew that NASA needed a successful flight. He also knew that Morton Thiokol's contract was up for renewal. The 'No Go' recommendation would not help their prospects at winning the new contract. He had seen Roger Boisjoly's presentation of the o-ring data and he thought it seemed inconclusive. There were no data points below 53°F (11.67°C) and thus the trend of the blow-by with temperature might not hold up as the temperature dropped further than the data points. He turned to Robert Lund, the engineering manager, and said, 'Take off your engineering hat and put on your management hat.'⁶⁰ The recommendation was quickly reversed, and the teleconference was resumed. The managers at Morton Thiokol told NASA that after further consideration their recommendation was to launch. (...)⁶¹

"Following the disaster, Boisjoly stayed on at Morton Thiokol as a senior engineer involved in redesigning the faulty seals. But he says he was not allowed to interact with NASA, nor was he given much responsibility by his superiors. 'Instead,' he recalls, 'they put me through hell on a day-to-day basis.' He became sick and depressed, a condition that doctors diagnosed as posttraumatic stress disorder. In June 1986, after testifying before Congress, he stopped going to work and went on extended sick leave. In January 1987 he began receiving long-term disability pay, collecting 60% of his salary until the benefits ran out in January 1989. (...)"⁶²

⁶⁰ Harris, C.E./Pritchard, M./Rabins, M.: Engineering Ethics. Concepts and Cases, Detroit 1995 (originally excerpted from the Rogers Commission).

⁶¹ The Ethics Center: Engineering Case 1: [The Challenger Incident](#).

⁶² Pennisi, E.: [Challenger's Whistle-Blower: Hero And Outcast](#), in: The Scientist, 20. Januar 1990.

Weitergehende Internet-Quellen:

- The Online Ethics Center For Engineering & Science: [Roger Boisjoly on the Challenger Disaster](#).
- Undergraduate Engineering Review, Fall 1997: [The Challenger Accident](#).
- [Report of the Presidential Commission on the Space Shuttle Challenger Accident](#).
- Vgl. auch Steinmann/Löhr (1994: 23 ff.).

Fragen

1. Worin bestand das Opportunismusproblem, in dem sich Boisjoly befand?
2. Wo lässt sich die ‚organisierte Unverantwortlichkeit‘ im Zusammenhang des Unfalls verorten? M.a.W., wie ist der Unfall zu erklären?
3. Skizzieren Sie knapp Möglichkeiten, wie Katastrophen dieser Art durch die Verzahnung von individual- und institutionenethischen Maßnahmen bzw. Ansatzpunkten verhindert werden können.

7. Ordnungsethik

7.1 Ziele und Zweck

Wir haben bislang den Markt als Ort, an dem sich eigeninteressiert handelnde Individuen zu wechselseitig vorteilhaften Tauschgeschäften zusammenfinden, sowie als systemischen Prozess kennengelernt.⁶³ Jenseits eines metaphysischen Harmoniegläubens an die ‚wunderbaren‘, dem ‚Gemeinwohl‘ dienlichen Wirkungen der „unsichtbaren Hand“ (A. Smith) des Marktes⁶⁴ stellt sich die Frage, welche in die *Ordnung* des Marktmechanismus einzubetten ist, welcher *Rahmen* dem Markt zu setzen ist. Eine *lebensdienliche* Marktwirtschaft bedarf einer ethisch durchdachten *Grundlage*.

Nun ließe sich einwenden: Ist dies nicht, angesichts des *systemischen*, ‚sachzwanghaften‘ Charakters ein von vornherein aussichtsloses Unterfangen? Den Markt, so lautet der Einwand, müsse man nehmen wie er ist. Möglicherweise könne man ihn begrenzen, aber ihn auf eine ethische Grundlage stellen bzw. ihn selbst ethisch zu *konstituieren*, dies funktioniere nicht. Schließlich sei der Markt keine beliebig formbare Masse, sondern eine (*vor-*) *bestimmte* wirtschaftliche Ordnung.⁶⁵ Und über die freiheits- und wohlstandsbeschränkenden Alternativen hat uns ja das zwanzigste Jahrhundert zur Genüge aufgeklärt. Take it, or leave it – so könne daher die Devise nur lauten.

Diese Argumentation verkennt den Unterschied zwischen *dem Markt* und *einer Marktwirtschaft*. Marktwirtschaft, verstanden als *institutionalisierte* Form komplex-arbeitsteiligen Wirtschaftens, ist stets mehr als nur der Markt bzw. der Marktmechanismus. Es gibt darum nicht *die* Marktwirtschaft, denn die Marktkoordination allein spezifiziert eine Wirtschaftsordnung noch keineswegs in hinreichender Weise. Die Begründung einer bestimmten *Ordnung* der Marktwirtschaft besteht in der Einbettung des Marktes in eine Gesamtkonzeption marktlicher und nicht-marktlicher Elemente der Koordination aller sozialen Interaktionen in einer Gesellschaft. Die Bestimmung einer solchen Konzeption, d.h. des jeweils als lebensdienlich zu beurteilenden Mischungsverhältnisses zwischen marktlichen und nicht-marktlichen Elementen, ist Aufgabe der *Ordnungspolitik*. Aufgabe der *Ordnungsethik* ist die Klärung der damit verbundenen Orientierungsprobleme.

⁶³ Vgl. Abschnitt 3.3.1.

⁶⁴ Vgl. Abschnitt 4.3.

⁶⁵ Vgl. zu dieser Sicht etwa Wilhelm Rieger (Einführung in die Privatwirtschaftslehre, Erlangen 1929, S. 1): „Die Wirtschaftsformen, unter denen die Menschheit heute lebt, sind nicht als das Ergebnis eines zielstrebigem Wollens, als die Verwirklichung eines innerlich geschauten Planes, eines von überlegener Einsicht eingegebenen Programms anzusehen. Sie sind über uns gekommen, ohne dass man ganz genau zu sagen wüsste wie.“

Für die ordnungsethische Problemstellung ist die folgende, doppelte Prämisse konstitutiv:

- Einerseits ist eine moderne, komplex arbeitsteilig organisierte Wirtschaft aus Gründen ihrer Koordinationskapazität und Effizienz auf wesentliche Elemente marktwirtschaftlicher Systemsteuerung angewiesen (*funktionale Prämisse*).⁶⁶ ‚Effizienz für wen?‘ – das bleibt natürlich die Frage. Darum muss
- andererseits das Wirtschaftssystem aus Gründen seiner Lebensdienlichkeit der ethisch-politischen *Sozialintegration* einer wohlgeordneten Gesellschaft prinzipiell untergeordnet bleiben; es soll dieser gegenüber also immer nur den Charakter eines *Subsystems* aufweisen (*normative Prämisse*).

Damit ist bereits das *Primat der Politik vor der Logik des Marktes* im Grundsatz formuliert. Dessen Begründung ist im Übrigen – ebenso wie die Begründung einer Vernunftethik – eine Frage der *Logik*. Sobald man nur schon den Funktionsmechanismus des Marktes *thematisiert* – ob man ihn dabei in Bausch und Bogen zu legitimieren versucht oder nicht, spielt keine Rolle –, hat man eine *In-stanz* anerkannt, die dem Markt *vorgeordnet* ist, nämlich die *Gemeinschaft der Argumentierenden*, in der nicht etwa, wie auf dem Markt, das ‚beste‘ Angebot und der günstigste Preis, sondern der „eigentümlich zwanglose Zwang des besseren Arguments“ (J. Habermas) herrschen soll. An diese unbegrenzte Argumentationsgemeinschaft wendet man sich – behauptend, fragend – als *Beurteilungsin-stanz*. Es wäre sinnlos dies zu tun, wenn man schon wüsste, dass man hundertprozentig im Recht ist. Auch der strengste Verteidiger des Marktprinzips und eines ‚*Laissez-Faire*‘ hat diese Instanz, d.h. das *Primat der Ethik*, implizit anerkannt – sonst hätte er ja gar nichts zu verteidigen. Er hat also auch eine dem Markt übergeordnete *Gestaltungsin-stanz* anerkannt. Diese Instanz nennen wir *Politik*.

Damit ist bereits eine wichtige Weichenstellung für die Klärung der ordnungspolitischen Grundfrage gegeben. Diese Grundfrage hat zwei Dimensionen:

- Auf der einen Seite stellt sich die Aufgabe, in deliberativer (d.h. beratender) Politik zu klären, unter welchen Voraussetzungen die Marktsteuerung als gesellschaftliches Koordinationsverfahren zugelassen werden soll. Es geht hier um die *Einbindung* der Marktkräfte in die ethisch-politischen Grundsätze und Spielregeln einer *wohlgeordneten Gesellschaft*. Leitende Gesichtspunkte sind dabei die Legitimität (*deontologisch-ethischer* Aspekt) so-

⁶⁶ Aus diesem Grund werden Ordnungsmodelle, die ganz ohne Marktsteuerung auskommen wollen und stattdessen das der kleinen Lebensgemeinschaft entstammende Muster einer Haushaltsökonomie (oikos) auf ganze Volkswirtschaften zu übertragen versuchen, namentlich in Form von Varianten einer Zentralverwaltungswirtschaft, im Weiteren nicht in Betracht gezogen. Zu einer Erklärung (und zur Problematik) des Wohlstand ermöglichenden wirtschaftlichen *Wachstums*, das nur die Marktsteuerung erzeugt, vgl. oben Abschnitt 3.3.2.

wie die Sinnhaftigkeit der Marktwirtschaft für menschliche Zwecke (teleologisch-ethischer Aspekt) – kurzum: ihre *Lebensdienlichkeit*.

Ordnungspolitik ist in dieser Hinsicht *Vitalpolitik*, wie Alexander Rüstow, einer der Vordenker des Ordoliberalismus, sie nannte.⁶⁷ Konsequenterweise ist eine in diesem Sinn ‚vitale‘⁶⁸ Marktwirtschaft stets instrumentell zu verstehen: Es geht um die *Marktlenkung* nach ethischen Gesichtspunkten der Human-, Sozial- und Umweltverträglichkeit. Dort, wo Marktlösungen als solche nicht „das menschenwürdige Leben fördern“,⁶⁹ sondern ihm im Wege stehen, ist eine politische *Marktbegrenzung* angezeigt.

- Auf der anderen Seite geht es darum, dort, wo gemäß den vitalpolitischen Grundsatzentscheidungen Markt herrschen soll, die institutionellen Voraussetzungen für einen *funktionsfähigen und wirksamen Wettbewerb* zu schaffen. Es gilt diesen dann auch gegenüber Wirtschaftssubjekten durchzusetzen, die sich seinem rauen Wind lieber entziehen möchten, vorausgesetzt dieser ‚monopolistische‘ Entzug vom Druck des Wettbewerbs lässt sich nicht selbst wiederum vitalpolitisch rechtfertigen.

Ordnungspolitik ist in dieser Hinsicht *Wettbewerbspolitik*: Leitender Gesichtspunkt ist hier nicht die Marktbegrenzung unter lebensweltlichen Kriterien, sondern im Gegenteil die *Marktdurchsetzung* (Marktöffnung und Wettbewerbserhaltung), um nach vitalpolitischer Maßgabe die Effizienzfunktion des Wettbewerbs zur Wirkung zu bringen und den systemischen Prozess der „*schöpferischen Zerstörung*“ spielen zu lassen. Dieser soll in unpersönlicher Weise die Leistungsbereitschaft aller Marktteilnehmer fördern.

Aufgabe der Ordnungspolitik ist es zwischen diesen durchaus spannungsreichen Teilaufgaben zu *vermitteln* und ihr ‚Mischungsverhältnis‘ im Hinblick auf eine insgesamt lebensdienliche Marktwirtschaft zu bestimmen. Wie dieses ‚Mischungsverhältnis‘ konkret zu bestimmen ist, dazu bestehen durchaus divergierende Auffassungen, die sich in verschiedenen ordnungspolitischen Konzeptionen und Schulen niederschlagen. Der systematischen Darlegung dreier ordnungspolitischer Entwürfe, des Paläo-, Neo- und Ordoliberalismus, möchten wir uns im Folgenden Abschnitt zuwenden (7.2). Daran anschließend sollen die

⁶⁷ Vgl. Rüstow, A.: Wirtschaftsethische Probleme der sozialen Marktwirtschaft, in: Boarman, P.M. (Hrsg.), *Der Christ und die soziale Marktwirtschaft*, Stuttgart/Köln 1955, S. 53-74, S. 74: „Vitalpolitik“ ziehe „alle Faktoren in Betracht ..., von denen in Wirklichkeit Glück, Wohlbefinden und Zufriedenheit des Menschen abhängen.“

⁶⁸ Röpke spricht von der „moralisch-vitalen Frage“. Vgl. Röpke, W.: *Die Lehre von der Wirtschaft*, 13. Aufl., Bern/Stuttgart 1994 (1. Aufl. 1937), S. 331.

⁶⁹ „Vital ist dasjenige, was die ‚vita humana‘, was das menschliche Leben, das menschenwürdige Leben fördert.“ So Rüstow, A.: *Paläoliberalismus, Kommunismus und Neoliberalismus*, in: Greiss, F./Meyer, F.W. (Hrsg.), *Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur. Festgabe für Alfred Müller-Armack*, Berlin 1961, S. 61-70, S. 68.

Aufgaben einer der ordoliberalen Schule nahestehenden, deren Schwächen jedoch vermeidenden *deliberativen Ordnungspolitik* skizziert werden (7.3)

7.2 Drei ordnungspolitische Konzeptionen der Verhältnisbestimmung von Politik und Markt: Paläo-, Neo- und Ordoliberalismus

Jede ordnungspolitische Konzeption lässt sich durch zwei Dimensionen bestimmen.

- Zum einen muss sie die Frage beantworten, wie gewährleistet werden kann, dass der Marktmechanismus den Ansprüchen einer irgendwie ‚guten‘ gesellschaftlichen Ordnung genügt. Dies ist die Frage nach der *Harmonisierungs- oder Gestaltungsinstanz*, die definiert, was eine ‚gute‘ Ordnung ist und diese Ordnung errichtet. Hier interessiert vor allem, ob das Primat der Politik eingehalten wird oder nicht. Diese Dimension ist für die Unterscheidung zwischen *Paläo-* und *Neoliberalismus* grundlegend.
- Zum anderen lassen sich verschiedene ordnungspolitische Entwürfe, soweit sie das Primat der Politik anerkennen, danach unterscheiden, worin sie das zentrale *Gestaltungskriterium* erblicken bzw. was sie unter einer ‚guten‘ marktlichen Ordnung verstehen. Diese Dimension bestimmt die Trennungslinie zwischen *Neo-* und *Ordoliberalismus*.

Was zeichnet nun diese drei Konzeptionen aus? Worin bestehen ihre Unterschiede genau? Und welche dieser drei Konzeptionen lässt sich als normativ richtungsweisend auszeichnen?

	Harmonisierungsinstanz	Gestaltungskriterium
Paläoliberalismus	Markt/Wettbewerb	Markt/Wettbewerb
Neoliberalismus	Politik	„Marktkonformität“
Ordoliberalismus	Politik	„Vitalkonformität“

Abbildung 5: Systematische Trennlinien zwischen Paläo-, Neo- und Ordoliberalismus

Bei der im Folgenden vorzustellenden Systematik handelt es sich um eine idealtypische Darlegung. Ein *Idealtypus* ist nach Max Weber die „gedankliche Steigerung“ eines sinnhaften Zusammenhangs unter bestimmten, erkenntnisleitenden Gesichtspunkten bzw. „Erkenntnisinteressen“ zu einem in sich ge-

schlossenen, „widerspruchslosen Gedankengebilde“.⁷⁰ Die dargelegten ordnungspolitischen Konzeptionen (Paläo-, Neo-, und Ordoliberalismus) entsprechen also nicht unbedingt den üblichen Fremd- oder Selbstzuschreibungen dieser Positionen, die schließlich auch interpretationsbedürftig sind und nicht einheitlich bestimmt werden. So kann es beispielsweise vorkommen, dass eine Position, die sich selbst als ‚ordoliberal‘ versteht, in bestimmter Hinsicht systematisch dem Neoliberalismus zuzuordnen ist. Entscheidend ist auch hier die *Orientierungskraft* möglichst klarer, systematisch entwickelter begrifflicher Zuweisungen.

7.2.1 Paläoliberalismus – das Urvertrauen in den Markt

Der Begriff ‚Paläoliberalismus‘ wurde in kritischer Absicht und im Bestreben der Abgrenzung der eigenen Position von dem Ordoliberalen Alexander Rüstow geprägt.⁷¹ Die Denkweise des Paläo- oder ‚Steinzeitliberalismus‘ haben wir in ihren Grundzügen bereits in Abschnitt 4.3, aber auch 4.2 kennengelernt. Er glaubt, dass die gute Ordnung des Marktes *durch diesen selbst* gewährleistet wird. Im metaphysischen Vertrauen auf die ‚gemeinwohlfördernde‘ Wirkung der „unsichtbaren Hand“ des Marktes lautet seine Botschaft: *Laissez faire! Laissez passer!* Die *Harmonisierungsinstanz* ist hier also der Markt bzw. der Wettbewerb. Die Frage nach dem Gestaltungskriterium erübrigt sich. Im Endeffekt besteht in diesem Verständnis die ‚gute‘ gesellschaftliche Ordnung (einschließlich der Wirtschaft) in einer *totalen Marktgesellschaft*, in der alle Beziehungen als wechselseitig vorteilhafte Tauschbeziehungen zu begreifen sind. Die Politik kann da eigentlich nur stören.

Nun könnte man annehmen, dass diese ordnungspolitische Denkrichtung, die sich auf die Botschaft beschränkt, Ordnungspolitik – oder Politik überhaupt – als überflüssig oder gar schädlich hinzustellen, doch wohl als reichlich weltfremd zu betrachten ist und heute von niemandem mehr vertreten wird. Denn ein ‚funktionierender‘ Markt setzt ja offenbar die rechtsstaatliche Sicherung der Eigentumsrechte, ohne die die Marktteilnehmer nichts zu tauschen hätten, ebenso voraus wie die Sicherung des Wettbewerbs vor seiner Selbstzerstörung durch ‚Monopole‘ und ‚Kartelle‘.

Die Annahme, dass darum das paläolibereale Denken nicht mehr vorzufinden sei, ist allerdings verfrüht. Auch wenn die Notwendigkeit staatlicher Politik eingestanden wird, so kann dieses Eingeständnis durchaus mit paläoliberalem Denken vereinbar sein, nämlich dann, wenn eine (sich selbst aufhebende) *Politik der Entpolitisierung* betrieben wird („Deregulierung“). Diese Form paläoliberalen

⁷⁰ Vgl. [Weber, M.](#): Die ‚Objektivität‘ sozialwissenschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis, in: ders., Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre, 5. Aufl., Tübingen 1982, S. 146-214, hier S. 191.

⁷¹ Vgl. Rüstow (1961).

Denkens finden wir insbesondere im Zusammenhang der Billigung des globalen ‚*Wettbewerbs der Rahmenordnungen*‘ um Standortvorteile.

Das oben postulierte Primat der Politik ist zwar logisch zwingend; allerdings wird es realökonomisch heute ein Stück weit durch die sogenannte ‚Globalisierung‘ in Frage gestellt. Im *Wettbewerb der Standorte* um die Ansiedlung von Unternehmen (und damit um die ‚Schaffung‘ von Arbeitsplätzen bzw. um die Verhinderung ihrer Abwanderung) sind Staaten, Länder oder allgemeiner: Gebietskörperschaften gezwungen, *wie Unternehmen* zu agieren, also ihre Politik zunehmend dem Kriterium der *Wettbewerbsfähigkeit* zu unterstellen.

Paläoliberaleres Denken zeigt sich darin, dass diese *Unterordnung* der Politik unter Gesichtspunkte der Wettbewerbsfähigkeit und ihre *Funktionalisierung* für ökonomische Zwecke der market-performance *unumschränkt begrüßt* wird. So fänden die „Nationalstaaten“ dank der Globalisierung ihre „*optimalen* institutionellen Betriebsgrößen“⁷² – als seien Staaten ‚Betriebe‘, die sich selbstverständlich ‚dem Wettbewerb stellen‘ sollten. Denn, so Horst Siebert, der „institutionelle Wettbewerb“, also der Wettbewerb zwischen Staaten mit ihren Rechtssystemen und ihren jeweiligen politischen Ausrichtungen, habe sich „als ein Büchsenöffner für *nicht zu rechtfertigende* nationale Regulierungen erwiesen.“⁷³ Zum zwischenstaatlichen Wettbewerb gehört auch der Steuerwettbewerb. Dieser „trägt dazu bei, die Steuerbelastung ... in *zumutbaren* Grenzen zu halten.“⁷⁴ Der „Wettbewerb der Systeme, der Standorte und der Rahmenbedingungen“ erlaube die „Begrenzung von *Fehlern*“ aller Art, etwa auch einer „*falschen* Bildungspolitik“.⁷⁵ Der Wettbewerb ist aus paläoliberaler Sicht stets ein „Wettbewerb nach *besseren* Lösungen“.⁷⁶

All diesen Äußerungen ist die Botschaft gemein: Der Wettbewerb – auch der Wettbewerb zwischen Staaten – lenkt in die *richtige* Richtung. Wir haben es hier also mit der denkbar weitestgehenden Variante des „*Wettbewerbs als Entdeckungsverfahren*“ (Hayek) zu tun und mit der reinsten Form des Ökonomismus, demzufolge nicht die deliberative Politik, sondern der Markt bzw. der Wettbewerb *definiert*, was das ethisch Richtige ist. Damit sind die beiden Definitionskriterien des Paläoliberalismus erfüllt: Der Markt ist sowohl die Harmonisierungsinstanz, die sicherstellt, dass das ethisch Richtige geschieht, als auch das Gestaltungskriterium ‚richtiger‘ Ordnungspolitik (soweit sich von ‚Ord-

⁷² Straubhaar, Th.: Wird der Nationalstaat im 21. Jahrhundert überflüssig?, in: Neue Zürcher Zeitung, 31. Dezember 1999, S. 79, Hvh.d.V.

⁷³ Siebert, H.: Disziplinierung der nationalen Wirtschaftspolitik durch die internationale Kapitalmobilität, in: Duwendag, D.: Finanzmärkte im Spannungsfeld von Globalisierung, Regulierung und Geldpolitik, Schriften des Vereins für Socialpolitik, Bd. 261, Berlin 1998, S. 41-67, hier S. 58, Hvh.d.V.

⁷⁴ Blankart, F. A.: Die Berechtigung des Bankkundengeheimnisses, Neue Zürcher Zeitung, 27. November 1999, S. 29, Hvh.d.V.

⁷⁵ Schwarz, G.: Kreativität und Unternehmertum, in: Schweizerische Monatshefte, 6/1997, S. 20-23 (1997b), hier S. 21.

⁷⁶ Ebd. Hvh.d.V.

nungspolitik' hier überhaupt noch sprechen lässt): Die Gesellschaft bis hinauf zur Politik soll dem *Prinzip Wettbewerb* gehorchen.

7.2.2 Neoliberalismus – Wettbewerb als Norm der Ordnungspolitik

Wettbewerb stellt sich nicht von selbst her – dies ist die Ausgangsthese des Neoliberalismus in Abgrenzung zum Paläoliberalismus. Darum ist es die Aufgabe des Staates und der Politik, für eine ‚funktionierende‘ Rahmenordnung zu sorgen, die verhindert, dass der Wettbewerb sich selbst zerstört.⁷⁷ Daher bedarf es eines starken Staates. Wettbewerb ist eine „staatliche Veranstaltung“, wie Miksch diese Auffassung prägnant auf den Punkt bringt.⁷⁸

Miksch ist durchaus dem Ordoliberalismus zuzuordnen, dem wir uns in Unterabschnitt 7.2.3 zuwenden werden. Hinsichtlich der Gestaltungs- bzw. Harmonisierungsinstanz besteht zwischen Neo- und Ordoliberalismus im Prinzip Einigkeit: Dem Markt ist eine Rahmenordnung *vorzugeben*. Es bedarf also einer Instanz bzw. Macht *über* dem Wettbewerb. Diese soll nicht, wie im Paläoliberalismus, wiederum dem Wettbewerb untergeordnet sein, sondern sich an ‚der Sache‘, also an (dem Anspruch nach!) ethisch begründeten Gestaltungskriterien der Ordnung des Marktes orientieren.

„... die (ethisch gute, A.d.V.) Funktion des Wettbewerbs ... (ist) von Voraussetzungen abhängig, deren Erfüllung von Kräften jenseits des Wettbewerbs erwartet werden muss.“⁷⁹

Auch wenn es der Neoliberalismus selten betont (sondern offenbar als selbstverständlich voraussetzt), so wendet er sich, ebenso wie der Ordoliberalismus, hier in den Worten Wilhelm Röpkes,

„an keine einzelne Gruppe mit ihren Sonderinteressen (wie der Paläoliberalismus, A.d.V.), weil es uns (den Ordoliberalen, A.d.V.) gerade der große Irrtum der Vergangenheit gewesen zu sein scheint, an das ‚Interesse‘ im Menschen zu appellieren statt an das, was allen gemeinsam ist, nämlich Vernunft ...“⁸⁰

Die Ordnungspolitik, die Markt und Wettbewerb ja in einen ethisch vernünftigen Rahmen einbetten soll, kann nicht wiederum dem Wettbewerb bzw. dem Zusammenspiel der *Homines oeconomici* unterworfen sein. In der Abwehr dieses ökonomistischen Zirkels und in der – im Grunde ja selbstverständlichen – Einsicht, dass die Ordnungsethik sich an Politiker bzw. Bürger wendet, die wissen wollen, worin denn eine ‚gute‘ Ordnung des Marktes besteht (statt wie sie

⁷⁷ Shepherd (1990: 17 f.) spricht hier vom „paradox of competition“: „In such cases, competition seems to be self-destructive, ... because the new dominant firm will prevent future competition from being effective.“

⁷⁸ Miksch, L.: Wettbewerb als Aufgabe. Grundsätze einer Wettbewerbsordnung, 2. Aufl., Godesberg 1947, S. 12.

⁷⁹ Röpke (1965: 30).

⁸⁰ Röpke, W...: Die Gesellschaftskrisis der Gegenwart, Erlenbach-Zürich 1942, S. 306.

ihre eigenen Interessen am besten durchsetzen können), darin besteht Einhelligkeit zwischen Neo- und Ordoliberalismus. Die Harmonisierungsinstanz ist in beiden Konzeptionen die Politik (und nicht der Markt bzw. der Wettbewerb). Die Differenz zwischen beiden Konzeptionen besteht darin, was jeweils als eine ‚gute‘ Ordnung des Marktes angesehen wird bzw. was ordnungspolitisch ‚Sache‘ ist.

Was dies, also das Gestaltungskriterium anbelangt, so steht der Neoliberalismus eher wiederum dem Paläoliberalismus nahe. Die Ordnungspolitik hat aus neoliberaler Sicht die Aufgabe, dafür zu sorgen, dass auf den Märkten und in möglichst vielen oder gar allen Lebensbereichen Wettbewerb herrscht. Ordnungspolitik wird hier also auf Wettbewerbspolitik (einschließlich ‚Deregulierung‘ und ‚Privatisierung‘) beschränkt. Als neoliberal ist auch das sogenannte ‚New Public Management‘, das in der Schweiz ‚wirkungsorientierte Verwaltungsführung‘ genannt wird, zu kennzeichnen. Deren erklärte Stossrichtung gibt das neoliberale Credo prägnant wieder:

„Die wirkungsorientierte Verwaltungsführung hat es sich zum Ziel gesetzt, möglichst flächendeckend marktähnliche Situationen zu schaffen.“⁸¹

Auch wenn die Ansichten darüber, wie Markt und Wettbewerb „möglichst flächendeckend“ (Schedler) zu schaffen bzw. sicherzustellen sind, auseinandergehen – etwa durch Gewährleistung ‚offener Märkte‘ oder zusätzlich durch eine aktive Wettbewerbspolitik –, so wird die ordnungspolitische Essenz des Neoliberalismus doch in den folgenden einleitenden Worten eines „ordnungspolitischen Programms“, das von Wirtschaftsführern und Ökonomeprofessoren gemeinsam publiziert wurde, in geradezu lehrbuchartiger Weise auf den Punkt gebracht:

„Eine konsequente Ordnungspolitik bedeutet, dass sich der Staat auf die Gestaltung einer Rahmenordnung beschränkt und punktuelle Eingriffe in den Wirtschaftsablauf unterlässt. Diese Rahmenordnung hat ein funktionierendes Preissystem und einen wirksamen Wettbewerb zu sichern. Der Staat muss private Eigentumsrechte und deren Grenzen gegenüber anderen Wirtschaftssubjekten definieren, die Vertragsfreiheit garantieren, Haftungsregeln durchsetzen, die Voraussetzungen für wertbeständiges Geld schaffen und Märkte offen halten. Eine stabile Rahmenordnung lässt dem einzelnen größtmögliche, dauerhaft gesicherte Freiheit und fördert damit Eigeninitiative und Selbstverantwortung.“⁸²

Betrachten wir diese neoliberale Programmatik kurz etwas genauer. Der erste Satz enthält das grundlegende Credo *gegen* jegliche staatlichen Interventionen in den ‚freien‘ Markt. Der zweite Satz drückt aus, dass die Ordnungspolitik primär

⁸¹ Schedler, K.: Ansätze einer wirkungsorientierten Verwaltungsführung, 2. Aufl., Bern/Stuttgart/Wien 1996, S. 186.

⁸² Leutwiler, F./Schmidheiny, S., u.a.: Schweizerische Wirtschaftspolitik im internationalen Wettbewerb. Ein ordnungspolitisches Programm, Zürich 1991, S. 11.

oder sogar ausschließlich Wettbewerbspolitik zu sein und sich an nichts als der Logik des Marktes zu orientieren hat. Der dritte Satz präsentiert mit kaum zu übertreffender Deutlichkeit das liberal-ökonomische Verständnis von Vergesellschaftung, wie es dem durchscheinenden possessiven (*besitzbürgerlichen*) Individualismus zugrunde liegt, ergänzt um das zugehörige Interesse an Geldwert-erhaltung und offenen Märkten. Der vierte und letzte Satz lässt schließlich das korrespondierende, wirtschaftsliberal verkürzte Freiheitsverständnis aufleuchten, demzufolge Freiheit ein *negatives* Konzept ist. Den Individuen, die dem anonymen, *instanzlosen* Wettbewerbsprozess unterworfen sind und damit dem *Zwang zum Unternehmertum* unterliegen, soll gar nichts anderes übrig bleiben, als sich ‚selbstverantwortlich‘ im sich stetig verschärfenden Wettbewerb zu behaupten. Von der Ordnungspolitik, die sich auf die Setzung eines ‚Rahmens‘ beschränkt, also dem Markt- und Wettbewerbsprozess und seinen *internen Effekten* freien Lauf lässt, haben sie keine Erleichterung zu erwarten.

Der entscheidende Einwand gegenüber diesem neoliberalen Programm besteht darin, dass es das Kriterium der ordnungspolitischen Normierung des Marktes selbst wiederum dem Markt bzw. Wettbewerb entnimmt. In Erweiterung des Credo Erich Hoppmanns: „Wettbewerb als Norm der Wettbewerbspolitik“!⁸³ ließe sich formulieren: ‚Wettbewerb als Norm der Ordnungspolitik!‘ Markt und Wettbewerb geben im neoliberalen Programm der Ordnungspolitik die Maßstäbe vor, anstatt dass diese in einen vitalpolitisch bestimmten Rahmen nach Kriterien der Lebensdienlichkeit eingebettet würden. Konstitutiv ist nicht das Kriterium der gesellschafts- und vitalpolitischen Kontrolle *der* Marktdynamik als vielmehr die Kontrolle aller Wirtschaftssubjekte *durch* den Markt. Allein der Staat soll außerhalb des Wettbewerbs stehen, insoweit nämlich, als allein er dafür sorgen kann, dass Wettbewerb in allen Lebensbereichen ‚herrscht‘.

Nun ließe sich natürlich fragen, ob es dann nicht konsequenter ist, auch noch Staat und Politik der wettbewerblichen Kontrolle zu unterwerfen. Wenn doch Markt und Wettbewerb überall herrschen sollen, weil sie ‚effizient‘ sind; und wenn ‚Effizienz‘ der Inbegriff der Gemeinwohldienlichkeit ist, warum sollte man dann, fragt etwa James M. Buchanan, „die gleiche Norm in Frage stellen, wenn es darum geht, die Politik zu bewerten“?⁸⁴ In die gleiche Richtung geht die Auffassung, eine „optimale Wettbewerbspolitik“ werde durch den „internationalen regulatorischen Wettbewerb“ gesichert.⁸⁵ Ein- und Ansichten dieser Art mögen die Neigung des Neoliberalismus erklären, in Paläoliberalismus, also in ordnungspolitischen Ökonomismus, umzuschlagen bzw. in ihn zurückzufallen. Von solchen Rückschlägen ist erst der Ordoliberalismus, der in Markt und Wettbewerb weder die Harmonisierungsinstanz noch das einzige Kriterium der Ordnungspolitik erblickt, einigermaßen gefeit.

⁸³ Vgl. den gleichnamigen Beitrag von Hoppmann (1975).

⁸⁴ Vgl. Buchanan, J.M.: Explorations into Constitutional Economics, College Station 1989, S. 426.

⁸⁵ Vgl. Hauser, H./ Schanz, K.-U.: Das neue GATT, München/Wien 1995, S. 382.

Exkurs: Der radikalökonomische Ansatz James M. Buchanans

James M. Buchanan, Nobelpreisträger für Ökonomie, hat aus der unter Ökonomen weit verbreiteten Auffassung, dass dem (Vorteils-)Tausch und dem Wettbewerb das Moralprinzip innewohne, die Konsequenzen für eine umfassende normative Theorie der Gesellschaft und der Politik gezogen. Dieser können wir hier nicht die ihr gebührende Aufmerksamkeit schenken. Wir wollen aber versuchen, den paradigmatischen Kern dieser radikal-ökonomischen Position offenzulegen, die auch noch die Politik (vorteils-)ökonomisch deuten will und darum eine *ökonomische* bzw. *ökonomistische Theorie der Politik* (einschließlich der Verfassung der Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung) darstellt.⁸⁶

Ausgangspunkt Buchanans ist der „ordinary market exchange“, also die Beziehung zwischen Käufern und Verkäufern auf Märkten im engeren Sinne. Der Markttausch ist durch seine wechselseitige Vorteilhaftigkeit gekennzeichnet. Beide Seiten „gewinnen am Austausch, sonst würde er nicht stattfinden.“⁸⁷ Für beide Seiten, so können wir auch formulieren, ist der Austausch ‚effizient‘.

„That which emerges from such voluntary trading is ‘efficient’ ... (and) it is a relatively small step which allows us to replace the word ‘efficient’ with ‘just’.“⁸⁸

Bei dem Begriff der wechsel- bzw. allseitigen ‚Effizienz‘, auf den Buchanan hier abstellt, handelt es sich um die sogenannte *Pareto-Effizienz*, benannt nach dem italienischen Ökonomen und Soziologen Vilfredo Pareto (1848-1932). ‚Effizienz‘ meint dann nicht nur die Vorteilhaftigkeit für eine einzelne Person. Vielmehr handelt es sich um einen gesellschaftlichen Effizienzbegriff. Als pareto-effizient gilt jede Veränderung eines gesellschaftlichen Zustandes (beispielsweise durch ein Tauschgeschäft, eine politische Maßnahme usw.), bei der mindestens eine Person besser, aber niemand schlechter gestellt wird. Dies scheint bei Tauschgeschäften auf Märkten offensichtlich zu sein: Beide Seiten profitieren vom Tauschgeschäft, jedenfalls verliert niemand, ansonsten würden sie ja ihre Zustimmung nicht erteilen, und das Geschäft fände nicht statt – so zumindest die Argumentation der *Pareto-Ökonomik*, als deren Hauptvertreter James M. Buchanan gelten kann.

Auf den ersten Blick mag es so erscheinen, dass das Pareto-Kriterium ethischen Anforderungen genügt, wenn es auch auf die *negative* Dimension der Ethik (Gewaltfreiheit bzw. Abwesenheit von Eingriffen in die legitimen Freiräume anderer) verkürzt bleibt und Aspekte der Solidarität und der Verteilungsgerechtigkeit vernachlässigt. Bei Licht besehen läuft das Kriterium der Pareto-Effizienz jedoch auf eine ‚Ethik‘ des *Rechts des Stärkeren* hinaus.

⁸⁶ Vgl. eingehender Thielemann (1996: 101 ff.); Ulrich (2001: 184 ff.).

⁸⁷ Buchanan/Tullock (1965: 270), Übers.d.V.

⁸⁸ Buchanan, J.M.: Freedom in Constitutional Contract. Perspectives of a Political Economist, College Station/London 1977, S. 128 f.

In reinen marktlichen Tauschvertragsbeziehungen, also unter der Ägide vor-
teilsmaximierender *Homines oeconomici* und der Ausschaltung aller markt-
fremden Gesichtspunkte, zählt nämlich nichts anderes als die Kaufkraft der Käu-
fer (das ist die Sicht der Verkäufer) und die Produktivität, ‚Effizienz‘ bzw. die
Wettbewerbsfähigkeit der Verkäufer (das ist die Sicht der Käufer). Es zählt also
allein die Marktmacht der Tauschpartner, wie bereits oben festgestellt wurde.
Wer viel zahlen kann oder ‚produktiver‘ (wettbewerbsfähiger) als andere ist, der
ist in diesem Verständnis im Recht; wer weniger zahlungskräftig oder produktiv
ist, mag nicht nur faktisch leer ausgehen, er ist im Verständnis der Pareto-
Ökonomik auch im Unrecht.

Die ‚Ethik‘ der Pareto-Effizienz lässt sich auch an Hand des *Status-Quo-
Problems* in Frage stellen. Alle Beteiligten mögen gewinnen – aber *relativ wo-
zu*? Die Fairness der *Ausgangspositionen*, ohne die sich die erzielten Vorteile
der Tauschpartner gar nicht feststellen lassen, werden von dem Ansatz still-
schweigend als legitim anerkannt. James M. Buchanan geht sogar soweit, auch
einen Tauschvertrag als ‚pareto-effizient‘ – und damit offenbar als ‚gerecht‘ –
zu klassieren, wenn sich dieser auf der Grundlage der Gewaltausübung einer der
beiden Seiten ergibt. Als Beispiel wählt er die Sklaverei.⁸⁹ Auch hier ist ein
wechselseitiger vorteilhafter Tausch möglich – etwa indem der Sklavenhalter
die Haftbedingungen lockert und der Sklave mehr als ‚Dienst nach Vorschrift‘
leistet. Die Illegitimität der Versklavung und damit auch des auf ihr gründenden
‚Tauschvertrags‘ liegt auf der Hand, auch wenn dieser tatsächlich – *angesichts*
der gegebenen constraints (d.h. der Macht des Sklavenhalters) und *relativ* zu
diesen – wechselseitig vorteilhaft ist, also dem ‚wahren‘, d.h. durchsetzbaren
Interesse beider Seite entspricht.

Die bereits in Abschnitt 4.2 getroffene Feststellung, dass dem strikt eigeninter-
essierten, vorteilsmaximierenden Handeln – sei es nun auf Märkten oder an-
derswo – eine ‚Ethik‘ des Rechts des Stärkeren entspricht, wird hier also erneut
bestätigt. Doch wie schlägt sich dieses Denken – der reine Ökonomismus – in
Bereich der (Ordnungs-)Politik nieder?

Die Besonderheit des Ansatzes Buchanans liegt wie gesagt darin, das Modell
des marktlichen (Vorteils-)Tausches – ungeachtet der uns bereits bekannten
Einwände – auf die Politik, überhaupt auf die Gesellschaft und ihre öffentlichen
Institutionen (daher die Bezeichnung ‚Public-choice-Ansatz‘) insgesamt auszu-
dehnen.

„If we ... generalize the trading interaction and extend its application over a large numbers of
actors, we may begin to explain, derive, and analyze social or political interdependence as a

⁸⁹ Vgl. Buchanan (1991: 204 f., 229); ders. (1994: 85 f.); kritisch hierzu Thielemann (1996: 233 ff.).

complex exchange, as a relationship that embodies political voluntary agreement as an appropriate criterion of legitimation.⁹⁰

Auch Politiker bzw. die politisch aktiven Bürger sind Buchanan zufolge stets an ihrem eigenen Vorteil interessiert. Darum ist auch die politische Bestimmung der Ordnung der Gesellschaft ein „komplexer Austauschprozess“ – „fully analogous to the market“.⁹¹ Buchanan glaubt nun, dass durch die „Erweiterung des Paradigmas des freien Tausches auf ein größeres Umfeld ... jener ethische Gehalt“ vermittelt werden kann, „der in der (auf den geldvermittelten Markttausch, A.d.V.) verkürzten Form ... zu fehlen scheint.“⁹² Indem nun *alle Bürger* an dem die Verfassung der Gesellschaft und damit auch die Rahmenordnung des Marktes bestimmenden Gesellschaftsvertrag teilnehmen,⁹³ scheint das Primat (demokratischer) Politik vordergründig gesichert. Tatsächlich sollen durch diese, das Vorteilstauschparadigma ausweitende Konzeption jedoch nur *alle denkbaren Vorteile* ausgeschöpft werden und jeder sein wahres (durchsetzbares) Interesse finden können. An den soeben angestellten kritischen Überlegungen dem Ansatz gegenüber (Stichwort ‚Recht des Stärkeren‘) ändert sich dadurch nichts. Im Gegenteil, durch die Verschiebung des Fokus vom Markt im engeren Sinne (als Ort geldvermittelten Tausches, wie in die herkömmliche Ökonomie thematisiert) auf das *Prinzip Markt*,⁹⁴ wird der Ökonomismus des Ansatzes weiter verstärkt.

Konkretere Schlussfolgerungen sind aus dem Ansatz naheliegenderweise nicht zu ziehen. Was aus ihm konkret für die Ordnung der Gesellschaft (einschließlich der Wirtschaft) folgt, hängt von den jeweils vorherrschenden *Präferenzen* der Bürger ab und natürlich von den gegebenen *Machtverhältnissen*, die zwischen ihnen herrschen (*constraints*). *Durchsetzbare* ‚Präferenzen‘ bzw. Ansprüche haben gute Chancen; Ansprüche, die über keine Anreiz- oder andere Machtmittel verfügen, haben hingegen keine Chance, in die Rahmenordnung des Marktes Eingang zu finden.

Politik wird hier zur *Fortsetzung des Geschäfts mit anderen Mitteln*. Ein anschauliches Beispiel hierfür bietet die wirtschaftsethische Konzeption Karl Hommanns, ein geistiger Schüler Buchanans. Auch Homann betont die Bedeutung der Rahmenordnung des Marktes für die Wirtschaftsethik. Sie sei der „systematische Ort der Moral“.⁹⁵

⁹⁰ Buchanan (1991: 203).

⁹¹ Buchanan, J.M.: *Liberty, Market and State*, Brighton 1986, S. 90.

⁹² Buchanan, J.M.: *Politische Ökonomie als Verfassungstheorie*, Privatdruck der Bank Hofmann AG Zürich, Zürich 1990, S. 138.

⁹³ Darum wird der Ansatz auch als ‘constitutional economics’ (‘ökonomische Theorie der Verfassung’) bezeichnet.

⁹⁴ Vgl. Thielemann (1996).

⁹⁵ Homann/Blome-Drees (1992:35). Wir kommen hierauf sogleich kritisch zurück.

„Die politische Ordnung geht systematisch dem Markt voraus. Diese politische Ordnung kann heute nur eine Demokratie sein.“⁹⁶

Folglich geht es darum, dass die Bürger die Rahmenordnung des Marktes nach ethischen Gesichtspunkten bestimmen – so müsste man annehmen. Doch erstaunlicherweise soll die „moralische Qualität der Marktwirtschaft ... nicht ... an moralischen Motiven der Akteure ... festzumachen“ sein⁹⁷ – auch nicht an der ethischen Orientierung sich politisch betätigender Bürger! Insoweit auch Unternehmer bzw. Manager aufgerufen sind, an der Gestaltung der Rahmenordnung mitzuwirken – und dies sind sie!⁹⁸ – halten Homann und sein Mitarbeiter Blome-Drees ausdrücklich fest:

„Man darf nun nicht in den Fehler verfallen, vorschnell beim politischen Agieren auf andere, am Gemeinwohl orientierte Motive zu schließen; Unternehmen können auch hier nicht anders, als ihren eigenen Vorteil im Auge zu behalten.“⁹⁹

Sie „können“ nicht nur nicht anders, sie *dürfen* und *sollen* auch nicht anders, als am eigenen Erfolg orientiert zu sein. Ihre „politischen Spielzüge“ sind im Unterschied zu ihren sonstigen Unternehmensstrategien eben „nicht *direkt* auf den individuellen ökonomischen Erfolg einzelner Unternehmen gerichtet,“ sondern auf den *indirekten*, ‚*langfristigen*‘ Erfolg bzw. „auf eine Verbesserung der politischen Voraussetzungen für einen solchen Erfolg.“¹⁰⁰ Dieses Vorgehen nennt man ansonsten *Lobbying*.

Auch die im Ansatz Buchanans angelegte und von Karl Homann vertretene *Ordnungsethik ohne Moral* unterliegt dem Generaleinwand, der gegenüber dem Ökonomismus ebenso wie gegenüber anderen Ausprägungen einer Ethik ohne Moral vorzubringen ist: Sie läuft auf eine ‚Ethik‘ des Rechts des Stärkeren hinaus. Obwohl der Ansatz klar das *Primat der Politik* vertritt, so handelt es sich doch nicht um ein Primat *moralisch intendierter* und *ethisch reflektierter* Politik. Eine vernunftzugängliche Instanz, die die ‚gute‘ Rahmenordnung des Marktes (bzw. die politische Ordnung der Gesellschaft) *als solche* institutionalisierte, sucht man vergeblich. Insofern ergibt sich eine gewisse Nähe zum Paläoliberalismus. Die Unterschiede zu den beiden Varianten des Paläoliberalismus stellen sich wie folgt dar:

- Im Laissez-Faire-(Paläo-)Liberalismus soll auf eine politische (staatliche) Harmonisierungsinstanz gänzlich verzichtet werden können, so dass die Harmonisierungsinstanz in Markt und Wettbewerb selbst unmittelbar erblickt wird.

⁹⁶ Homann/Blome-Drees (1992: 54), Hvh.i.Orig.

⁹⁷ Homann/Blome-Drees (1992: 38).

⁹⁸ Vgl. unten Abschnitt 8.2.2.

⁹⁹ Homann/Blome-Drees (1992: 41).

¹⁰⁰ Homann/Blome-Drees (1992: 122 f.), Hvh.d.V.

- In der Variante des ‚Wettbewerbs der Rahmenordnungen‘ besteht zwar eine Notwendigkeit der Politik (die allerdings nicht eigens begründet wird), doch soll diese durch den Standortwettbewerb ‚diszipliniert‘ werden.
- Beim Ansatz einer ökonomischen Theorie der Politik, wie er von Buchanan vertreten wird, löst man sich von der engen Sicht des Marktes als Ort geldvermittelten Tauschs (‚ordinary market exchange‘). Nicht der Markt im herkömmlichen und engeren Sinne, sondern das *Prinzip Markt*, d.h. das Zusammenwirken der eigeninteressiert agierenden Homines oeconomici auf allen Ebenen der gesellschaftlichen Interaktion, fungiert hier als die Harmonisierungsinstanz, welche die ‚gute‘ Ordnung der Gesellschaft her- und sicherstellt. Das Gestaltungskriterium ist die *totale Marktgesellschaft*.

7.2.3 Ordoliberalismus – Die vitalpolitische Einbettung des Marktes

Auch der Ordoliberalismus, wie er von [Walter Eucken](#) (1891-1950), [Franz Böhm](#) (1895-1977), [Wilhelm Röpke](#) (1899-1966) und Alexander Rüstow (1858-1963) entwickelt wurde, tritt wie der Neoliberalismus dezidiert für eine strenge Wettbewerbspolitik ein. Ihm geht es darum, den dem Markt inhärenten privatwirtschaftlichen Machtballungen durch ‚Monopole‘ und ‚Kartelle‘ wirtschaftspolitisch entgegenzuwirken bzw. die wirtschaftliche Ordnung von vornherein so zu gestalten, dass der „Wettbewerb der Leistung“ und nicht die „Machtposition des Konzerns“ zur Geltung kommt.¹⁰¹

Über die Bedeutung, die der Ordoliberalismus der ‚Machtfrage‘ bzw. umgekehrt dem Wettbewerb zumisst, gibt folgendes Zitat Franz Böhms Aufschluss:

„Kommt kein Wettbewerb oder kein ausreichender Wettbewerb zustande, dann wird die verfassungsmäßig gewollte Lenkungs-kraft der Marktpreise beeinträchtigt... Noch schwerer wiegt die *Störung des sozialen Gerechtigkeitsgehalts* des freien marktwirtschaftlichen Systems. Es entsteht in den Händen von Privatpersonen *Macht*, die sie dazu instand setzt, ... in die freie Wirtschaft *hineinzuintervenieren*, also etwas zu tun, was seinem Wesen nach *Wirtschaftspolitik, Regierungsfunktion* ist... Diese Macht hat die Funktion eines *feudalmäßigen Besitzstandes*; freie Bürger werden der Botmäßigkeit anderer freier Bürger ausgesetzt und müssen sich von diesen ihren Mitbürgern zwangsmäßige Eingriffe in ihr berufliches und konsumtives Schicksal gefallen lassen, die sie von seiten ihrer Regierung *nicht hinnehmen* müssten ..., (denn) die Regierung (würde) ihre gesetzmäßigen Interventionen *politisch verantworten* müssen, während die privaten Inhaber von Marktmacht eine solche Verantwortung nicht tragen.“¹⁰²

Obwohl sich die hier dem Wettbewerb zugeschriebenen Funktionseigenschaften sowie deren ethische Beurteilung hinterfragen ließen, so wird in der Passage

¹⁰¹ Wir müssen die wirtschaftstheoretisch schwierige Frage, ob zwischen ‚Marktmacht‘ und ‚Leistung‘ bzw. ‚Wettbewerb‘ tatsächlich ein Unterschied besteht, hier unbeantwortet lassen. Vgl. zur gegenteiligen Position Schmidchen (1988, insbes. S. 124): „Ohne Marktmacht wären wettbewerbliche Marktprozesse gar nicht möglich.“

¹⁰² Böhm (1980: 257), alle Hvh.i.Orig.

doch eindrücklich das ordoliberalen *Primat der Politik* deutlich, und zwar einer Politik, für die Markt und Wettbewerb nicht das Kriterium für die ‚gute‘ Ordnung darstellen, sondern ein Mittel für ‚vitalpolitische‘ Zwecke:

„Die Wirtschaft ist Mittel, die Vitalsituation der Zweck.“¹⁰³

Auch die Wettbewerbspolitik ist also an ‚vitalpolitischen‘ Vorgaben der Lebensdienlichkeit der Wirtschaft auszurichten. Diese Vorgaben sind nicht, wie im Neoliberalismus, der ‚Norm des Wettbewerbs‘ selbst zu entnehmen. Um die Autonomie der Gestaltungskriterien zu verdeutlichen, führt Rüstow den Begriff des „Marktrandes“ ein:

„Der Marktrand, der Marktrahmen, (der) das eigentliche Gebiet des Menschlichen ist, (ist) hundertmal wichtiger als der Markt selber. Der Markt selber hat lediglich eine dienende Funktion. (...) Der Markt ist ein Mittel zum Zweck, ist kein Selbstzweck, während der Rand eine Menge Dinge umfasst, die Selbstzweck sind, die menschliche Eigenwerte sind.“¹⁰⁴

Durch Vitalpolitik sollen die *Voraussetzungen* für eine menschenwürdige und lebensdienliche Ordnung des Marktes geschaffen werden – so unter anderem durch eine „möglichst gleichmäßige Verteilung der Chancen“.¹⁰⁵ Wo nötig, sind *Grenzen* der Marktsteuerung zu bestimmen. Ordnungspolitik ist hier also nicht auf Wettbewerbspolitik beschränkt. Denn, wie Röpke klar hervorhebt, dürfen „wir den Wettbewerb nicht zum beherrschenden Prinzip machen.“¹⁰⁶

„Denn es ist unter keinen Umständen zu leugnen, dass die Marktwirtschaft, soweit sie herrscht, den Wettbewerb als ein fortgesetztes Ringen um Selbstbehauptung und als Rivalisieren um die vordersten Plätze in den Mittelpunkt rückt und dass ein solcher alles durchdringende Wettbewerb die beunruhigende Tendenz hat, Wirkungen hervorzurufen, die uns vor allem unter moralischem Gesichtspunkt nicht gleichgültig lassen können.“¹⁰⁷

Nicht nur betonen die Ordoliberalen stärker als der Neoliberalismus die außerökonomischen Grundlagen der Ordnungspolitik, sondern im Gegensatz zu diesem auch deren vitalpolitische statt bloß wettbewerbspolitische Ausrichtung: Sowohl die Harmonisierungsinstanz als auch das Gestaltungskriterium sind im Ordoliberalismus außerökonomischer, jedenfalls nicht rein ökonomischer Natur. Erst die Vitalpolitik verleiht der Wettbewerbspolitik ihren (relativen) Sinn.

¹⁰³ So fasst H.-G. Krüsselberg diese insbesondere von Rüstow vertretene Sicht zusammen. Krüsselberg, H.-G.: Ordnungstheorie – Zur Konstituierung und Begründung der Rahmenbedingungen, in: Biervert, B./Held, M. (Hrsg.), Ethische Grundlagen der ökonomischen Theorie, Frankfurt a.M./New York 1989, S. 100-133, hier S. 112.

¹⁰⁴ Rüstow (1961: 68).

¹⁰⁵ Vgl. Rüstow (1955: 68).

¹⁰⁶ Vgl. Röpke (1958: 174).

¹⁰⁷ Röpke (1958: 172).

Dieses *Primat der Vitalpolitik vor der Wettbewerbspolitik* haben die Exponenten des Ordoliberalismus selbst jedoch nicht immer klar durchgehalten. Dies zeigt sich etwa daran, dass das Verhältnis zwischen den beiden ordnungspolitischen Gestaltungskriterien bzw. Momenten (Vital- und Wettbewerbspolitik) entweder gar nicht thematisiert wird oder beide Momente unvermittelt *nebeneinander* gestellt werden, so etwa wenn Eucken die Wettbewerbsordnung als „die eine Seite“ und „gleichzeitig ein soziales und ethisches Ordnungswollen“ als „die andere Seite“ bezeichnet und vage von der „Verbindung“ beider Seiten spricht.¹⁰⁸

Mit dieser unklaren Verhältnisbestimmung und dem Versäumnis, das Primat der Vitalpolitik (,Die Wirtschaft ist Mittel, die Vitalsituation der Zweck‘) konsequent durchzuhalten, hängt zusammen, was sich als der *vitalpolitische Sündenfall*¹⁰⁹ der Ordoliberalen bezeichnen lässt – nämlich das Erfordernis der ‚*Marktkonformität*‘ der Wirtschaftspolitik. Als ‚marktkonform‘ bezeichnet Röpke

„solche Interventionen, die die Preismechanik und die dadurch bewirkte Selbststeuerung des Marktes nicht aufheben, sondern sich ihr als neue ‚Daten‘ einordnen und von ihr assimiliert werden.“¹¹⁰

Nun ist der Begriff der ‚Marktkonformität‘ allerdings doppeldeutig, ohne dass von seinen ordoliberalen Begründern eine Klarstellung erfolgt wäre. Marktkonformität kann einerseits bedeuten,

- dass die Wirtschaftspolitik die Lenkungswirkung der Preissignale in vitalpolitischer Absicht nutzt, wo immer dies möglich ist. Ein Beispiel hierfür sind Energielenkungsabgaben in umweltpolitischer Absicht. Statt also *punktuell* und zumeist nachträglich und symptomhaft in den Markt zu intervenieren, werden hier *von vornherein* die Regeln des Marktes vitalpolitisch (hier: ökologisch) konstituiert. Insofern ließe sich sagen, dass die Lenkungswirkung der Preissignale nicht geschwächt, sondern *vitalpolitisch* gestärkt werden. Allerdings ist der Marktmechanismus mit seinen *internen Effekten*, wie wir wissen, nicht vitalpolitisch neutral. Um eine zwingende Anforderung an eine an der Lebensdienlichkeit der Wirtschaft ausgerichtete Ordnungspolitik kann es sich also bei den Kriterium der ‚Marktkonformität‘ nicht handeln, sondern bloß um einen Aspekt neben anderen.
- Der Begriff ‚Marktkonformität‘ kann aber – und wird häufig – auch auf die Ordnungs- bzw. Wirtschaftspolitik insgesamt bezogen werden. Dann wird jede Maßnahme, die die ‚natürlichen‘ Verteilung des Markt- und Wettbewerbsprozesses verändert oder ‚stört‘, für ‚marktinkonform‘ und damit als unzulässig erklärt. Dazu zählten dann auch Lenkungsabgaben. Ordnungspolitik wäre wieder auf das Konzept des Neoliberalismus zurückgeworfen, zu

¹⁰⁸ Vgl. Eucken (1990: 370).

¹⁰⁹ Siehe dazu Ulrich (2008: 378-389) sowie Ulrich (2009: 351-634).

¹¹⁰ Röpke (1942: 253).

dessen Überwindung der Ordoliberalismus gerade angetreten ist. So möchte Eucken mit seinem ordnungspolitischen Entwurf eine Wirtschaftsordnung entwerfen, die

„die Sachgesetzlichkeit, die im Wirtschaftsprozess zum Ausdruck kommt, nicht nur anerkennt, sondern ausdrücklich zum Zuge bringen will.“¹¹¹

Dies entspricht dem neoliberalen Credo – jenseits des metaphysischen Vertrauens in die ‚wundersamen‘ Kräfte des Marktes entspricht diese Auffassung jedoch nicht der eigenen ordoliberalen Programmatik, eine „funktionsfähige und menschenwürdige Ordnung der Wirtschaft“¹¹² aufzubauen.

Nicht die ‚Marktkonformität‘ der Politik, sondern gerade umgekehrt die ‚Vitalkonformität‘ des Marktprozesses – dies ist das Gestaltungskriterium einer unzweideutig der Lebensdienlichkeit des Wirtschaftens verpflichteten ordnungspolitischen Konzeption.

7.2 Deliberative Ordnungspolitik und ihre konstitutiven Normierungsaufgaben

Welche Ordnung ist nun der Wirtschaft konkret zu geben? *Oben* wurde bereits darauf hingewiesen, dass dies Sache der jeweiligen Ordnungspolitik ist, und d.h. der *deliberativen Ordnungspolitik*. Die Bürger sind aufgerufen, in deliberativen Beratungs- und Urteilsbildungsprozessen und in demokratischen Entscheidungsprozessen die ‚vitalen‘ Vorgaben, die dem Markt zu setzen sind, zu bestimmen.¹¹³

Aufgabe der Ordnungsethik ist es dementsprechend, die öffentlichen Ordnungsdebatten kritisch-reflexiv zu begleiten und sie dabei für Einwände und divergierende Ansprüche zu *öffnen*, nicht aber sie expertokratisch durch Vorgabe der ‚sachlich richtigen‘ Lösungen zu *schließen*.¹¹⁴ Allerdings kann die Ordnungsethik *Werterhellung* betreiben, indem sie formale *Leitideen mittlerer Abstraktion* vorschlägt, die für die Strukturierung einer ethisch gehaltvollen deliberativen Ordnungspolitik hilfreich sein mögen.

¹¹¹ Eucken (1990: 369).

¹¹² Ebda., Hvh.d.V.

¹¹³ Die Ordoliberalen neigten demgegenüber eher einem elitistischen Verständnis von Ordnungspolitik zu. So plädierte Alfred Müller-Armack, ein dem Ordoliberalismus nahestehender Ökonom und Berater Ludwig Erhards (und übrigens Begründer des Begriffs der „sozialen Marktwirtschaft“), für eine „*Szientifizierung* der Politik“. Deren Hauptanliegen erblickte er in der „ruhigen Versachlichung und konkreten Verbesserung unserer Lebensbedingungen.“ (Müller-Armack, A.: Genealogie der sozialen Marktwirtschaft, Bern/Stuttgart 1974, S. 211 f.) Die Frage, wer denn darüber zu befinden habe, was überhaupt als ‚besser‘ zu beurteilen ist, kam ihm nicht in den Sinn.

¹¹⁴ Vgl. kritisch zur Verwissenschaftlichung der Wirtschaftspolitik, bei der die Ansichten der Bürger bestenfalls stören und auch den gewählten Politikern bloss die Durchsetzung dessen verbleibt, was die Wirtschaftsexperten als ‚sachlich richtig‘ befunden haben, Ulrich (2001: 359 f.).

Hiermit ist einer der Grundgedanken deliberativer Ordnungspolitik, die kritisch an den Ordoliberalismus anknüpft und ihn weiterentwickelt, bereits angedeutet: Systematischer *Ort* des ordnungsethischen Diskurses ist gemäß dem in Abschnitt 6.2 entwickelten republikanisch-liberalen Verständnis die deliberative Politik, organisiert unter der regulativen Idee des öffentlichen Vernunftgebrauchs in der unbegrenzten Öffentlichkeit aller mündigen Wirtschaftsbürger.

Ein weiterer Grundgedanke dieses Konzepts knüpft unmittelbar an die *integrative* Idee von Wirtschaftsethik an: Die Vermittlung zwischen ethisch-politischer Vernunft und ökonomischer Rationalität wird nicht bloß kompromisshaft in einer Zwei-Welten-Konzeption von Ethik und Ökonomik gedacht; vielmehr werden die ethischen Gesichtspunkte der Lebensdienlichkeit als *konstitutive* Voraussetzungen jeder wohlverstandenen Idee sozialökonomisch ‚effizienter‘ ordnungspolitischer Problemlösung begriffen. Die Wirtschaft soll von *vornherein*, sozusagen an ihrer Wurzel, bereits so funktionieren, dass sie als lebensdienlich bezeichnet werden kann. Aus vitalpolitischer Sicht ließe sich erst dann von einer ‚funktionierenden‘ Wirtschaft sprechen.

Aus dieser Sicht lassen sich drei elementare Normierungsbereiche der vitalpolitischen Konstitution einer lebensdienlichen Marktwirtschaft umreißen, die zusammengenommen deren Rahmenordnung ausmachen.

7.3.1 Wirtschaftsbürgerrechte

Wirtschaftsbürgerrechte sind auf das Wirtschaften bezogene Legalrechte, also rechtsstaatlich sanktionsbewehrte Ansprüche. Diese bestimmen in oft buchstäblich entscheidender Weise, wer als Marktteilnehmer oder Betroffener in welcher Hinsicht ‚wichtig‘ ist. Hierzu zählen Eigentums-, Arbeitnehmer-, Konsumenten-, Mieter- und Unternehmerrechte (‚Gewerbefreiheit‘), aber auch Rechte von Bürgern, die an einem Geschäft gar nicht beteiligt, jedoch von externen Effekten betroffen sind und sich nur auf der Grundlage entsprechender Haftungsansprüche sowie Informations-, Schutz- und Klagerechte gegen Übergriffe wehren können. Außerdem zählen dazu soziale Schutzrechte (Recht auf Existenzminimum, Recht auf Grundeinkommen, Recht auf Arbeit und zumutbare Arbeitsbedingungen usw.), auch wenn das Maß und die Ausgestaltung der entsprechenden Rechte stets umstritten sein werden.

Eine besondere Spannung besteht im Verhältnis der *Eigentumsrechte* zu den übrigen Wirtschaftsbürgerrechten. Bereits Max Weber hatte darauf hingewiesen, dass Eigentum die Kommunikation mit Dritten *schließt* und dem Eigentümer „monopolisierte Chancen“ des Handelns verschafft.¹¹⁵ Er ist, wenn er das *exklusive* Verfügungsrecht über eine Ressource besitzt, niemandem Rechenschaft

¹¹⁵ Vgl. Weber (1972: 23).

darüber schuldig, wie er diese Verfügungsmacht nutzt. Dies ist der Sinn des Eigentums. Vitalpolitisch gesehen geht es also darum, ordnungspolitisch zu klären, inwieweit Eigentumsrechte durch Informations-, Mitsprache-, Mitentscheidungs-, Klage- und Entschädigungsrechte Dritter zu ‚verwässern‘ sind.

Man muss hier klar sehen, dass eine solche ‚Verdünnung‘ der Eigentumsrechte durch ihre Öffnung gegen Einsprachen Dritter die ‚Effizienz‘ (Vorteilhaftigkeit) der Wahrnehmung des Eigentumsrechts durch seinen Inhaber mindert. Aber dieser Wahrnehmung können ja berechtigte Einwände gegenüberstehen; legitime Ansprüche anderer könnten verletzt werden. Ohne Zusprache von Wirtschaftsbürgerrechten müssten die Betroffenen – beispielsweise die [Stakeholder](#) einer Unternehmung – *Widerstand* ausüben bzw. sich Mittel zum Aufbau von [Gegenmacht](#) verschaffen, um ihren berechtigten Ansprüchen Nachachtung zu verschaffen (zumindest solange es dem Inhaber des Eigentumsrechts an ethischer Einsicht und am guten Willen mangelt). Der ordnungspolitische, dem Gesichtspunkt der Lebensdienlichkeit des Wirtschaftens verpflichtete Weg stellt die Lösung dieses Konfliktes auf eine *geordnete* Grundlage, indem den Betroffenen in *rechtsstaatlicher* Weise die Gegenmacht zugesprochen wird – und sei es auch nur in Form von Mitspracherechten –, die sie sich ansonsten selbst verschaffen müssten, soweit sie dazu überhaupt in der Lage sind.

7.3.2 Rechnungsnormen

Ausgangspunkt dieser Normierungsaufgabe ist die Überlegung, dass die Anreizstrukturen des Marktes der zentrale ‚Ort‘ sind, an dem sich das Verhalten der Marktteilnehmer, insoweit sich diese an Gewinn-, Kosten- und Nutzenkalkülen orientieren, entscheidet. Bei der Gestaltung von Rechnungsnormen wird dementsprechend an diesen marktstrategischen Kalkülen angesetzt. Wir haben es hier also mit einem – im wohlverstandenen Sinne – [marktkonformen](#) Ansatzpunkt zu tun. Mit Röpke besteht dieser darin,

„durch bewusste Einflussnahme auf die Setzung von Verhaltensregeln des Marktes (bzw. von Rechnungsnormen, A.d.V.) indirekt zu bestimmen, welche Überlebensstests das System für seine Elemente (d.h. die Marktteilnehmer, A.d.V.) bereithält.“¹¹⁶

Naheliegender Ansatzpunkt von Rechnungsnormen ist das Steuer- und Abgabenrecht, etwa in Form von Lenkungsabgaben für sozial und ökologisch unerwünschte Aktivitäten,¹¹⁷ Subventionen und Steuererleichterung für erwünschte Verhaltensweisen der Marktteilnehmer. Damit werden die „Überlebensstests“ (Röpke) des Marktes in eine andere, dem Anspruch nach lebensdienlichere Richtung gelenkt: Wer nach bestimmten sozialen und ökologischen Ge-

¹¹⁶ Röpke, J.: Die Strategie der Innovation, Tübingen 1997, S. 375, zit. nach Kerber, W.: Evolutionäre Marktprozesse und Nachfragemacht, Baden-Baden 1989, S. 484.

¹¹⁷ Vgl. für die Schweiz exemplarisch die [Lenkungsabgabe für flüchtige organische Verbindungen](#) (VOC).

sichtspunkten wirtschaftet, soll durch Kostenvorteile ‚belohnt‘ werden, wer dies nicht tut, Kostennachteile in Kauf zu nehmen haben.

Inwieweit Rechnungsnormen nicht nur externen, sondern auch marktinternen Effekten Rechnung tragen können, muss als fraglich gelten. Ökonomen verweisen oft auf die ‚Kontraproduktivität‘ solcher Regelungen, insbesondere von Schutznormen, die zwar ‚gut gemeint‘ sein mögen, aber den Betroffenen eher schaden als nutzen.¹¹⁸ Wir haben es hier allerdings mit einer *Sachzwangargumentation* zu tun bzw. mit einem Beispiel des ‚Durchschlagens der Bedingungen der Wirtschaft‘ auf die ethische Geltung bzw. Gültigkeit.¹¹⁹ Hinter dieser Argumentation verbergen sich nichts anderes als die – nicht unbedingt legitimen – *Eigeninteressen* derjenigen, die gegenüber den Betroffenen (etwa Mietern oder Arbeitnehmern) die *Exit-Option* wählen und wählen können: Mitarbeiter werden entlassen oder gar nicht erst eingestellt, Wohnungen nicht instand gehalten oder gar nicht erst gebaut, sollten die Schutznormen ‚zu weit gehen‘.

Möglicherweise sind solche Schwierigkeiten durch ein kluges Design der Rechnungsnormen zumindest ein Stück weit umgehbar.¹²⁰ Man denke beispielsweise daran, finanzielle (steuerliche) Anreize für Unternehmen zu setzen, die sich für arbeitsplatzerhaltende Maßnahmen engagieren; allein schon dadurch, dass diese Anreize solchen Unternehmen vorenthalten werden, die eine krude ‚Downsizing‘-Politik betreiben und Massenentlassungen aussprechen, könnte ein mäßiger Steuerungseffekt erzielt werden. Zumindest innerhalb einer nationalen oder internationalen Rechtsordnung (also bei fehlendem oder eher geringem ‚Wettbewerb der Rechtsordnungen‘) dürften hier die ‚kontraproduktiven‘ Effekte eher gering ausfallen.

Rechnungsnormen sind insbesondere geeignet, das *Zumutbarkeitsproblem*, das auf einzelwirtschaftlicher Ebene kaum auflösbar ist, wie wir gesehen haben, zu entschärfen. Unternehmen, die sich um eine ethisch durchdachte Unternehmensstrategie bemühen, werden durch Setzung entsprechender Rechnungsnormen gegenüber ihren weniger ethisch bewusst wirtschaftenden Konkurrenten nicht etwa bestraft, sie werden im Gegenteil belohnt.

Das Zumutbarkeitsproblem ist also vorrangig auf der Ebene der Ordnungspolitik anzugehen. Darin besteht in der akademischen wirtschaftsethischen Diskussion – trotz teilweise fundamentaler Differenzen – weitgehend Einigkeit, auch wenn

¹¹⁸ Vgl. beispielsweise Friedman, M.: *Capitalism and Freedom*, Chicago/London 1962, S. 178 f. Eine kritische Auseinandersetzung mit der Kategorie der ‚Kontraproduktivität‘ von Sozialstandards im Zusammenhang der Globalisierung findet sich in Thielemann (1998: 209 ff.). Vgl. hierzu auch bereits die exemplarischen Ausführungen zum Thema Kinderarbeit in Abschnitt 6.4.

¹¹⁹ Vgl. hierzu Abschnitt 4.2.3.

¹²⁰ Hierbei ist im Auge zu behalten, dass es sich dabei nicht einfach um ein *Durchsetzungsproblem* handelt; vielmehr verdanken sich auch die Rechnungsnormen wohlverstandenerweise der deliberativen, d.h. der inklusiven, alle involvierten Ansprüche einbeziehenden Ordnungspolitik.

den meisten Ansätzen ein systematischer Begriff der Zumutbarkeit fehlt. Allerdings wird oftmals angenommen, die ordnungspolitischen Rahmenbedingungen seien „wettbewerbsneutral“,¹²¹ womit offenbar gemeint ist, dass sich für die ihnen Unterworfenen weder Vor- noch Nachteil ergäben, eben weil sie ja für alle gleichermaßen gelten. Dies allerdings kann nicht und soll auch teilweise nicht der Fall sein. So belasten beispielsweise Energielenkungsabgaben diejenigen Branchen, die vergleichsweise energieintensiv wirtschaften, oder auch Bürger, die mehr Energie verbrauchen, selbstverständlich stärker als andere. Dies ist aber insofern gewollt, als die Lenkungsabgabe ja gerade ein *Anreiz* sein soll, das unerwünschte Verhalten der Wirtschaftssubjekte zu ändern.

Hieraus ergeben sich allerdings *weitere* (sekundäre) Zumutbarkeitsprobleme, insbesondere für wettbewerbsschwächere Marktteilnehmer oder für weniger zahlungskräftige Bürger. Das Problem ist ähnlich gelagert wie dasjenige des bereits erwähnten ‚*Ethikwettbewerbs*‘, nur dass jetzt der ‚Ethikdruck‘ (in Anführungszeichen!) nicht von den ethisch bewussten Stakeholdern, sondern von der Ordnungspolitik ausgeht. Um beim Beispiel der Energielenkungsabgabe zu verbleiben: Ein Hightech-Unternehmen mit einer guten Position auf den Märkten wird den Druck zur Steigerung der ‚Öko-Effizienz‘ vermutlich gut verkraften können; ein selbstständiger Lastenwagenfahrer hingegen, selbst wenn beide pro Wertschöpfungseinheit gleich viel Energie verbrauchen, wird, wenn sich denn sein Geschäft überhaupt noch wird halten können, den Druck beispielsweise durch weitere Überstunden auffangen müssen. Oder, wer wohlhabend ist, der wird die höheren Kosten der Mobilität eher leicht aufbringen und sein Verhalten nicht unbedingt ändern, ja er profitiert möglicherweise von der geringeren Verkehrsdichte. Für durchschnittlich einkommensstarke Bürger sind demgegenüber die erhöhten Mobilitätskosten schmerzhafter zu tragen; ja, möglicherweise tragen allein sie die Last der ordnungs- bzw. hier umweltpolitisch erwünschten Verhaltensänderungen.

Ein Stück weit sind solche Zumutbarkeitsprobleme verteilungspolitisch anzugehen, etwa durch die progressive Einkommenssteuer, die ansonsten den *Redistributionsnormen* zuzuordnen ist. Diese sind nicht zur Wirtschaftsordnungspolitik im engeren Sinne zu zählen, weil sie nicht die marktkonstitutiven Anreizstrukturen verändern, sondern diese bloß nachträglich korrigieren. Überdies lassen sie sich durch eine behutsame (statt schockartige) Einführung entschärfen, so dass den Betroffenen Zeit zur Umstellung ihres Verhaltens bleibt. Darüber hinaus lässt sich das Zumutbarkeitsproblem mit Randnormen angehen.

¹²¹ Vgl. zur Annahme der „Wettbewerbsneutralität“ der Ordnungspolitik Homann (1993: 35); ders./Blome-Drees (1992: 36, 43); Steinmann/Löhr (1994a: 152, 166 ff.); kritisch dazu Kettner, M.: Rentabilität und Moralität. Offene Probleme in Karl Homanns Wirtschafts- und Unternehmensethik, in: Forum für Philosophie Bad Homburg (Hrsg.), Markt und Moral. Die Diskussion um die Unternehmensethik, Bern/Stuttgart/Wien 1994, S. 241-267, hier S. 250 ff.; Thielemann (1999c: 135 f.).

7.3.3 Randnormen

Die bisher betrachteten Wirtschaftsbürgerrechte und Rechnungsnormen sind ihrer Idee nach Regeln, die dem Wirtschaftsprozess Gesichtspunkte der Lebensdienlichkeit *einschreiben*. Nun ist aber, wie wir gesehen haben, der Wettbewerb an und für sich nicht neutral. Das Problem *marktinterner Effekte* – also der zunehmende Wettbewerbsdruck und damit der intensiver werdende Zwang zur ‚lebensunternehmerischen‘ Selbstbehauptung ebenso wie das Eindringen ökonomischer Verwertungsgesichtspunkte in tendenziell alle Lebensbereiche (Ökonomisierung) – kann durch noch so wohlbedachte Wirtschaftsbürgerrechte und Rechnungsnormen allein nicht oder nur sehr beschränkt angegangen werden. Denn diese definieren ja gleichsam nur vitalpolitische Nebenbedingungen der marktlichen Selbstbehauptungen, so dass sich der Wettbewerb nach wie vor ungebremsst weiter intensivieren würde.

Insoweit die deliberative Ordnungspolitik jedoch nicht nur die Fairness *im* Markt, sondern auch die partielle Freiheit der Menschen *von* den Selbstbehauptungszwängen des Wettbewerbs als lebensdienlich beurteilt, ist die Setzung von *Randnormen* angezeigt. Diese *begrenzen* den Bereich, innerhalb dessen Markt und Wettbewerb wirksam sind bzw. setzen der Intensivierung des Wettbewerbs Grenzen. Sie sind der Bestimmung und Bewahrung des „Marktrandes“ (Rüstow) unmittelbar zuzuordnen. Vier Ansatzpunkte lassen sich unterscheiden:

- *Grenzwerte*: Hier werden unmittelbar minimale oder maximale Werte in Bezug auf bestimmte Indikatoren vitalpolitisch vertretbarer Marktergebnisse definiert und rechtsstaatlich vorgeschrieben. Der Begriff ist bisher nur im Bereich ökologischer Emissions- bzw. Immissionswerte sowie Belastungswerte von Lebensmitteln gebräuchlich. Es lassen sich darunter aber z.B. auch normierte Minimallöhne und Maximalarbeitszeiten (in sozialpolitischer Absicht), Geschwindigkeits- und Gewichtslimite für Fahrzeuge (in verkehrspolitischer Hinsicht) usw. fassen.
- *Normen räumlicher und zeitlicher Marktbegrenzung*: Schon immer sind Märkte lokal und temporär mehr oder weniger limitiert worden, z.B. mittels Zöllen, beschränkter Ladenöffnungszeiten und Arbeitszeiten oder Raumplanung. Sowohl heute umstrittene Regelungen dieser Art (z.B. bezüglich Sonntagsarbeit) als auch in Zukunft u.U. wünschbare neue Marktbegrenzungen (z.B. von Großregionen mit beschränktem Außenverkehr) sind als vitalpolitisch konstitutive Ordnungsentscheidungen zu betrachten. Solche Maßnahmen werden heute noch vielfach als ‚protektionistisch‘ gebrandmarkt. Dabei wird allerdings übersehen, dass ‚Protektion‘ (also Schutz – auch des Schwächeren vor dem Stärkeren) kein von *vornherein* illegitimes Anliegen ist; ‚Protektionismus‘ ist nicht unbedingt – wie von ökonomischer

Seite zumeist unterstellt – partikularistisch, sondern kann durchaus auch universalistisch ausgerichtet sein.¹²²

- *Zulassungsnormen*: Diese machen die Berechtigung zur Teilnahme an einem spezifischen Markt, vor allem als Leistungsanbieter, von der Erfüllung bestimmter überprüfter Voraussetzungen abhängig, z.B. allgemeinen Personendaten (z.B. Alter, zwecks Kinder- und Jugendschutz), professionellen Qualifikationsstandards (zwecks Schutz der Kunden), Sicherheits-, Hygiene- und gesundheitspolitischen Standards, arbeits- oder umweltrechtlichen Bedingungen. Die Auflage bzw. das Verbot kann sich auch unmittelbar auf bestimmte problematische Produkte beziehen, deren unkontrollierter Bezug gesellschaftlich unerwünscht ist (z.B. Alkohol, Tabak, Drogen, Waffen).
- *Marktausschaltung*: Der Markt kann für bestimmte Güter vollständig unterbunden und durch ein anderes, i.d.R. administratives Versorgungsprinzip ersetzt werden. Unumgänglich ist das bei *öffentlichen Gütern*, für deren Herstellung und Nutzung der Markt als prinzipiell ungeeignet erachtet wird, für die aber dennoch ein öffentlicher Bedarf besteht (z.B. Infrastrukturleistungen, die ohne Rücksicht auf kommerzielle Gesichtspunkte flächendeckend verfügbar sein sollen). Davon unterschieden werden *meritorische Güter*, die zwar prinzipiell über den Markt angeboten bzw. nachgefragt werden können, bei denen es jedoch aus vitalpolitischen Gründen erwünscht ist, dass ihre Nutzung nicht von der Kaufkraft oder Kaufbereitschaft der Bürger abhängt (insbesondere Gesundheits-, Bildungs- und Kulturgüter). Die Abgrenzung von marktmäßig bereitzustellenden privaten Gütern einerseits und öffentlichen bzw. meritorischen Gütern andererseits ist rein analytisch nicht zu leisten; sie ist vielmehr als normative, deliberativ zu treffende Entscheidung mit konstitutiver Bedeutung für eine lebensdienliche Marktwirtschaft zu verstehen.¹²³

Die nachhaltigste Form der Begrenzung von Markt und Wettbewerb besteht allerdings darin, dass die Marktteilnehmer aus eigenen Stücken nicht all die ‚Chancen‘ bzw. Vorteile ausnutzen, die sie in ihrer Marktmachtposition eigentlich hätten. Jede Form der Ausrichtung des eigenen Handelns sozusagen unterhalb des hypothetischen Limeswerts der Gewinn- bzw. Nutzenmaximierung bedeutet eine Stärkung des Marktrandes. Ihr entspricht, um am Begriff der *„schöpferischen Zerstörung“* Schumpeters anzuknüpfen, ein Weniger an ‚Schöpfung‘ und damit auch ein Weniger an ‚Zerstörung‘. Damit wird auch die Berücksichtigung *marktfremder Gesichtspunkte* innerhalb der ökonomischen Austauschbeziehungen leichter möglich. Letztlich ist es allein dieser freiwillige Verzicht auf die vollständige Ausnutzung der je eigenen Marktmachtposition und auf die grenzenlose Suche und aktive *„Entdeckung“* weiterer Verwertungs-

¹²² So vertreten Lang, T./Hines, C.: The New Protectionism. Protecting the Future Against Free Trade, London 1993 (S. 3) einen „Neuen Protektionismus“. „New Protectionism ... (has) the goal of protecting everyone’s future, not just the future of the few, which is what free trade and old style protectionism offer.”

¹²³ Vgl. hierzu auch Priddat, B.P.: Öffentliche Güter, meritorische Güter, in: Enderle/u.a. (1993: 767-774).

chancen, welcher der vollständigen Ökonomisierung aller Lebensbereiche und damit einer *totalen Marktgesellschaft* Einhalt gebieten kann.

Dies allerdings ist keine Maßnahme, die ordnungspolitisch verordnet werden könnte, vielmehr muss sie von den Marktteilnehmern selbst in ihrem Handeln gewollt sein. Die oben beschriebenen ordnungspolitisch gesetzten, also rechtsverbindlichen Randnormen haben diesbezüglich den Charakter unverzichtbarer institutioneller Rückenstützen. Diese Funktion übernehmen sie nicht nur dadurch, dass sie die Intensität des systemischen Wettbewerbsprozess, der ja die Berücksichtigung marktfremder Gesichtspunkte zunehmend erschwert, ein Stück weit begrenzen, sondern auch dadurch, dass sie das Bewusstsein dafür, dass die marktliche Selbstbehauptung nicht alles ist, wach halten.

Wirtschaftsbürgerrechte und Rechnungsnormen sollen sicherstellen, dass der Wettbewerb fair ist. Im fairen Wettbewerb soll kein anderer Zwang als der des besseren Angebots herrschen – aber es muss ja nicht überall Wettbewerb herrschen.

7.4 Multiple-Choice Fragen zu Kapitel 7

A) Welche Aussage(n) zum Verhältnis zwischen ‚Markt‘ und ‚Marktwirtschaft‘ trifft (treffen) zu?

1	Es gibt <i>den</i> Markt (als eine systemisch vorbestimmte bzw. sich bestimmende Form der Interaktion), aber es gibt nicht <i>die</i> Marktwirtschaft. Es gibt zahlreiche mögliche Ausgestaltungen einer Marktwirtschaft
2	Die Marktwirtschaft ist eine Wirtschaftsordnung, die in den umfassenden, heute globalen Marktprozess eingebettet ist
3	Eine Marktwirtschaft ist eine Wirtschaftsordnung, die aus Elementen marktlicher und anderen Formen der gesellschaftlichen Interaktion besteht

B) Warum gilt das Primat der Politik vor der Logik des Marktes?

1	Weil sonst der Markt selbst über seine Sinnhaftigkeit und Legitimität bestimmen würde, was ohne metaphysische Annahmen nicht möglich ist
2	Weil man selbst dann, wenn man dieses Primat versuchsweise in Frage stellen sollte, eben dieses Primat der Politik implizit anerkannt hat
3	Weil die Politik, als ein gesellschaftliches Subsystem, auf die sozialintegrative Kraft des Marktes angewiesen ist

C) Was bedeutet „Vitalpolitik“?

1	Eine Politik, die die Vitalität der Wirtschaftsbürger unterstützt und damit ihre Wettbewerbsfähigkeit sichert
2	Eine Politik, die vorrangig den Wettbewerb fördert und nur dort, wo dies möglich ist, den Markt nach ethischen Gesichtspunkten zu lenken versucht
3	Eine ordnungspolitische Konzeption, die nach Gesichtspunkten der Lebensdienlichkeit sowohl eine Politik der Marktlenkung und eventuell Marktbegrenzung als auch im vitalpolitischen Rahmen eine Politik der Marktdurchsetzung betreibt

D) Was ist vom zwischenstaatlichen Wettbewerb der Rechtsordnungen *aus päoliberaler Sicht* zu halten?

1	Er zwingt die Regierungen dazu, eine vernünftige und ausgewogene Politik zu betreiben
2	Er ist in eine globale Rahmenordnung einzubetten, denn nur so kann er seine wohltätigen Wirkungen entfalten
3	Er ist undemokratisch, denn er setzt an die Stelle des Primats deliberativer Politik das Primat der ‚besseren‘ Standortbedingungen

E) Ist der Markttausch ohne weiteres ‚pareto-effizient‘?

1	Ja, denn beide Seiten profitieren, sonst würden sie ja nicht in das Tauschgeschäft einwilligen
2	Nein, der Tausch mag zwar für beide Seiten tatsächlich vorteilhaft sein, doch übersieht das Argument den Wettbewerb als Prozess ‚schöpferischer Zerstörung‘, der durch Tauschgeschäfte ausgelöst wird und nicht nur Gewinner, sondern unvermeidlich auch Verlierer schafft. Das Kriterium der Pareto-Effizienz besagt aber ja, dass <i>niemand</i> schlechter gestellt werden darf. Insofern ist die Pareto-Effizienz des Marktes eine offene Frage, die nur im Prozess deliberativer Politik beantwortet werden kann
3	Nein, denn die Ausgangsposition der Tauschpartner kann sehr unterschiedlich sein, so dass der schwächeren Seite oftmals gar nichts anderes übrig bleibt, als in ein Tauschgeschäft einzuwilligen, auch wenn dessen Bedingungen für sie höchst unangenehm sind

F) Warum mündet die Pareto-Ökonomik notwendigerweise in eine umfassende ökonomische Theorie der Verfassung der Gesellschaft?

1	Weil das Pareto-Kriterium die Vor- und Nachteile <i>aller</i> Gesellschaftsmitglieder in <i>jeder erdenklichen Hinsicht</i> (also nicht nur bezogen auf marktökonomische Vorteile im engeren Sinne) umfasst
2	Weil nur so geklärt werden kann, ob die Nachteile, die sich innerhalb des Marktprozesses (insbesondere durch den Wettbewerb) für einige (die Wettbewerbsverlierer) ergeben, letztlich nicht doch Vorteilen entsprechen, was etwa dann der Fall wäre, wenn den Wettbewerbsverlierern auf der Ebene der Politik gegenüber den Wettbewerbsgewinnern keine Druckmittel zur Verfügung stehen
3	Weil nur so, durch den Einbezug aller Gesellschaftsmitglieder (auch der vom Markt- und Wettbewerbsprozess durch interne oder externe Effekte negativ Betroffenen), ein Arrangement gefunden werden kann, das für jeden Einzelnen definitiv (statt bloß scheinbar) vorteilhaft ist und das darum einem universalen Konsens entspricht, welcher die ethische Legitimität der Verfassung der Gesellschaft anzeigt

G) Warum ist ein ordnungsethischer Ansatz, der auch noch die Politik von Eigeninteressen bestimmt sieht, als paläoliberal zu kennzeichnen?

1	Weil hier das Primat der Politik zusammen mit dem Primat der Logik des Marktes vertreten wird
2	Weil hier zwar nicht unbedingt der Marktmechanismus im engeren Sinne, wohl aber das Prinzip Markt, d.h. das machtvolle Zusammenspiel aller Beteiligten, sowohl das Harmonisierungs- als auch das Gestaltungskriterium für die ‚gute‘ Ordnung des Marktes (bzw. der Gesellschaft insgesamt) bildet
3	Weil es sich hierbei um die früheste Form des Liberalismus handelt, der heute überwunden ist

H) Worin besteht die Gemeinsamkeit zwischen Neo- und Ordoliberalismus?

1	Beide vertreten das Primat der Politik vor der Logik des Marktes
2	Beide erblicken das Gestaltungskriterium für die ‚gute‘ Ordnung des Marktes in außerökonomischen Gesichtspunkten der Lebensdienlichkeit
3	Beide erblicken in der Politik die Harmonisierungsinstanz, d.h. die Instanz, die die ‚gute‘ Ordnung des Marktes sicherstellt

I) Peter Martin, Herausgeber der Financial Times, ist gemäß [Telepolis](#) der Ansicht, dass „die Weiterführung der Globalisierung = freier Markt + Reduktion des Staates ... eine moralische Angelegenheit“ sei. Welcher ordnungspolitischen Konzeption ist diese Auffassung zuzuordnen? (Nur eine Antwort ist richtig.)

1	Dem Paläoliberalismus, denn hier gelten Markt und Wettbewerb offenbar als eine prinzipiell gute und gerechte Sache; Staat und Politik können da nur stören
2	Dem Neoliberalismus, denn hier gelten Markt und Wettbewerb offenbar als eine prinzipiell gute und gerechte Sache, die sich allerdings nicht von selbst durchsetzt, sondern des moralischen Engagements der (Ordnungs-)Politik im engeren und weiteren Sinne bedarf
3	Dem Ordoliberalismus, denn hier gelten Markt und Wettbewerb offenbar als eine prinzipiell gute und gerechte Sache, die sich allerdings nicht von selbst durchsetzt, sondern des moralischen Engagements der (Ordnungs-)Politik im engeren und weiteren Sinne bedarf

J) Warum neigt der Neoliberalismus dazu, in paläoliberales Denken zurückzufallen?

1	Eine naheliegende Erklärung liegt darin, dass der Neoliberalismus davon ausgeht, dass die Harmonisierungsinstanz von Wirtschaft und Gesellschaft im Prinzip Wettbewerb zu verorten ist. Naheliegenderweise sollte dann auch das Gestaltungskriterium der Markt bzw. der Wettbewerb sein
2	Eine naheliegende Erklärung liegt darin, dass der Neoliberalismus erkennt, dass die ‚gute‘ Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft ohne das Primat der Politik nicht zu haben ist
3	Eine naheliegende Erklärung liegt darin, dass für den Neoliberalismus Markt und Wettbewerb zwar nicht die Harmonisierungsinstanz bilden, wohl aber das ausschließliche Gestaltungskriterium darstellen. Wenn aber überall Markt und Wettbewerb herrschen soll, dann mag es für viele Anhänger des Neoliberalismus naheliegen, konsequenterweise auch dem Markt bzw. dem Prinzip Markt oder dem Prinzip Wettbewerb die Aufgabe zu überantworten, für die ‚gute‘ Ordnung der Wirtschaft, ja überhaupt der Gesellschaft zu sorgen

K) Welche Bedeutung hat im Ordoliberalismus der „Marktrand“?

1	Er stellt denjenigen Bereich der Gesellschaft dar, der dem Wettbewerb nicht unterstellt werden soll
2	Er bildet den ‚Rand‘ oder ‚Rahmen‘ des Wettbewerbsprozesses und ist so zu gestalten, dass dieser möglichst ungehindert seine effizienzsteigernde Wirkung entfalten kann
3	Er ist die Quelle der vitalpolitischen Vorgaben, die dem Markt- und Wettbewerbsprozess zu setzen sind

L) Was ist vom Kriterium der ‚Marktkonformität‘ aus vitalpolitischer Sicht zu halten?

1	Marktkonformität ist <i>ein</i> Gestaltungskriterium neben anderen
2	Wenn das Gestaltungskriterium der Marktkonformität zur Bedingung aller Ordnungspolitik erklärt wird, dann entspricht dies der Position des Neoliberalismus, nicht dem vitalpolitisch ausgerichteten Ordoliberalismus
3	Allein die Marktkonformität der Ordnungspolitik stellt sicher, dass die vitalpolitischen Vorgaben an den Markt nicht zum Scheitern verurteilt sind

M) Wer bestimmt im Ansatz deliberativer Ordnungspolitik, welche Vorgaben dem Marktprozess zu setzen sind?

1	Die gewählten Politiker, die sich von Wirtschaftsexperten darüber beraten lassen, wie die Wirtschaft in Richtung auf mehr Lebensdienlichkeit zu verbessern ist. Dieser Beratungsprozess gibt der deliberativen Ordnungspolitik ihren Namen
2	Die Konsumenten, die der Wirtschaft ihre Vorstellungen eines lebensdienlichen Wirtschaftens durch Kauf- und Nichtkaufentscheidungen wirkungsvoll vermitteln. Voraussetzung ist allerdings, dass die Wettbewerbspolitik Monopole und Kartelle verhindert, denn nur dann kann die Demokratie der Verbraucher ihre volle Wirkung entfalten
3	Die Bürger, die in öffentlichen Urteils- und Willensbildungsprozessen Kriterien der Lebensdienlichkeit des Wirtschaftens bestimmen

N) Worin besteht der ordnungsethische Sinn von Wirtschaftsbürgerrechten und Rechnungsnormen?

1	Sie sollen, ganz gemäß der Grundidee der integrativen Wirtschaftsethik, die Funktionsweise des Markt- und Wettbewerbsprozesses auf eine ethische Grundlage stellen
2	Durch sie soll sich ein symptomhaftes, punktuell intervenieren in den Marktprozess so weit wie möglich erübrigen
3	Sie stellen vielleicht gut gemeinte, aber letztlich wirkungslose, ja kontraproduktive Ansatzpunkte der Marktsteuerung dar

O) Welcher Zusammenhang besteht zwischen der Lösung des Zumutbarkeitsproblems und ordnungspolitischen Rechnungsnormen?

1	Das Zumutbarkeitsproblem kann allein auf ordnungspolitischer Ebene, insbesondere durch Rechnungsnormen abschließend gelöst werden
2	Rechnungsnormen, die ethisch höherwertiges Verhalten durch Anreize belohnen und ethisch minderwertiges Verhalten durch Abreize bestrafen, lassen sich als institutionelle Rückenstützen für ethisch bewusste Marktteilnehmer begreifen
3	Das Zumutbarkeitsproblem lässt sich durch Rechnungsnormen zwar entschärfen, doch erzeugen Rechnungsnormen u.U. auch weitere Zumutbarkeitsprobleme, die allenfalls durch Randnormen oder Redistributionsnormen entschärft werden können

P) Warum ist, neben den in den Marktprozess einzuschreibenden Normen, auch die Setzung von Randnormen ordnungsethisch notwendig?

1	Weil das Problem marktinterner Effekte nur sehr begrenzt durch das Setzen von Rahmenbedingungen für den Wettbewerb angegangen werden kann
2	Weil nur durch die Setzung von Randnormen verhindert werden kann, dass die externen Effekte des Wirtschaftens überhand nehmen
3	Weil nur so verhindert werden kann, dass sich das Prinzip Markt auch noch der (Ordnungs-)Politik bemächtigt, was letztlich auf eine marktmetaphysische Position hinausliefere

8. Unternehmensethik

8.1 Ziele und Zweck

Wenden wir uns nun einem weiteren ‚Ort‘ der Moral in der Marktwirtschaft zu: der Unternehmung. Dieser Ort hat insofern einen prominenten Stellenwert, als marktwirtschaftliche Produktion fast ausschließlich in diesen eigentümlichen Gebilden, ‚Unternehmen‘ genannt, stattfindet bzw. durch diese durchgeführt wird.

Was ist eigentlich eine Unternehmung? Eine private „Veranstaltung zur Erzielung von Geldeinkommen ...“, und zwar für den Unternehmer¹²⁴ bzw. für die Shareholder? Ein Zusammenschluss von Wirtschaftenden bzw. ‚Unternehmern‘ (meist Mitarbeiter genannt), die sich zum Zwecke der Einkommenserzielung längerfristig vertraglich aneinander binden? Eine pluralistische Wertschöpfungsveranstaltung, die für eine Vielzahl von Bezugsgruppen (‚Stakeholdern‘) ‚Werte‘ schafft, aber auch Betroffenheiten erzeugt und darum mitten im Spannungsfeld konfligierender Wertgesichtspunkte steht?

Nicht alle diese Bestimmungen der Unternehmung (die kapitalistische, die laboristische und die pluralistische) stehen notwendigerweise in jeder Hinsicht in Konflikt zueinander. Wie auch immer eine ‚Unternehmung‘ konkret zu definieren ist, klar sollte sein, dass die Frage, was eine Unternehmung *ist*, in sich immer schon die Frage enthält oder zumindest nahe legt, was eine Unternehmung *sein soll*.¹²⁵ Wenn wir die Unternehmung thematisieren und zu ihr Stellung beziehen, so haben wir dabei – wenn vielleicht auch nur vage – ein *normatives* Leitbild der Unternehmung und ihrer gesellschaftlichen Rolle im Kopf. Wir bewegen uns dabei bereits innerhalb eines wirtschaftsethischen Diskurses über die ‚Funktion‘ oder auch ‚Dysfunktion‘ der Unternehmung – in ihrer gegenwärtigen oder wünschenswerten Verfasstheit – als einer *gesellschaftlichen Institution*.

Diese *institutionenethischen Prämissen jeder Unternehmensethik* werden eher selten mitbedacht. Meist wird die historisch vorgefundene faktische Verfasstheit der Unternehmung einfach als gegeben hingenommen. Dieser Reflexionsstopp vor der normativen Kraft des Faktischen wird kaum je thematisiert. Eine Ausnahme bilden Horst Steinmann und Albert Löhr, die ihn allerdings ausdrücklich befürworten: Die in einer „historischen Situation“ vorgefundenen „Institutionen“ erlaubten einen „Begründungsabbruch“:

¹²⁴ Rieger (1929: 44).

¹²⁵ Dies liegt daran, dass Begriffe, mit denen wir die (soziale) Welt beschreiben, stets normative Konnotationen haben. Vgl. Thielemann, U.: Integrative Wirtschaftsethik als kritische Theorie des Wirtschaftens. Die Unmöglichkeit der Wertfreiheit der Ökonomie als Ausgangspunkt der Wirtschaftsethik, in: Breuer, M./Brink, A./Schumann O. J. (Hrsg), Wirtschaftsethik als kritische Sozialwissenschaft, Bern/Stuttgart/Wien 2003, S. 89-115 (2003b).

„Der Unternehmer oder Manager, an den die Legitimationsfrage gerichtet wird, kann sie im Prinzip unter Verweis auf das geltende Recht (Gesellschaftsrecht, Mitbestimmungsrecht, Kapitalmarktrecht etc.) beantworten.“¹²⁶

Ob eine solche *legalistische* Argumentation selbst unter Gesichtspunkten der Akzeptanzsicherung eine kluge Strategie darstellt, lassen wir einmal dahingestellt. Darauf kommt es uns hier auch nicht an. Vielmehr soll auf die *Verkürzung* hingewiesen werden, die in dieser Sicht eingeschlossen ist, nämlich die *Verkürzung von Unternehmensethik auf Managementethik*.

Managementethik ist selbstverständlich ein wichtiger Teil der Unternehmensethik, der im Unternehmensalltag zumeist im Vordergrund stehen dürfte – aber eben nur ein Teil, und nicht der grundlegende Teil. Unter Managementethik wollen wir die (Individual-)Ethik der Unternehmensführung verstehen, einschließlich der Geschäfts- und Führungsethik (vgl. weiter unten), *unter den gegebenen Bedingungen des wirtschaftlichen Ordnungsgefüges*. Auch die Unternehmensethik, jedenfalls eine unverkürzte Unternehmensethik, muss jedoch das Postulat der *Verzahnung* der verschiedenen Orte der Moral des Wirtschaftens beachten. Denn die vorherrschenden Vorstellungen über eine ‚gute‘ Ordnung der Wirtschaft ebenso wie natürlich die faktisch geltenden und wirksamen, ordnungspolitisch bestimmten Rahmenbedingungen schlagen auf die Managementethik sehr weitgehend durch – sowohl hinsichtlich der Constraints als auch der Ansichten über eine legitime und verantwortungsbewusste Geschäftspolitik.

Wenn sich die Dinge so verhalten, welcher Stellenwert kommt dann einer unverkürzten Unternehmensethik zu, und was unterscheidet sie von der Wirtschaftsethik? Illustrativ hierfür ist die Auffassung von Steinmann/Löhr, die ja, wie bereits erwähnt, von einer „*Richtigkeitsvermutung*“ zugunsten des „Gewinnprinzips“ ausgehen. Ihnen zufolge ist das „Gewinnprinzip“, überhaupt die ordnungspolitischen „Konstitutionsvoraussetzungen des Unternehmens“, eine „historisch-strukturelle Vorgabe in der Wettbewerbswirtschaft ..., die für ein einzelnes Unternehmen nicht zur Disposition steht.“¹²⁷

Der Einwand aus integrativ-ethischer Sicht besteht nicht primär darin, dass der Unternehmensethik dann nur noch eine Art Lückenbüßerfunktion zukommt, sondern darin, dass die Unternehmensführung dann *unternehmensethisch orientierungslos* ist. Steinmann und Löhr möchten nämlich die institutionenethische Frage nach der Legitimation auch der *Grundlagen* des unternehmerischen Handelns durchaus stellen (sie unterstellen also im Gegensatz zum Ökonomismus keineswegs, dass diese Frage bereits durch den Markt selbst beantwortet sei).

¹²⁶ Steinmann/Löhr (1994b: 100 f.).

¹²⁷ Steinmann/Löhr (1994b: 130); vgl. in gleichem Sinne auch Homann/Blome-Drees (1992: 182 f.).

Aber diese Frage siedeln sie *außerhalb* der Unternehmensethik an; sie verorten sie auf der ‚volkswirtschaftlichen‘ Ebene der ‚Wirtschaftsethik‘.¹²⁸

„Über die Unternehmensverfassung (also über die Unternehmung als ordnungspolitisch konstituierte Institution, A.d.V.) nachzudenken ist ... Aufgabe der Wirtschaftsethik, die spezifischen Ad-hoc-Konflikte um die Unternehmung zu regeln ist Aufgabe der Unternehmensethik.“¹²⁹

Demgegenüber betont die integrative Wirtschafts- bzw. Unternehmensethik die *Unteilbarkeit* der wirtschaftsethischen bzw. letztlich der ethischen Reflexion. Es entspricht einem nicht rechtfertigungsfähigen *Begründungsabbruch*, dem Management ebenso wie den Stakeholdern sozusagen ethische Scheuklappen anzulegen, die ihnen den kritischen Blick auf die grundlegenden wirtschaftsethischen und die größeren ordnungsethischen Zusammenhänge versperren. Wie entscheidend sich diese Einsicht unternehmensethisch niederschlägt, werden wir insbesondere in Abschnitt 8.2.2 sehen. Hier kommt es zunächst darauf an zu erkennen, dass die Aufgabe der *integrativen Unternehmensethik* in der kritischen Reflexion sämtlicher *Voraussetzungen* legitimen Gewinnstrebens ohne Reflexionsstopp vor normativ vorausgesetzten ‚Richtigkeitsvermutungen‘ oder empirisch gegebenen Sachzwängen liegt. Damit ist nicht etwa bloß auf ein akademisches Forschungsprogramm abgestellt (‚Theorie‘), sondern durchaus auch auf die praktischen Reflexionsanstrengungen des Managements ebenso wie diejenigen der (das Management möglicherweise kritisierenden) Stakeholder.

Der Unterschied zwischen Wirtschafts- und Unternehmensethik besteht also lediglich im *Schwerpunkt* der ethischen Reflexion. *Gegenstand* (nicht Vorgabe!) der Reflexion ist hier die Unternehmung, so wie etwa im Falle der Ordnungsethik die Wirtschaftsordnung den Reflexionsgegenstand bildet. Diese Reflexion schließt, wegen der Unteilbarkeit der Ethik, die Auseinandersetzung mit den gesamten normativen Bedingungen der Möglichkeit vernünftigen Wirtschaftens in und von Unternehmungen ein. Auch die Unternehmensethik fragt also nach den grundlegenden Legitimitätsvoraussetzungen und Wertorientierungen, die erfüllt sein müssen, damit das Wirtschaften – bzw. hier im Besonderen: die unternehmerische Wertschöpfung – als lebensdienlich gelten kann. Unternehmensethik wird so als *Vernunftethik des unternehmerischen Wirtschaftens im Ganzen* konzipiert.

Ein solcher grundlagenkritischer Ansatz entfaltet die spezifisch unternehmensethischen Konsequenzen aus den Ergebnissen der allgemeinen wirtschaftsethischen Ökonomismuskritik, wie wir sie in Teil II entwickelt haben. Dazu wird zunächst der bereits skizzierte Grundgedanke integrativer Unternehmensethik im Hinblick auf die angemessene Rolle des Gewinnstrebens sowie hin-

¹²⁸ Vgl. Steinmann/Löhr (1994b: 103).

¹²⁹ Steinmann/Löhr (1994a: 158).

sichtlich der spezifisch unternehmensethischen Verzahnung von Individual- und Institutionenethik expliziert (8.2). Sodann wird der für jede moderne Ethik-konzeption richtungsweisende Gedanke *deliberativer Politik* auf die Unternehmenspolitik bezogen (8.3). Das in Abschnitt 4.4.3 angedeutete geschäftsethische Konzept ‚verdienter Reputation‘, das eine Verbindung von ‚Ethik‘ und ‚Erfolg‘ auf nicht-funktionalistischer Basis erlaubt, wird in Abschnitt 8.4 vorgestellt und erläutert. Kurze Ausführungen zum ethischen Stellenwert von Stakeholder-Rechten (8.5) sowie zur Notwendigkeit der ‚Organisation‘ der unternehmensethischen Verantwortung im Sinne eines ‚Ethikprogramms‘ (8.6) runden die Ausführungen ab.

8.2 Leitideen integrativer Unternehmensethik

Jede unternehmensethische Konzeption, die weder einem letztlich *metaphysischen* Vertrauen in die ethischen ‚Selbstheilungskräfte‘ des Marktes noch einem Rahmendeterminismus¹³⁰ anhängt, muss von dem folgenden Grundsatz ausgehen: Unternehmer bzw. Manager sollen nur solche Unternehmenszwecke und Handlungsorientierungen verfolgen, die ethisch legitim und verantwortbar sind. Dies mag trivial oder selbstverständlich erscheinen. Doch ist es angesichts der verbreiteten ökonomistischen und deterministischen Tendenzen notwendig und wichtig, dies zu betonen. Im Folgenden geht es also darum, dem ethisch gut gewillten, integren Management, das daran interessiert ist, eine legitime und verantwortbare Unternehmenspolitik zu betreiben, Orientierungshilfe zu geben.

8.2.1 Integrative Unternehmensethik als kritische Grundlagenreflexion des unternehmerischen Gewinnstrebens

Bei dieser Orientierungsaufgabe kommt der genauen Rolle des Gewinnstrebens besondere Bedeutung zu. Die grundlegenden Weichen hierfür wurden bereits oben (Abschnitt 4.2.2) gestellt: *Gewinnmaximierung* ist a priori illegitim. M.a.W., der Gewinn (oder der Shareholder-Value) kann nicht die *Maßgabe*, nicht das letzte ausschlaggebende Kriterium unternehmerischen Handelns sein, wenn dieses denn als legitim bezeichnet werden können soll. Gewinn ist vielmehr ein (prominenter) *Anspruch neben anderen*.

Für die Vertreter der verschiedenen Ansprüche haben wir in Abschnitt 4.4 den Begriff der *Stakeholder* eingeführt, der natürlich nicht machtstrategisch verkürzt verstanden werden darf. Stakeholder sind statt als Macht- bzw. Erfolgs- und Misserfolgsfaktoren tatsächlich als *Anspruchs-Gruppen* zu begreifen. Sie richten an die Unternehmen Ansprüche, die im unternehmenspolitischen Dialog (vgl. unten) sich als berechtigt oder auch als unberechtigt erweisen können. Die Verhältnisbeziehungen zwischen Gewinn und der Berücksichtigung von Stakehol-

¹³⁰ Dieser möchte die Handlungsspielräume der Unternehmen – etwa durch eine strenge Wettbewerbspolitik – ganz auf ein ‚marktkonformes‘ Maß zurückschrauben. Vgl. hierzu im Einzelnen Ulrich (2001: 405 ff.).

deransprüchen unter dem Primat der Ethik einerseits, dem ‚Gewinnprinzip‘ andererseits sind in Abbildung 6 veranschaulicht.

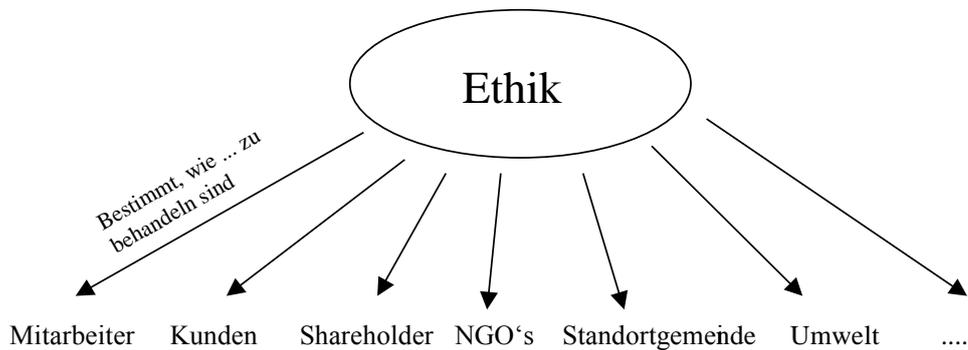
Wenn das Gewinnstreben als legitim gelten können soll, dann kann nicht dem ‚Gewinnprinzip‘, sondern muss der ethischen Reflexion der *Vorrang* eingeräumt werden. Ja, von einem „Gewinnprinzip“ (Steinmann/Löhr) zu sprechen, verbietet sich dann streng genommen, denn Prinzipien benennen das, was als normativ maßgeblich gelten soll. Es geht somit um nicht mehr und nicht weniger als darum, das unternehmerische *Erfolgs- und Gewinnstreben kategorisch der normativen Bedingung seiner Legitimität unterzuordnen*. Darin – und nicht im „Gewinnprinzip“ – ist das oberste unternehmensethische Prinzip zu erkennen.

Sollte mit dieser Unterordnung des Eigeninteresses – bzw. hier: des Interesses an der Erzielung von Gewinnen oder allgemeiner Einkommen – unter ethische Grundsätze die Vorstellung verbunden sein, die (Unternehmens-)Ethik würde auf eine ‚altruistische‘ Verleugnung der eigenen Interessen und auf eine heroische Selbstaufopferung hinauslaufen, so wäre dies eine krasse Fehlinterpretation.¹³¹ Die Unterscheidung von ‚Altruismus‘ und ‚Egoismus‘ ist gerade im Hinblick auf die Weichenstellungen, auf die es ankommt, unscharf. Auf der Ebene der *Prinzipien*, also auf der Ebene dessen, was *maßgeblich* sein soll, hat das Eigeninteresse – oder im Speziellen das Gewinninteresse – keinen Platz. Hier gilt die ethische Vernunft – letztlich in Form des „öffentlichen Vernunftgebrauchs“ (Kant) – unbedingt und vorrangig.

Auf der Ebene der *Gegenstände* („Themen“) des ethischen Urteils hingegen kommen die Eigeninteressen zum Zuge und buchstäblich zu ihrem (bedingten) Recht. Es sind ja letztlich nichts anderes als Interessen (bzw. Ansprüche oder Bedürfnisse), die ethisch zur Debatte stehen. Ohne verletzte bzw. verletzbare Ansprüche, ohne Eingriff in die oder Missachtung der Interessen anderer stünde ethisch schlicht nichts auf dem Spiel. Den Betroffenen könnte es, wenn sie irgendwie ‚interessen-‘ bzw. ‚bedürfnislos‘ wären, wie immer dies vorzustellen wäre, gleichgültig sein, wie mit ihnen umgegangen wird. Interessen sind die *Kandidaten* für legitime Ansprüche. Aber zu *legitimen* Interessen werden sie erst, indem sie sich der Prüfung ihrer Legitimität unterstellen.

¹³¹ Dies geht im Übrigen bereits aus der Bedeutung des [Zumutbarkeitsproblems](#) hervor.

Gewinn als Anspruch



Gewinnmaximierung

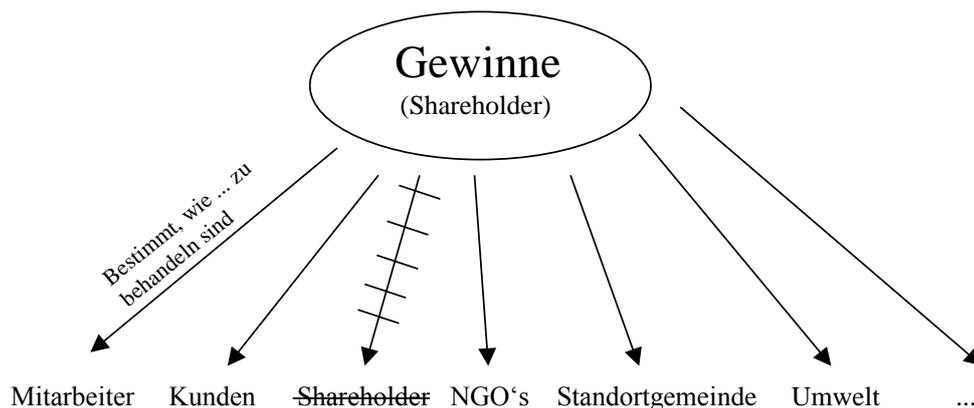


Abbildung 6: Das Verhältnis zwischen Gewinn und der Berücksichtigung von Stakeholderansprüchen unter dem Primat der Ethik einerseits, der Gewinnmaximierung andererseits.

Nun ist das unternehmerische Handeln zweifellos (fast definitionsgemäß) auf die Erzielung von Gewinnen – oder allgemeiner: von Einkommen – ausgerichtet und im Wesentlichen von daher motiviert. Die Gewinn- und Einkommenserzielung bildet den Ausgangspunkt und Anlass unternehmerischen Handelns – ansonsten hätten wir es mit einer anderen, etwa mit einer Non-Profit-Organisation zu tun. Auch dies bedeutet jedoch weder, dass der Gewinn bei allen Unternehmensaktivitäten den letzten Ausschlag geben müsste oder dürfte (Gewinn als Maßgabe), noch dass das Gewinnstreben und damit die unternehmerische Selbstbehauptung in Bausch und Bogen zu verwerfen wäre (Gewinn als pauschal illegitimer Anspruch). Dies wäre vollkommen abwegig und würde die existentiell bedeutsamen Wohlstandsleistungen der unternehmerischen Selbst-

behauptung sowohl für die Produzenten (Arbeitnehmer und Kapitalgeber) als auch für die Konsumenten vollkommen negieren. Auf das unternehmerische Gewinn- und Einkommensstreben ist also nicht etwa zu verzichten oder für eine „Ethik der roten Zahlen“¹³² zu plädieren, *doch ist das Erfolgsstreben von seiner Legitimierbarkeit abhängig zu machen.*

Diesem Selbstanspruch der Legitimierbarkeit und Verantwortbarkeit des unternehmerischen Handelns vor allen Betroffenen bzw. Stakeholdern kommt eine ethisch integre, *integrativ* denkende Unternehmensleitung dadurch nach, dass sie das unternehmerische Erfolgsstreben von vornherein und buchstäblich *von Grund auf* auf eine tragfähige normative ‚Geschäftsgrundlage‘, eine wahrliche Legitimationsbasis stellt. Im Unterschied zum ‚angewandten‘ oder ‚*korrektiven*‘ Ansatz wird Ethik hier nicht als ausnahmsweise anzuwendende Grenze des ‚normalerweise‘ als ethisch gerechtfertigt vermuteten ‚Gewinnprinzips‘ verstanden (‚*Richtigkeitsvermutung*‘), sondern als der tragende ‚Werteboden‘ einer *in sich* schon ethisch ‚wertvollen‘ Unternehmenspolitik und Geschäftsstrategie.

Nachträgliche Korrekturen an einer nicht von Grund auf ethisch fundierten Ausrichtung der Unternehmung erweisen sich häufig als ethisch nicht tragfähig – und kostspielig.¹³³ Hier liegen die Chancen einer Geschäftsethik, die auf *verdienter Reputation* basiert und die *darum* ökonomisch erfolgreich ist. Wir wenden uns dieser Konzeption und ihrer Abgrenzung vom Instrumentalismus in Abschnitt 8.4 zu.

8.2.2 Die beiden Stufen unternehmensethischer Verantwortung: Geschäftsintegrität und ordnungspolitische Mitverantwortung

Eine Unternehmenspolitik, die ihren betriebswirtschaftlichen Erfolg im Wettbewerb davon abhängig macht, dass er nur mit gesellschaftlich legitimen und sinnvollen Strategien der unternehmerischen Wertschöpfung erreicht werden kann, lässt sich als *integer* bezeichnen. ‚Integer‘ zu sein heißt zunächst wörtlich: Sich als ganze Person nicht spalten zu lassen. Integre Wirtschaftsakteure spalten also ihr wirtschaftliches Erfolgsdenken nicht von ihren besseren Einsichten als Menschen und Staatsbürger ab. Darum machen sie ihr Erfolgsstreben von dessen Legitimierbarkeit und Vertretbarkeit mit guten Gründen abhängig. Integrität ist also das genaue Gegenteil von *Opportunismus*.

Wie schlägt sich nun dieses Postulat der *Geschäftsintegrität* in der Ausrichtung der Unternehmung nieder? Und wie wird die Ethik in die Unternehmung ‚inte-

¹³² Vgl. Kuhn, Th.: Unternehmerische Verantwortung in der ökologischen Krise als ‚Ethik der gestaltbaren Zahlen‘, Bern/Stuttgart/Wien 1993, S. 5.

¹³³ Hier sei exemplarisch auf den Fall *Shell/Brent Spar* verwiesen, der oben bereits kurz erwähnt wurde. Shell musste die Reputationsverluste in der Öffentlichkeit mit hohem Werbeaufwand und vor allem mit einer Neuausrichtung der Unternehmenspolitik ‚bezahlen‘.

griert’? Klar sollte sein: Diese Aufgabe muss – gemäß der integrativen *Grundidee* der ethischen Fundierung des Wirtschaftens und der Vermeidung aller Reflexionsstopps – an der *Wurzel* der Unternehmensaktivitäten zu verorten sein. Der erste systematische Ort der Verwirklichung einer integren Geschäftspolitik ist daher die frei gewählte unternehmerische *Wertschöpfungsaufgabe*. Der damit angesprochenen *Geschäftsethik* wenden wir uns sogleich zu. Zunächst ist jedoch hervorzuheben, dass das Konzept einer integrativen Unternehmensethik in sich *zweistufig* angelegt sein muss.

Die normativen Möglichkeitsbedingungen einer lebensdienlichen unternehmerischen Handlungsorientierung lassen sich nämlich, wie insbesondere die Auseinandersetzung mit der ‚Möglichkeits-‘ bzw. *Zumutbarkeitsfrage* gezeigt hat, nicht auf die einzelwirtschaftlichen Handlungsspielräume eingrenzen, die innerhalb der empirisch vorgefundenen Rahmenordnung des Marktes gegeben sein mögen. Um einen unkritischen Reflexionsstopp vor den ‚Sachzwängen‘ zu vermeiden, ist die Ergänzung der Geschäftsethik um eine zweite grundlagenkritische Reflexionsebene *innerhalb* der Unternehmensethik notwendig. Auf dieser geht es um die Hinterfragung des normativen Geltungsanspruchs der bestehenden Spielregeln des Wettbewerbs und um die *republikanische Mitverantwortung der ‚Privatwirtschaft‘* für die branchen- und insbesondere die ordnungspolitischen Rahmenbedingungen, unter denen die einzelne Unternehmung sich die Aufgabe überhaupt zumuten lässt, sich um unternehmensethische *Synthesen* unter den Bedingungen der Selbstbehauptung im Wettbewerb zu bemühen. Denn diese Spielregeln sind es, in die gemäß der Grundidee deliberativer Ordnungspolitik die einzelwirtschaftlichen Aktivitäten *einzubetten* sind, und die das unternehmerische Wirtschaften insofern – auf ethisch möglichst geklärter Grundlage – konstituieren bzw. erst ermöglichen.¹³⁴

Als systematische Konsequenz ist die integrative Unternehmensethik *in sich* schon *zweistufig* zu konzipieren. „In sich“ bedeutet, dass die Vorordnung der Ordnungs- vor der Unternehmensethik (ebenso wie anderer, auf das Handeln unmittelbar bezogener Ethiken, etwa die Konsumethik) *im und durch das Unternehmen* selbst mitzuvollziehen ist – und nicht einfach pauschal ‚der Politik‘ überantwortet werden kann. Die Integration von Ethik und betriebswirtschaftlicher Erfolgslogik wird mithin als unternehmerische Herausforderung der Geschäftsintegrität begriffen (1. Stufe), die jedoch ordnungspolitisch zu ermöglichen und zu unterstützen ist, wofür die Unternehmensleitungen über die unmittelbare Geschäftsethik hinaus ihre republikanisch-politische Mitverantwortung (2. Stufe) auf Firmen- ebenso wie auf Verbandsebene erkennen und wahrnehmen sollen (vgl. Abb. 7).

¹³⁴ Vgl. zur integrativ-ethischen Idee der Einbettung und der ordnungsethischen Konstitution des Wirtschaftens an seiner Wurzel die Abschnitte 5.4.1, 7.2.2 sowie 7.3.

1. Stufe: Die unternehmerische Wertschöpfungsaufgabe (Geschäftsethik)

Wie bereits [oben](#) erwähnt, besteht das primäre Motiv der im weiteren Sinne unternehmerisch Tätigen (Mitarbeiter, Management und Kapitalgeber) üblicherweise in der Erzielung von Einkommen und Gewinnen. Eine an der [Lebensdienlichkeit](#) ausgerichtete Unternehmenspolitik ist jedoch weiter zu verstehen. Sie schließt neben der ‚unnachlasslichen‘ Pflicht der Legitimierbarkeit des eigenen Handelns vor allen Betroffenen das ‚verdienstliche‘ Bestreben ein, möglichst lebenspraktisch *sinnvolle* Werte zu schaffen.¹³⁵

Eine dementsprechende *gesellschaftliche Funktionsorientierung* der Unternehmung (‚Welche Funktion wollen wir in der und für die Gesellschaft übernehmen?‘) könnte beispielsweise dahin gehen, dass ein in der Nahrungsmittelproduktion tätiger ‚global player‘ den Sinn der Ausweitung seiner Geschäftstätigkeit in unter- oder fehlentwickelte Länder mit einem erheblichen Anteil schlecht versorgter Menschen in einem umfassenden Beitrag zur Verbesserung der Ernährungslage sieht (statt nur im Verkauf nicht lebensnotwendiger Genussartikel für eine schmale kaufkräftige Oberschicht) und dabei auch die markt-internen Effekte auf die gewachsenen, meist kleingewerblichen Strukturen der lokalen Produzenten und Händler beachtet, indem diese in das neue Versorgungssystem behutsam integriert (statt einfach mit überlegener Marktmacht und Effizienz in den Ruin getrieben) werden. Oder ein Automobilhersteller könnte seine neue gesellschaftliche Funktion in der Entwicklung innovativer und integrierter Verkehrssysteme erkennen, die insgesamt zu einem auch ökologisch effizienteren Gesamtverkehr führen (statt nur immer noch mehr Individualfahrzeuge auf die bereits überfüllten Strassen zu bringen). Nicht „Wir stellen Autos her“, sondern „Wir bewegen Leute“ – so könnte die gesellschaftliche Funktionsbestimmung eines Automobilherstellers lauten.¹³⁶

Als ein aktuelles *Beispiel* einer solchen funktionsorientierten Unternehmenspolitik, die sich an einer ethisch fundierten Vision orientiert, lässt sich die Neuorientierung der Shell AG begreifen.¹³⁷

Die Firma versteht sich als ein „weltweit tätiges Energieunternehmen“, das die „zentrale Herausforderung“ erkennt und anerkennt, einen Beitrag dazu zu leisten,

¹³⁵ Vgl. zur Kant'schen Unterscheidung zwischen „verdienstlichen“ und „unnachlasslichen“ Pflichten Abschnitt 1.4.2.

¹³⁶ Eine solche Idee funktionsorientierter Unternehmenspolitik wurde bereits in den 70er Jahren von Jantsch vorgeschlagen. Vgl. Jantsch, E.: Unternehmung und Umweltsysteme, in: Hentsch, B./Malik, F. (Hrsg.), Systemorientiertes Management, Bern/Stuttgart 1973, S. 27-46, hier S. 33. Vgl. hierzu auch Ulrich/Fluri (1995: 68 ff.); sowie Pfriem, R.: Unternehmenspolitik in sozialökologischen Perspektiven, Marburg 1995, S. 262 ff.

¹³⁷ Vgl. hierzu und für das Folgende insbesondere den Vortrag von Fritz Vahrenholt, von 1998-2000 Mitglied des Vorstands der Deutschen Shell AG: Zukunftsfähigkeit aus Sicht eines Unternehmens, Berlin, September 1999. Vgl. darüber hinaus auch Keller, Ch.: Das Ende eines Feindbildes, in: Tages-Anzeiger: Das Magazin, 10. Juli 2000.

„die ständig wachsende Weltbevölkerung ausreichend mit Energie zu versorgen und dabei die drohende Klimaveränderung und Überbeanspruchung der Öko-Systeme abzuwenden ...“¹³⁸

Aus dieser Sicht hat die Firma ihre ‚Vision‘ und Verantwortung darin erkannt, ihre gesellschaftliche Funktion als Energielieferant nicht durch eine bloße Fortschreibung ihres bisherigen Kerngeschäfts, der Gewinnung und dem Vertrieb von Erdöl, zu definieren, sondern tatkräftig zur Steigerung der Energieeffizienz sowie zur „Erforschung, Entwicklung und Einführung von alternativen Brennstoff- und Antriebstechnologien“ beizutragen. Die funktionsorientierte Devise, so ließe sich sagen, lautet: ‚Wir versorgen die Leute mit möglichst nachhaltiger Energie‘ statt ‚Wir verkaufen Erdöl‘.

¹³⁸ Vahrenholt (1999).

2. Stufe der Verantwortung:

Republikanische Unternehmensethik

Kritische Hinterfragung gegebener Wettbewerbsbedingungen, die in unternehmensethische Dilemmasituationen führen

1. Stufe der Verantwortung: **Geschäftsethik**

Suche nach rentablen Wegen sozialökonomisch sinnvollen und legitimen Wirtschaftens innerhalb der ordnungspolitischen Rahmenbedingungen (Geschäftsintegrität)

▶ **unternehmerische Wertschöpfungsaufgabe:** lebensdienlicher Unternehmenszweck auf einer tragfähigen normativen „Geschäftsgrundlage“ (Legitimitätsprämisse und Sinnggebung)

▶ **branchen- und ordnungspolitische Mitverantwortung** für ethisch verantwortbare Standards und Rahmenbedingungen des Wettbewerbs (*ordoliberal*es Engagement in Richtung einer vitalpolitisch eingebundenen, lebensdienlichen Marktwirtschaft)

Abbildung 7: Intern zweistufiges Konzept der Unternehmensethik

Aus der Perspektive der integrativen Unternehmensethik ist hier der Gedanke richtungweisend, dass die Lebensdienlichkeit der unternehmerischen Wertschöpfungsidee als die konstitutive ethische *und* funktionale *Grundlage* des Geschäftserfolgs verstanden wird. Am Anfang steht nicht ein strategisches Kalkül, sondern die lebenspraktische Frage: „Wofür setzen wir uns ein?“¹³⁹ Je besser durchdacht der ethische Unterbau einer Geschäftsstrategie ist und je mehr er den sozialökonomischen Herausforderungen der Zeit gerecht wird, um so leichter wird es in der Regel sein, eine unternehmerische Synthese zwischen Ethik und marktstrategischer Erfolgslogik zu finden, da die Stakeholder einer solchen Unternehmung gerne ihre Unterstützung (in Form von Kaufkraft und Motivation) geben. Und je überzeugender diese Synthese gelingt, um so eher wird die Unternehmensleitung in unternehmenspolitischen Konfliktsituationen gute Gründe zur Rechtfertigung ihres Tuns und damit des unternehmerischen Erfolgs vorzuweisen haben, der auf *verdienter Reputation* basiert.

Die Bestimmung der unternehmerischen Wertschöpfungsaufgabe ist zugleich der systematische Ort, an dem die Unternehmensleitung die Möglichkeit einer von Grund auf in ethischer Hinsicht reflektierten strategischen Wahl der markt-spezifischen ‚Sachzwänge‘ hat, unter die sie sich selbst stellt. Die Bestimmung einer Unternehmensidee, die auf der Schaffung echter lebenspraktischer Werte beruht und ethisch fragwürdige Geschäftsfelder von vornherein meidet, ist so gesehen die beste *Vorsorge* gegen das Risiko, in unternehmensethische Dilemmasituationen zwischen dem ‚Zwang‘ der Selbstbehauptung im Markt und unvorhergesehenen moralischen ‚Zumutungen‘ zu geraten. Insofern ist es unternehmerisch klug, wenn neue Geschäftsstrategien von Anfang an auf einer auch in ethischer Perspektive zukunftsfähigen Schnittfläche *möglicher* geschäftspolitischer Synthesen aufzubauen:

„Wir können Ethik und Strategie nicht verbinden, wenn es keinen Schnittpunkt gibt zwischen den Werten, die wir vertreten, und den Geschäftspraktiken, in denen diese Werte zum Ausdruck kommen. Wenn wir unsere Strategie wirklich auf Moral aufbauen und nicht nur eine nachträgliche Rechtfertigung für unsere Handlungen suchen, dann müssen wir die Frage: ‘Wofür setzen wir uns ein?’ bereits vor unseren grundlegenden strategischen Entscheidungen stellen. Wir können sie nicht auf später verschieben.“¹⁴⁰

2. Stufe: Die branchen- und ordnungspolitische Mitverantwortung der Privatwirtschaft (republikanische Unternehmensethik)

Auch wenn sich unternehmerisch durchaus eine gewisse ‚Harmonisierung‘ von ‚Ethik‘ und ‚Erfolg‘ durch gelungene geschäftsstrategische Synthesen erreichen lässt, so gibt es doch keine Garantie, dass solch ein ethisch ‚verdienter‘ Unter-

¹³⁹ Freeman, R. E./Gilbert, D. R.: Unternehmensstrategie, Ethik und persönliche Verantwortung, Frankfurt/New York 1991, S. 97 f.

¹⁴⁰ Freeman/Gilbert (1991: 98).

nehmerserfolg tatsächlich gelingt. Das Zumutbarkeitsproblem bleibt auf einzelwirtschaftlicher Ebene prinzipiell bestehen, auch wenn es dort durch eine ethisch wohlreflektierte ‚Vision‘ wesentlich entschärft werden kann. Auch stellt sich, wie wir gesehen haben, ein sekundäres Zumutbarkeitsproblem. Daher gilt es, die ungelösten Zumutbarkeitsprobleme gleichsam auf eine höhere institutionelle Stufe zu verlagern und dort zu lösen – also auf der Ebene der Ordnungspolitik oder auch durch ‚subpolitisch‘ vereinbarte Branchenstandards. Richard De George spricht hier von einem „ethical displacement“, also der ‚Verlagerung‘ des Problems auf einen ‚höheren‘ institutionellen Ort.¹⁴¹

Die einzelwirtschaftliche *Zumutbarkeit* der Aufgabe, eine lebensdienliche unternehmerische Wertschöpfungskonzeption zu realisieren, hängt wesentlich von den ordnungspolitischen Rahmenbedingungen ab, unter denen sich die Unternehmen im Wettbewerb behaupten müssen. Es ist die teilweise bestehende „organisierte Unverantwortlichkeit“ (Ulrich Beck) der politisch konstituierten Wirtschaftsordnung, die die Unternehmer überhaupt erst strukturell in unternehmensethisch dilemmatischen Sachzwangssituationen gefangen hält.¹⁴² Republikanisch eingestellte, integre Führungskräfte der Wirtschaft, die es mit lebensdienlichem Werteschaffen ernst meinen, werden sich in solchen Fällen nicht achselzuckend mit dem Verweis auf Sachzwänge der Selbstbehauptung unter den gegebenen Wettbewerbsbedingungen begnügen, sondern ethisch begründete Reformen der Rahmenordnung begrüßen, unterstützen oder gar initiieren.

Zwar liegt die ethische Qualität der Spielregeln und Rahmenbedingungen des Wirtschaftens nicht unbedingt im Eigeninteresse derjenigen, die an nichts als an einer möglichst hohen Verzinsung ihres eingesetzten Kapitals – bzw. allgemeiner: der Maximierung ihres Einkommens – interessiert sind. Anders verhält es sich jedoch bei Unternehmern und Führungskräften der Wirtschaft, die den Unternehmenserfolg nur mit legitimen und lebenspraktisch sinnvollen Unternehmensstrategien erreichen wollen und sich daher um ethisch-strategische Synthesen bemühen. Zu deren *ethisch aufgeklärtem Eigeninteresse* gehören Rahmenbedingungen des Wettbewerbs, die so beschaffen sind, dass sie ethisch höherwertiges unternehmerisches Verhalten durch entsprechende Kostenvorteile ‚anreizen‘ oder belohnen und umgekehrt vitalpolitisch minderwertiges Geschäftsgebaren durch Kostennachteile ‚abreizen‘ oder benachteiligen.¹⁴³ Denn sie wollen selbstverständlich unternehmerisch erfolgreich sein; jedoch nur, wenn dies in

¹⁴¹ Vgl. De George (1993a: 97 f.). Allerdings könnte der Begriff eines „ethical displacement“ aus der Sicht einer integrativen Ordnungsethik, wie sie hier vertreten wird, zu dem Fehltril verleiten, die Ebene der Ordnungspolitik wäre nur ausnahmsweise und subsidiär ins Spiel zu bringen. Demgegenüber wird hier die Ansicht vertreten, dass die politische Ebene der Wirtschaftsordnung die Regeln des Wirtschaftens – in möglichst lebensdienlicher Weise – *konstituiert*. Vgl. hierzu oben Abschnitt 7.3.

¹⁴² Dies gilt natürlich nur, insofern zu einer (Markt-)Wirtschaftsordnung auch die Bestimmung der Grenzen des Marktes bzw. Wettbewerbs gehört.

¹⁴³ Das *ethisch aufgeklärte Eigeninteresse* ist nicht zu verwechseln mit dem ‚wahren‘ (durchsetzbaren) Interesse.

lebensdienlicher Weise möglich ist, bzw. nur, soweit die Ordnungsregeln des Wirtschaftens dies in zumutbarer Weise erlauben.

Nun könnte man annehmen, die Gestaltung einer lebensdienlichen Rahmenordnung sei Sache der Politik bzw. der republikanisch engagierten Bürger. Zu diesen zählen natürlich auch die Führungskräfte der Wirtschaft. Doch habe ihr staatsbürgerliches Engagement mit ihrer Management-Funktion nichts zu tun. Eine solche Sicht verkennt nicht nur den [Integritätsgedanken](#), sondern auch, dass die Qualität der Rahmenordnung der Marktwirtschaft erfahrungsgemäß nicht viel besser ist, als diejenigen, die realpolitisch das ‚Sagen‘ haben, sie effektiv haben wollen – und das sind nicht zuletzt die Führungskräfte der Wirtschaft, und zwar nicht als Privatpersonen, sondern als Firmenvertreter, ebenso wie die realpolitisch einflussreichen Wirtschaftsverbände (Branchenverbände).

Unternehmer und Führungskräfte der Wirtschaft, die an einer Unternehmenspolitik mit hohem sozialökonomischem Wertberücksichtigungspotential wirklich interessiert sind, erkennen daher ihre *republikanische* bzw. *ordnungspolitische Mitverantwortung* für die ethische Qualität der Spielregeln und Rahmenbedingungen, unter denen sie das ‚Wettbewerbsspiel‘ betreiben wollen. Um eine *Mit-* statt um eine *Alleinverantwortung* handelt es sich dabei nicht nur, weil die republikanische Bürgerverantwortung für die ‚Wohlgeordnetheit‘ der Gesellschaft stets eine gemeinsam zu teilende Verantwortung ist, sondern auch, weil die Führungskräfte der Wirtschaft selbstverständlich weder allein die ganz Last dieser Verantwortung tragen sollen, noch allein – sozusagen nach ihrem Gusto – bestimmen sollen, worin eine lebensdienliche Wirtschaftsordnung bestehen soll.

Bereits unterhalb der Ebene der staatlichen Ordnungspolitik lässt sich das Zumutbarkeitsproblem und das [Verbindlichkeitsproblem](#) mit Hilfe ethisch orientierter Branchenvereinbarungen angehen. Diese sind Ausdruck der kollektiv-autonomen Selbstbindung eines Wirtschaftszweiges, sei es zum Zwecke der (vorläufigen) Kompensation fehlender gesetzlicher Regelungen oder zur Durchsetzung von Wettbewerbsbedingungen, die im Vergleich zu den geltenden Gesetzen ethisch höherwertig sind und insofern eine Vorreiterfunktion übernehmen. Ein *Beispiel* ist das Selbstverpflichtungsprogramm [Responsible Care](#) des Internationalen Verbandes der Chemischen Industrie.

Das derzeit bedeutendste Selbstverpflichtungsprogramm dürfte der UN [Global Compact](#) sein, der 1990 vom damaligen Generalsekretär der Vereinten Nationen, Kofi Annan, ins Leben gerufen wurde.¹⁴⁴ Der „Pakt“ richtet sich an die Unternehmen aller Nationen und aller Branchen und fordert diese auf, sich freiwillig zur Einhaltung und Förderung von zehn Grundsätzen aus den Bereichen der

¹⁴⁴ Vgl. Thielemann, U./Ulrich, P.: Standards guter Unternehmensführung. Zwölf internationale Initiativen und ihr normativer Orientierungsgehalt, St. Galler Beiträge zur Wirtschaftsethik, Bd. 43, Bern/Stuttgart/Wien 2009, S. 129-147.

Grund- und Menschenrechte, der ökologischen Nachhaltigkeit, der Arbeitnehmerrechte sowie Anti-Korruptionsnormen einzusetzen und darauf hinzuwirken, dass diese Grundsätze zu einem „integralen Bestandteil der Geschäftsstrategie, des Tagesgeschäfts und der Organisationskultur werden.“¹⁴⁵

Stets kann der praktische Sinn einer ethischen Branchenvereinbarung darin erblickt werden, einen gemeinsamen Branchenstandard zu bestimmen und für möglichst alle Firmen der Branche verbindlich festzulegen, um angesichts eines Dilemmas zwischen moralisch erwünschtem und marktstrategisch vorteilhaftem Verhalten ethisch wertvolle Innovationen vor der Ausbeutung durch Konkurrenten mit niedrigeren Standards zu schützen: Durch die Vereinbarung von ethischen Branchenstandards werden Geschäftspraktiken, die diese Standards unterlaufen, zu vermeidenswerten Formen des *moral free-riding* und damit des *unlauteren Wettbewerbs* erklärt.

Ethische Branchenstandards sind, soweit es sich tatsächlich um solche handelt, dabei nicht mit Kartellen zu verwechseln. Es geht wohlverstandenerweise nicht darum, den Wettbewerb innerhalb der Branche *generell* auszuschalten, sondern nur darum, ihn *hinsichtlich ethisch nicht verantwortbarer* und insofern *unlauterer* Praktiken in vertretbarem Rahmen zu halten. Der sonstige Preis- und Qualitätswettbewerb wird davon nicht berührt. Im Gegenteil, er verschärft sich insofern, als der Branchenstandard höhere Anforderungen setzt, um in der Branche ‚mitspielen‘ zu können.

Das sich hieraus ergebende *sekundäre Zumutbarkeitsproblem* ist auf Branchenebene nur begrenzt lösbar. Hier besteht nicht nur ein Durchsetzungs-, sondern zugleich ein Beurteilungsproblem dahingehend, ob der Branchenstandard nicht für einige Branchenmitglieder übergebührlige Härten erzeugt. Was das Durchsetzungsproblem anbelangt, so beschränken sich die Sanktionsmöglichkeiten eines Branchenverbandes und damit die Reichweite von Branchenstandards auf den Ausschluss nicht kooperationsbereiter Firmen, die dann vermutlich als ‚schwarze Schafe‘ gelten und Reputationsverluste hinzunehmen haben. Wirksam dürften Branchenstandards daher vor allem in sogenannten „Kleinkostensituationen“ sein.¹⁴⁶ Jedenfalls sind sie hier definitionsgemäß zumutbar. Denn was eine „Klein-“ oder eine „Großkostensituation“ ist, muss gerade danach beurteilt werden, was zumutbar ist und was nicht.

In „Großkostensituationen“ reichen ‚privatwirtschaftliche‘ Selbstverpflichtungen eines Branchenverbandes hingegen nicht mehr aus, um das Zumutbarkeits-

¹⁴⁵ www.unglobalcompact.org/HowToParticipate/Business_Participation/How_To_Join_the_Global_Compact.html, Übers.d.V.

¹⁴⁶ Vgl. hierzu Kirchgässner, G.: Towards A Theory of Low-Cost Decisions, in: European Journal of Political Economy, 1992, S. 305-320; speziell mit Blick auf Branchenvereinbarungen vgl. Osterloh, M.: Interorganisatorisches Lernen in ethischen Branchenvereinbarungen. Diskussionsbeitrag Nr. 18 des Instituts für betriebswirtschaftliche Forschung an der Universität Zürich, Zürich 1995, S. 9.

problem zufriedenstellend zu lösen. Ohne ‚ethical displacement‘ auf die Ebene rechtsstaatlich gewährleisteter Ordnungspolitik macht sich das Zumutbarkeitsproblem dann vermutlich weniger darin bemerkbar, dass wettbewerbsschwächere Firmen, die den gleichen Standards genügen sollen wie die ‚ethischen Branchenleader‘, in ökonomische Schwierigkeiten geraten, als wohl eher in von *vorn herein* niedrigen bzw. zu niedrig angesetzten Standards. Entsprechend stehen NGOs den ‚Selbstverpflichtungen der Industrie‘ (einschließlich des Global Compact) eher skeptisch gegenüber und vergeben, statt Lob auszusprechen, so genannte „Greenwash-“, oder „Bluewash-Awards“.¹⁴⁷

Hier zeigt sich: Branchenvereinbarungen sind nicht nur im Hinblick auf ihre Eignung zu betrachten, Lösungen für das Zumutbarkeits- und das moralischen Free-Rider-Problem zu finden, sondern auch unter dem Gesichtspunkt der *ethischen Beurteilung* sowohl der Standards, die in der Wirtschaft gelten sollen, als auch der Zumutbarkeit ihrer Einhaltung. Letzte ethische Beurteilungsinstanz ist die kritische Öffentlichkeit – nicht etwa eine Branche und ihre Interessenverbände. Denn grundlegende gesellschaftspolitische Fragen, deren Beantwortung nicht der Privatwirtschaft überlassen werden kann, sind eine öffentliche Sache deliberativer Politik (der natürlich auch die Branchenvertreter als republikanische Wirtschaftsbürger angehören).

Wahrhaft republikanisch gesinnte Manager, die an der Lebensdienlichkeit ihres Wirtschaftens interessiert sind, sind sich dieser beiden Grenzen verbandspolitischer, d.h. letztlich privatwirtschaftlicher Regelungen bewusst. Da sie den ethischen Prinzipien der *Res publica* den systematischen Vorrang vor ihren wirtschaftlichen Eigeninteressen einräumen, setzen sie sich mitverantwortlich ein für einen vitalpolitisch ausgerichteten ordnungspolitischen Rahmen ihrer privatwirtschaftlichen Aktivitäten ebenso wie für möglicherweise zusätzlich zu treffende Branchenvereinbarungen. *Sie* haben dabei nichts zu verlieren. Daher setzen sie sich beispielsweise dafür ein, dass der Global Compact, der ja nach Ansicht vieler NGOs von einigen Unternehmen als bloßes Reputationsinstrument missbraucht wird („Bluewashing“), zumindest milde Formen der Sanktionierung vorsieht, wie etwa den Ausschluss von Unternehmen, „die den Global Compact zwar unterzeichnet haben, dessen Prinzipien aber gering achten,“ und ihn als „Deckmantel“ nutzen.¹⁴⁸ Oder sie unterstützen gar, wie die [Business Leaders Initiative On Human Rights](#), die Bemühungen hin zu einer globalen, sanktionsbewehrten Rahmenordnung, wie sie insbesondere die “Norms of the Responsibilities of Transnational Enterprises and Other Business Enterprises with Regard to Human Rights” der UN darstellten.¹⁴⁹

¹⁴⁷ Vgl. die Website von [Corporate Watch](#) oder die Website [sinsofgreenwashing.org](#). “Bluewashing” bezieht sich dabei insbesondere auf den UN Global Compact und die Farbe des UN-Signets.

¹⁴⁸ Vasella, D.: Schutz der Menschenwürde ist Unternehmensaufgabe, in: Handelszeitung, 5. Mai 2004. Daniel Vasella ist Präsident und CEO der Novartis AG.

¹⁴⁹ Dieser Versuch der Etablierung einer globalen Rahmenordnung scheiterte (vorerst). Vgl. zum Sinn und zu den Hintergründen Wettstein, F.: Multinational Corporations and Global Justice. Human Rights Obligations

Eher bedenklich stimmen sollte demgegenüber die Erläuterung, die der *Deutsche Verband der Chemischen Industrie* (VCI) für seine „Selbstverpflichtung“ zu einem „wirksamen Umweltschutz“ anführt:

„Selbstverpflichtungen haben einen Vorteil gegenüber Verordnungen oder Steuern: Sie legen Ziele fest, lassen aber den Firmen die Wahl, wie sie diese am besten erreichen. Solche flexiblen Lösungen stärken die Bereitschaft und Fähigkeit zu Innovationen, und zudem wird der Verwaltungsaufwand erheblich reduziert. Von einem solchen Umwelt- und Verbraucherschutz profitieren letztlich wir alle.“¹⁵⁰

Nur, *wer* legt die „Ziele“ fest? Und nach welchen Kriterien? Die Gefahr besteht ja, dass die Standards eher niedrig angesetzt werden – möglicherweise zu niedrig; dass in eher marginalen Fragen ‚kosmetische‘ Zugeständnisse gemacht werden, die tatsächlich drängenden Probleme jedoch nicht angegangen werden, weil ihre Lösung weitaus schmerzhafter wäre; dass der „Vorteil“ (für wen?) der „Selbstverpflichtung“ mithin weniger in der durch die Industrie selbst bestimmten Weise liegt, „*wie*“ die Standards zu erfüllen sind, sondern *welche* Standards (nämlich eher niedrige) überhaupt erfüllt werden. Diese ja nahe liegenden Gefahren der Verwässerung bleiben unerwähnt. An *Glaubwürdigkeit*¹⁵¹ gewinnen würde die Branchenvereinbarung demgegenüber, wenn diese Gefahren offen angesprochen werden (statt sie harmonistisch mit angeblichen Vorteilen für „alle“ zu übertünchen) – und wenn die kritischen Experten der gegenwärtigen Standards zu einem echten Dialog eingeladen würden. Damit sind wir bei der Frage, wie dem Grundsatz der Geschäftsintegrität im Unternehmensalltag nachzukommen ist.

8.3 Der Stakeholderdialog als Ort deliberativer Unternehmenspolitik

Welche Ansprüche hat die Unternehmensführung nun konkret zu beachten? Wäre es nicht ‚praktisch‘, wenn ausgewiesene Wirtschaftsethiker hier eine Liste erstellen könnten, die dem Management möglichst klare Kriterien dafür an die Hand gibt, wie in Konfliktfällen zwischen den verschiedenen Stakeholderansprüchen zu entscheiden ist, so dass die Unternehmenspolitik mit dem Prüfsiegel ‚legitim‘ versehen werden könnte? Natürlich sollte die Liste keine ‚unrealistischen‘ Forderungen enthalten ...

Oben, im Zusammenhang mit dem ethisch bewussten Investieren, haben wir uns bereits mit dem verführerischen Ruf nach ‚ethischen Checklisten‘ auseinandergesetzt. Dort haben wir gesehen, dass eine moderne (Unternehmens-)Ethik keine abschließende Liste mit Stakeholderrechten vorschlagen kann, denn dies

of a Quasi-Governmental Institution, Stanford 2009, S. 248, 342-347.

¹⁵⁰ Deutscher Verband der Chemischen Industrie: [Zum Thema Umwelt- und Verbraucherschutz: Wirksamer Umweltschutz durch Selbstverpflichtung](#) (o.J.).

¹⁵¹ Glaubwürdigkeit ist übrigens kein ethisches Kriterium. So lässt sich beispielsweise formulieren: ‚Der Bankräuber versicherte glaubwürdig, dass seine Pistole geladen sei.‘

würde die moralische Autonomie und Urteilskompetenz der Beteiligten und Betroffenen – einschließlich des Managements – unterlaufen, und die situationsbezogene Urteilskompetenz derjenigen, die entsprechende ‚Checklisten‘ aufstellen, in nahezu absurder, jedenfalls illegitimer Weise normativ überhöhen. Eine moderne, diskursethisch fundierte Unternehmensethik klärt die Beteiligten und Betroffenen durch Werterhellung lediglich auf und stärkt somit *deren* Urteilskompetenz.

Mit den Stakeholderansprüchen ist die Unternehmensleitung so oder so konfrontiert – zumindest wenn diese von bestandswichtigen Stakeholdern artikuliert werden. Nach welcher *Maßgabe* sind diese Ansprüche zu berücksichtigen? Dass sie nicht nach Maßgabe ihrer Zweckdienlichkeit für das Gewinnziel berücksichtigt werden können, haben wir bereits hinreichend geklärt.¹⁵² Vielmehr sind sie nach *Maßgabe ihrer Legitimität* zu berücksichtigen. Und was legitim ist und was nicht, dies muss stets erneut geklärt werden, wobei der allgemeine Ort dieser Klärung der prinzipiell öffentliche Diskurs bzw. der Dialog ist.¹⁵³

Damit ist die Idee des Stakeholderdialogs grundsätzlich eingeführt. Der Diskurs ist eine (im weiteren Sinne) politische Veranstaltung.¹⁵⁴ Konfligierende Auffassungen über die richtige Ausrichtung der Unternehmensaktivitäten prallen aufeinander und suchen nach Klärung. Dies macht sich insbesondere bei großen, „öffentlich exponierten“¹⁵⁵ Unternehmen bemerkbar, die im Brennpunkt gesellschaftlicher Wert- und Interessenkonflikte stehen. Unter diesen Umständen erweist sich die gesellschaftsrechtliche Privatautonomie privatwirtschaftlich verfasster Unternehmen als juristische Fiktion; faktisch sind vor allem größere Unternehmen längst zu *quasi-öffentlichen Institutionen* geworden: Ihre Eigentumsbasis ist zwar privat, aber ihre Wirkungszusammenhänge sind weitestgehend öffentlich relevant.¹⁵⁶

Entsprechend ist die Geschäftspolitik der Unternehmen (übrigens nicht nur von Großunternehmen) als wirkliche *Politik der Unternehmung* zu begreifen,¹⁵⁷ die in (diskursethischen) Kategorien ethisch-rationaler Politik zu konzipieren ist, und das bedeutet: als deliberative Politik. Es bietet sich somit die Leitidee *deliberativer Unternehmenspolitik* an. Zwar ist und bleibt es die Aufgabe der Un-

¹⁵² Vgl. die Abschnitte 4.4.2 und 8.2.1.

¹⁵³ Vgl. dazu auch Scherer, A.G./Palazzo, G.: Toward a political conception of corporate responsibility: Business and society seen from a Habermasian perspective, in: *Academy of Management Review*, 32 (2007), 4, S. 1096-1120.

¹⁵⁴ Wir gebrauchen die Begriffe ‘Dialog’ und ‘Diskurs’ weitgehend analog. Allenfalls ließe sich ein Unterschied darin erblicken, dass der (ideale) Diskurs die regulative Idee für reale Dialoge darstellt, diese also weniger strengen argumentativen Anforderungen genügen als Diskurse.

¹⁵⁵ Vgl. Dyllick, Th.: *Management der Umweltbeziehungen. Öffentliche Auseinandersetzungen als Herausforderung*, Wiesbaden 1989, S. 15 ff.

¹⁵⁶ Vgl. Ulrich, P.: *Die Grossunternehmung als quasi-öffentliche Institution. Eine politische Theorie der Unternehmung*, Stuttgart 1977, S. 159 ff.; ders./Fluri (1995: 60 ff.).

¹⁵⁷ Vgl. bereits oben unsere Ausführungen im Zusammenhang der Fallstudie Shell/Nigeria.

ternehmensleitung, eine Wertschöpfungskonzeption der Unternehmung vorzuschlagen, wobei diese bereits dem Gedanken der Lebensdienlichkeit Rechnung tragen sollte. Dies ist die Frage danach, *welche* Werte das Unternehmen schaffen soll. Doch ist zur Sicherung einer legitimen Wertschöpfungs- und Wertverzehrsverteilung und damit der Geschäftsintegrität diese Wertschöpfungskonzeption in einem unternehmenspolitischen Deliberationsprozess mit allen Stakeholdern vorbehaltlos zur Disposition zu stellen und gegenüber allen Betroffenen zu begründen. Dies ist die Frage danach, *für wen* Werte zu schaffen sind.

Unter den Stichworten „*Dialogorientierte Unternehmenskommunikation*“¹⁵⁸ oder schlicht „*Unternehmensdialog*“¹⁵⁹ bemächtigt sich zunehmend die *Public-Relations*-Lehre der Ideen des Stakeholderdialogs.¹⁶⁰ Allerdings wird in diesen Vorschlägen die kategoriale Differenz zwischen einem echten Legitimationsdiskurs und einer [Akzeptanzsicherungsstrategie](#), wie sie das instrumentalistische Konzept von Unternehmensethik kennzeichnet, oftmals – ja beinahe in der Regel – verwischt. Hier scheint man insbesondere in den USA wenig zimperlich zu sein. Ein Paradebeispiel für die Reduktion des Stakeholderdialogs auf eine Veranstaltung zur Sicherung der Akzeptanz im Sinne so genannten „reputation managements“ bietet die entsprechende Website der US-amerikanischen PR-Agentur HRN:

„HRN has spent over a decade working with clients to help them develop *productive dialogues* with opinion leaders which enhance *reputation* in ways that support *competitive advantage*. The HRN approach, which we call the *Stakeholder Dialogue Process*, is targeted at developing relationships with *influentials* based on identifying a *common interest*. The outcome of *successful* dialogue is *advocacy*.

The HRN process achieves this through systematic and *focused* communication. We call it 'targeted messages to targeted audiences.' Steps in this process include:

- Identifying influentials who make up *key audiences of importance*, including those *who can directly or indirectly influence public policy affecting the company*;
- Assessing the perceptions of influentials with a focus on understanding *which company messages are appropriate for which audiences* and developing communications campaigns which *enhance company reputation*; ...¹⁶¹

Der „Service“, den die Firma hier bietet, entspricht nahezu vollständig dem machtstrategisch verkürzten Stakeholder-Verständnis:¹⁶² Der Dialog wird nur mit „einflussreichen“ Stakeholdern („influentials“) geführt, wobei offen ausgesprochen wird, dass diese dadurch zu definieren sind, ob sie „direkt oder indi-

¹⁵⁸ Bentele, G./Steinmann, H./Zerfass, A. (Hrsg.): Dialogorientierte Unternehmenskommunikation. Grundlagen – Praxiserfahrungen – Perspektiven, Berlin 1996.

¹⁵⁹ Steinmann/Zerfass (1993), (1995).

¹⁶⁰ Vgl. hierzu auch Zajitschek (1997).

¹⁶¹ HRN Services: Stakeholder Dialogue & Opinion Leader Communications Campaigns (o.J.), zusätzliche Hvh.d.V.

¹⁶² Vgl. die Abschnitte 4.4.2 und 4.4.2.

rekt“ die Unternehmung „beeinflussen“ können oder nicht. Die Ansprüche von Stakeholdern, die keine Macht haben, bleiben also unberücksichtigt. Und auch die berücksichtigten Stakeholderansprüche werden *nach Maßgabe* der Macht, mit der sie vertreten werden, berücksichtigt, bzw. nach Maßgabe ihrer Zweckdienlichkeit für den Unternehmenserfolg. So bemisst sich der „Erfolg“ des „Stakeholderdialogs“ am Maß der „advocacy“, den er generiert, also an der Unterstützung, die die, vormals ja gegenüber der Firma vermutlich eher kritisch eingestellten, Stakeholder der Firma nach einem „erfolgreichen Dialog“ („successful dialogue“) zuteil werden lassen, kurzum: in ihrem Stakeholder-Support.

Es gilt daher, die Aktivitäten der Unternehmung so darzustellen, dass beide Seiten, „einflussreiche“ Stakeholder ebenso wie das Unternehmen selbst, in diesen ihr „gemeinsames Interesse“ („common interest“) erblicken. Der Stakeholderdialog soll also *pareto-effizient* sein. Natürlich sollten die Zugeständnisse, die in einem „produktiven“ Stakeholderdialog zu gewähren sein mögen, nicht größer sein als notwendig. Sonst hätte die Firma vielleicht eine gute „Reputation“, jedoch würde diese nicht zu einem „Wettbewerbsvorteil“ („competitive advantage“) beitragen. Zu diesem Zweck werden die „Wahrnehmungsmuster“ („perceptions“) der „Einflussreichen“ („influentials“) genau untersucht, um herauszufinden, mit welcher „Botschaft“ die Unternehmung an welches Stakeholdersegment herantreten soll. Möglicherweise ist die gewünschte „Reputation“ ja bei einigen Stakeholdern gleichsam kostengünstiger zu haben. Jedenfalls ist die „Botschaft“, mit der die Unternehmung ihr Handeln zu rechtfertigen versucht, auf die verschiedenen „Stakeholder-Segmente“ (ganz analog zu Kundensegmenten) „zuzuschneiden“, wie im Slogan „Targeted messages to targeted audiences“ zum Ausdruck gebracht wird. Wer die Vorteile bzw. „Chancen“ eines Reputationsmanagements unbegrenzt nutzen will, der muss eben ein *Opportunist* sein.

Diese Vorgehensweise lässt sich dem Modell *einseitig strategischen Handelns* zuordnen.¹⁶³ Aus der Sicht seiner Initianten ist der „Stakeholderdialog“ ein *Bargaining*-Verfahren, in dem beiden Seiten herausfinden, was in ihrem *wahren (durchsetzbaren) Interesse* liegt („common interest“). Der Ausgang der Verhandlung ist pareto-superior, vorausgesetzt, beide Seiten sind klug genug, keine Forderungen zu stellen, die sich, wegen des Widerstandes der anderen Seite, nicht durchsetzen lassen. Die Stakeholder selbst kalkulieren jedoch im Unterschied hierzu nicht kühl ihre Interessen. (Ansonsten würde sich auch gar kein Problem stellen, für das man eine PR-Firma engagieren müsste. Man hätte es schlicht mit marktökonomischen Tauschvertragsverhandlungen zu tun, bei denen *beide Seiten* ihre Durchsetzungschancen kühl kalkulieren.) Sie wählen ihre Argumente nicht danach aus, ob sie für die Durchsetzbarkeit der eigenen Position „geeignet“ („appropriate“) sind. Vielmehr sind sie i.d.R. *an der Sache* selbst, an *Legitimitätsfragen* also, interessiert, wie kontrovers diese Sache auch immer

¹⁶³ Vgl. Zajitschek (1997: 230 ff.).

sein mag. Hier lässt sich von einem „gespaltenen Dialog“ (Zajitschek) sprechen. Beide Seiten können nicht die Plätze tauschen.

Selbstverständlich sollen Firmen ihre Interessen in den Stakeholderdialog einbringen dürfen, was sich unter anderem darin manifestiert, dass der Stakeholderdialog wohlverstandenerweise nicht nur ein Legitimitätsdiskurs, sondern, insbesondere angesichts der spezifisch wettbewerbsbezogenen Zumutbarkeitsproblematik, auch ein Zumutbarkeitsdiskurs ist. Doch sollten die Firmen ihre Interessen der Legitimitätsprüfung unterstellen, statt umgekehrt diese ihren Interessen.

Besonders problematisch ist es, wenn behauptet wird, das „*Instrument* des Unternehmensdialogs“, das ausdrücklich als „*Mittel* der proaktiven Öffentlichkeitsarbeit“ begriffen wird, sei als eine „Manifestation des Ideals des öffentlichen Vernunftgebrauchs“ zu verstehen¹⁶⁴ – statt gerade als seine ideologische (scheinethische) Verfehlung. Nun könnte natürlich vermutet werden, Steinmann und Zerfass gebrauchten den Begriff des „*Instruments* des Unternehmensdialogs“ – Instrument wofür? – in einer eher unpräzisen (und wohl eher unüberlegten) Weise und meinten damit einfach *die Veranstaltung* „Unternehmensdialog“. Diese Vermutung würde dadurch bestätigt, dass die Autoren ausdrücklich den Grundsatz einer nicht-verdinglichenden Interaktion festhalten: „Gründe – nicht Macht – sollen Konflikte auflösen“!¹⁶⁵

Allerdings sind die Abgrenzungsversuche von Steinmann und Zerfass fast ausnahmslos zweideutig – und zeichnen ein Bild, das insgesamt zu der Vermutung Anlass gibt, dass der Begriff des „*Instruments* des Unternehmensdialogs“ nicht zufällig oder versehentlich gewählt wurde. So soll der Unternehmensdialog „nicht *primär* ein Mittel zur Verbesserung oder Durchsetzung der Unternehmensstrategie“ zu begreifen sein – also irgendwie ‚sekundär‘? Die Autoren zweifeln nicht daran, dass das von ihnen vertretene Konzept eines Unternehmensdialogs „sowohl unter ethischen wie unter Effizienzgesichtspunkten“ zu favorisieren ist.¹⁶⁶ Woher aber sollte diese eigentümliche *Harmonie* zwischen dem ethisch Richtigen und dem ökonomisch Nützlichen stammen? Oder verhält es sich so, dass der Dialog hier doch „primär“ als Instrument der Erfolgssicherung begriffen wird, zu der es eben oftmals gehört, dass der *Schein* der Legitimität erzeugt wird? Für diese Sicht, die auf das instrumentalistische Konzept von Unternehmens- ‚Ethik‘ hinausläuft, sprechen mehrere Indizien.

So richtet sich nach Steinmann und Zerfass „der intendierte Zweck des Unternehmensdialogs ... nicht primär auf die Gewinnerzielung, sondern auf einen Beitrag zum ... *Frieden* ...“, und zwar *genau insoweit*, wie durch die Unternehmensstrategie der Firma *Konflikte* mit Stakeholdern im Umfeld der Unternehmung

¹⁶⁴ Vgl. Steinmann/Zerfass (1993: 7, 13).

¹⁶⁵ Steinmann/Zerfass (1993: 10). Vgl. hierzu auch bereits oben Abschnitt 2.5 a).

¹⁶⁶ Steinmann/Zerfass (1993: 14).

auftauchen.“¹⁶⁷ Wo also keine *Widerstände* zu erwarten sind, und folglich keine „Konflikte“ auftauchen, da ist das Ziel des „Unternehmensdialogs“ erreicht: Die Firma kann ‚in Frieden‘ ihren Geschäften nachgehen. Für diese Deutung, nach der der „Unternehmensdialog“ letztlich doch als Mittel der Akzeptanzsicherung begriffen wird, spricht auch die Betonung, dass die Erreichung des Ziels der „Beschaffung von Legitimation für die Unternehmensstrategie ... langfristig ... (voraussetzt), dass den Reden auch Taten folgen.“¹⁶⁸ *Langfristig* macht sich vor allem der Widerstand der Stakeholder bemerkbar, wie wir wissen. Und natürlich wird dieser umso größer sein, je mehr die ‚schönen Worte‘ folgenlos bleiben.¹⁶⁹ Dann aber werden möglicherweise (und natürlich aus der Sicht der gewinnmaximierenden Unternehmung klugerweise) auch exakt die „Taten“ folgen, die eine Widerstandsfreiheit erwarten lassen. Vieles spricht also dafür, dass mit den „gelingenden Legitimationsleistungen“, von denen die Autoren sprechen, letztlich doch auf die bloße Akzeptanzwirkung einer möglichst geschickt gewählten ‚Performance‘ der Firma im „Unternehmensdialog“ abgestellt wird – was dann natürlich zu „ökonomisch positiven Nebeneffekten“ führt.¹⁷⁰

Man sieht: Die unternehmensethische Idee des Stakeholderdialogs eröffnet wie kaum eine andere das Potential der Verkürzung oder gar des Missbrauchs. Darum gilt es, sie *unzweideutig* zur Geltung zu bringen und gegenüber ihrer Instrumentalisierung für Zwecke der Akzeptanzsicherung klar abzugrenzen. Dazu zählt die *vorbehaltlose Orientierung* aller Beteiligten an der Klärung von Legitimations- und Zumutbarkeitsfragen, die in [verständigungsorientierter](#), nicht in strategischer Einstellung anzugehen sind. Die Anerkennung des „zwanglosen Zwangs des besseren Arguments“ (J. Habermas) ist das unabdingbare normative Minimum an ethischer Vernunft, das allen (auch dem Management selbst), die als Teilnehmer im unternehmenspolitischen Deliberationsprozess anerkannt werden wollen, zunächst zugemutet werden muss.

Dieser Zusammenhang lässt sich auch rechtstheoretisch fassen: Die ‚verdiente‘ Anerkennung des Managements durch die Stakeholder setzt die Anerkennung des moralischen *Grundrechts* aller Stakeholder zur ‚Einmischung‘ in die Unternehmenspolitik voraus. Dieses wurzelt darin, dass sie als (Wirtschafts-) Bürger immer schon mündige Träger von *möglicherweise* legitimen Ansprüchen sind, die im unternehmensbezogenen, aber prinzipiell öffentlichen Deliberationsprozess hinsichtlich ihrer Berechtigung zu prüfen sind.

¹⁶⁷ Steinmann/Zerfass (1993: 10), Hvh.d.V.

¹⁶⁸ Steinmann/Zerfass (1993: 13). Der Begriff der „Beschaffung von Legitimation“ ist streng genommen sinnlos. Allenfalls *Akzeptanz* lässt sich ‚beschaffen‘.

¹⁶⁹ Dabei sind die Wirkungen einer möglichst ‚zielgruppenspezifischen‘ („targeted to targeted audiences“) PR-Strategie im Hinblick auf die Erzeugung einer *argumentativen Ohnmacht* auf Seiten der Stakeholder (eventuell durch Verweis auf ‚Sachzwänge‘) allerdings nicht zu vernachlässigen.

¹⁷⁰ Steinmann/Zerfass (1993: 14).

8.4 Das Konzept verdienter Reputation

Stellen wir uns eine Unternehmensleitung vor, die das Grundrecht der Stakeholder auf ‚Einmischung‘ anerkennt; die Anliegen der Öffentlichkeit *ethisch* (und nicht bloß erfolgsstrategisch) ernst nimmt; die Ethik meint, wenn sie von Ethik spricht (und nicht Gewinn); die tatsächlich *integer* wirtschaften will – ein Management also, das das Primat der Ethik anerkennt und weiß, dass sich nur auf dieser Basis das Handeln bzw. Gewinnstreben rechtfertigen lässt. Das vielleicht auf den ersten Blick Erstaunliche ist, dass es einem solchen Management vermutlich leichter gelingen wird, den gesuchten ‚ethischen‘ Stakeholder-Support oder das ‚Vertrauen‘ der Stakeholder zu gewinnen: Kunden kaufen gerne und mit gutem Gewissen die Produkte dieser Firma; Mitarbeiter setzen sich engagiert für sie ein; das Unternehmen genießt in der Öffentlichkeit einen guten Ruf als „Good Corporate Citizen“. ¹⁷¹ In hart umkämpften, gesättigten Märkten, in denen sich Produkte in Preis und Qualität zunehmend weniger unterscheiden, könnte dies, jenseits eines bloßen Preis- und Kostenwettbewerbs, einen möglicherweise entscheidenden Wettbewerbsvorteil bilden. Doch wäre für das Management letztlich nicht die Unterstützung der erfolgsrelevanten Stakeholder maßgeblich, vielmehr ginge es ihm darum, dass bei den Unternehmensaktivitäten alles mit ethisch rechten Dingen zugeht und die Geschäftspolitik auf einer lebensdienlichen Grundlage basiert. Ihm ginge es um die Legitimität seines Handelns, nicht um die bloße Akzeptanz.

Eine solche Unternehmung erhielte die (möglicherweise erfolgsentscheidende) Unterstützung der Stakeholder, gerade *weil* es ihr um die ethische Sache selbst geht, gerade *weil* sie den Geschäftserfolg von seiner Legitimierbarkeit abhängig macht, statt umgekehrt die (Schein-)„Legitimität“ von ihrer Erfolgswirksamkeit. Um die hier vorliegende, in Abgrenzung zum *Instrumentalismus* umgekehrte (und bloß partielle) Kausalität zwischen „Ethik“ und „Erfolg“ festhalten zu können, müssen wir allerdings einen Perspektivenwechsel vornehmen. Wir können diese Kausalität nicht als Verhältnis zwischen vermeintlich objektiven, beobachtbaren Faktoren („Ethik“ und Gewinn) begreiflich machen, sondern müssen eine ethische *Beurteilungsperspektive* einnehmen. (Der Gewinn lässt sich messen, Legitimität hingegen muss beurteilt werden, wozu es des guten Willens bedarf.) Ansonsten wüssten wir ja auch nicht, ob sich hier bloß der falsche Schein der Legitimität auszahlt oder aber der Umstand, dass die Unternehmung tatsächlich auf einer ethisch wohlfundierten Basis wirtschaftet. Erst aus einer solchen ethischen Beurteilungsperspektive heraus lässt sich formulieren: Die Unternehmung ist erfolgreich, *weil* sie die Reputation, die ihr zu Teil wird, *tatsächlich verdient*.

¹⁷¹ Mit dem Konzept des „Good Corporate Citizenship“ markieren Unternehmen, ebenso wie mit „Corporate Social Responsibility“ und „Nachhaltigkeit“, den Anspruch, in legitimer und ethisch verantwortungsvoller Weise zu wirtschaften. Allerdings wird das Konzept häufig spendenethisch missverstanden, obwohl es, dem Begriff nach, auf republikanische Wurzeln verweist. Vgl. Thielemann/Ulrich (2003: 30 ff.).

Die Stakeholder haben nämlich ein feines Sensorium dafür, ob es ein Management ernst meint mit der Ethik oder eben nicht. So stellt das *Chartered Institute of Marketing* fest, dass der Begriff „Unternehmensethik“ in jüngerer Zeit „abgewertet“ wurde und immer weniger den „ethischen Beteuerungen“ der Unternehmen Glauben geschenkt wird. „Einige Unternehmen“ haben „ethische Verfahrensweisen dazu benutzt, ihre eigenen Zwecke zu fördern“; es gibt Fälle ihres „zynischen Missbrauchs“:

„As a result, customers are beginning to consider some corporate social responsibility (CSR) schemes and fair trade products as marketing ploys.“¹⁷²

Die Konsumenten – allgemeiner: die Stakeholder – nehmen häufig viel genauer wahr, als es sich PR-Berater oder die Verfasser von unternehmensbezogenen Broschüren und Websites mit ‚ethischem‘ Anspruch vorstellen, ob das Management vom ‚rechten Geist‘ („genuine commitment“) getragen ist oder aber den ‚elastischen Begriff ‚Ethik‘ bloß dazu benutzt, einen Deckmantel über Aktivitäten zu legen, die heimlich verfolgt werden“ und eigentlich als ethisch fragwürdig zu klassieren wären, und ob es „die ganze Wahrheit sagt“ oder nur die halbe.¹⁷³ Wenn die Stakeholder allerdings erkennen, dass die bekundete Moralität der Unternehmensleitung wahrhaftig („genuine“) ist und also beide Seiten, Stakeholder und Management, gleichsam am gleichen Strang ziehen, dann können die Stakeholder auch mit mehr oder minder gravierenden Meinungsverschiedenheiten leben, weil sie wissen, dass es dem Management um die gleiche Sache geht, nämlich um die Legitimität und Verantwortbarkeit der Aktivitäten des Unternehmens. Und dann werden sie vermutlich auch größeres Verständnis für Zumutbarkeitsprobleme aufbringen und größere Nachsicht für die Nöte der Unternehmung mit Blick auf die Gewinnerzielung und -sicherung unter ja teilweise durchaus harten Wettbewerbsbedingungen.

Der positive Zusammenhang zwischen ‚Ethik‘ und ‚Erfolg‘, den der Instrumentalismus pauschal und prinzipiell behauptet, bestünde also erst unter der Voraussetzung wahrhaftiger (statt bloß vorgetäuschter) Integrität des Managements – erst hier, da ja erst auf dieser Grundlage die Differenz zwischen ethischem Schein und Sein getroffen werden kann. Allerdings wäre die Kausalität umgedreht und auch weitaus weniger strikt: Der instrumentalistische Grundsatz: ‚Wir sind integer, um erfolgreich zu sein‘, hat sich als falsch erwiesen (da er übersetzt werden muss in: ‚Wir sind insoweit integer, als sich dies auszahlt‘, was eine *Contradictio in adjecto* wäre). Doch lässt sich, zumindest ein gutes Stück weit, durchaus formulieren: ‚Wir sind erfolgreich, weil wir integer sind‘. Es handelt

¹⁷² O.V.: New Year’s Revolution: *Morality in Marketing*, November 2004, Übers. und Hvh.d.V. Das *Chartered Institute of Marketing* ist die größte professionelle Berufsvereinigung für Werbefachleute weltweit. Das Institut hat seinen Sitz in Großbritannien.

¹⁷³ Vgl. ebd.

sich hierbei nicht um ein „Paradoxon“, wie Josef Wieland meint,¹⁷⁴ sondern im Gegenteil um die ethische Fundierung, um den verallgemeinerungsfähigen *Grund* des Unternehmenserfolgs: eben erfolgreich zu sein, *weil* man integer wirtschaftet und darum den Stakeholder-Support, den man erhält, tatsächlich verdient. Einer allzu ‚paradoxen‘ Unternehmensführung werden die Stakeholder demgegenüber eher die ‚rote Karte‘ zeigen und davon Abstand nehmen, sie mit ihrer Unterstützung zu belohnen.

Allein das unternehmensethische Konzept *verdienter* (statt erschlichener) Reputation bietet die Möglichkeit, der Skylla ökonomistischer Verkürzung („Instrumentalismus“) einerseits und der Charybdis ökonomischer Erfolglosigkeit („Ethik der roten Zahlen“) andererseits zu entgehen. Damit ist also eine reale Chance benannt, ‚Ethik‘ und ‚Erfolg‘ zu *verbinden*. Die ökonomischen und, wenn man so will, „ethischen“ Chancen sind vermutlich noch gar nicht ausgeschöpft. Damit ist eine Art *ethischer Korridor* wahrhafter Geschäftsethik markiert, der durchaus eine genuin ethische Eigendynamik entfalten kann.

Um eine genuin *ethische* (statt bloß erfolgsstrategische) Eigendynamik handelt es sich hierbei insofern, als diejenigen Unternehmen mit – möglicherweise erstaunlich großem – Zuspruch rechnen dürfen, deren Management tatsächlich Ethik (bzw. Legitimität) meint, wenn es von ‚Ethik‘ spricht; das die ganze Wahrheit ausspricht statt bloß die halbe, also auch einmal Missstände benennt, die sich dem Laien vielleicht nicht gleich aufdrängen; und das auf harmonistische Beschönigungen angesichts tatsächlich bestehender Wert- und Normenkonflikte verzichtet, statt erst dann zu reagieren, wenn NGOs oder Medien einen Skandal aufdecken. Ein wahrhaft integrires Management könnte also einen Ethik-Wettbewerb auslösen, der andere Unternehmen in Zugzwang bringt.

Um einen *Ethik*-Wettbewerb (statt bloß um einen ökonomisch kalkulierten Reputations- und Akzeptanzwettbewerb) würde es sich allerdings erst dann handeln, wenn dieser tatsächlich von ethischen Ein- und Ansichten, also von Integrität, getragen wäre. Für das bessere Verständnis dieser Eigendynamik mag die Wittgenstein’sche Metapher des „Spatens“, der sich irgendwann „zurückbiegt“, hilfreich sein:¹⁷⁵ Mögen die Bemühungen unter dem Banner der ‚Ethik‘ anfäng-

¹⁷⁴ Vgl. Wieland (1993: 25): „Die moralische Dimension muss als solche (also nicht selbst aus dem ökonomischen Kalkül folgend) präsent sein, damit der ökonomische Effekt der Kostensenkung eintreten kann.“ Vgl. auch S. 17 sowie Wieland, J.: Die Ethik der Governance, Marburg 1999, S. 81. Vgl. hierzu auch Thielemann, U.: Moral als Ausweg aus der Vertrauenskrise? Über wahre und vermeintliche Geschäftsintegrität, in: Jakob, R./Naumann, J. (Hrsg.), Wege aus der Vertrauenskrise, Frankfurt a.M. 2003, S. 305-329 (2003c), hier S. 305 f., 311.

¹⁷⁵ Diese Metapher hatte Ludwig Wittgenstein (1889-1951) benutzt, um eine Begründungsfigur zu markieren, die einem infiniten Regress entgeht: „Habe ich die Begründungen erschöpft, so bin ich nun auf dem harten Felsen angelangt, und mein Spaten biegt sich zurück.“ Wittgenstein, L.: Philosophische Untersuchungen, in: Werkausgabe Bd. 1, Frankfurt a.M. 1984, § 217, S. 350. Karl-Otto Apel verwendet diese Metapher, um die Begründungssituation Descartes zu beschreiben, der nach allem Zweifel doch irgendwann zu dem Punkt kommt, festhalten zu können, dass immerhin sein Nachdenken existiert („cogito ergo sum“), Vgl. Apel, K.-O.: Dialog mit Karl-Otto Apel, in: *Sic et Non*, 1997 (1997b).

lich erfolgsstrategisch motiviert sein, so dass Stakeholderanliegen bloß opportunistisch entsprochen wird, so führt die Beschäftigung mit den ethisch-normativen Fragen guter Unternehmensführung, ebenso wie das hartnäckige Einfordern von wahrhaftiger Integrität durch die Öffentlichkeit, möglicherweise dazu, dass sich der (anfänglich funktionalistische) Spaten irgendwann hin zu wahrhaftiger Integrität biegt. Man darf hierbei nicht vergessen, dass das Management, trotz aller funktionalistischer Argumentation und instrumentalistischer Praxis, die der in wirtschafts- und unternehmensethischen Konzepten Geschulte relativ leicht aufdecken kann,¹⁷⁶ sich aus menschlichen Individuen zusammensetzt, von denen zumindest methodisch anzunehmen ist, dass sie ihr Handeln legitimieren wollen.¹⁷⁷

Ein *Beispiel* für dieses ‚Spaten-Biegen‘ mögen die *U.S. Federal Sentencing Guidelines* bilden. Diese sehen eine erhebliche Reduktion im Strafmaß vor, wenn Unternehmen, deren Mitarbeiter Rechtsverstöße begehen, ein sog. „Ethik-Programm“ vorweisen können. Ein Manager kommentiert die Dynamik, die diese Regelung auslösen könnte oder bereits ausgelöst hat, folgendermaßen: “The negative is that they drive companies to say what do I have to do to comply and get the mitigating factors, but on the long spread of the process I think many, many more companies focus on trust and building those fundamental, what I call the broader ethical issues in the business, because it’s going to do them well in the worldwide marketplace as they compete globally as well as nationally.”¹⁷⁸

Mit dem Konzept verdieneter Reputation ist ein *Korridor* ethisch wohlfundierter und zugleich wirtschaftlich erfolgreicher Geschäftsstrategien benannt, der umso größer ist, je wacher die kritische Öffentlichkeit ist und je eher Integrität zum selbstverständlichen Profil des Managementnachwuchses zählt.¹⁷⁹ Doch ist damit kein neues Erfolgsrezept und noch weniger eine *Erfolgsgarantie* benannt. Dies ergibt sich bereits daraus, dass die erfolgsrelevanten Faktoren (vor allem der große, *instanzlose* globale Wettbewerb) bei weitem den Kreis der ‚moralisch-kritischen‘ Stakeholder übersteigen. Eine Geschäftsethik, der es nicht um die Reputation (den Stakeholder-Support) geht, sondern darum, ob sie diesen tatsächlich verdient, kann darum zu gravierenden Zumutbarkeitsproblemen mit Blick auf Unternehmenserfolg führen. Sie bedarf daher einer geeigneten ordnungspolitischen Rahmenordnung, deren Sinn es ist, dem moralischen Subjekt

¹⁷⁶ Vgl. mit exemplarischem Blick auf Banken Thielemann/Ulrich (2003: 19 ff.).

¹⁷⁷ Vgl. Ulrich/Thielemann (1993: 55).

¹⁷⁸ Vgl. Steinmann, H./Olbrich, Th.: Business Ethics in U.S. Corporations. Results from an Interview Series, in: Ulrich, P./Wieland, J. (Hrsg.): Unternehmensethik in der Praxis, Bern/Stuttgart/Wien: Haupt, 63-89, hier S. 82. Steinmann und Olbrich sprechen hier von einem „process of transformation“ – weg von der extrinsischen, hin zur intrinsischen Motivation an ethischen Fragen selbst. Ob der interviewte Manager diesen Transformations- bzw. Bewusstseinsbildungsprozess bereits hinreichend weit beschritten hat, daran lässt die von ihm gegebene Begründung allerdings noch etwas zweifeln ...

¹⁷⁹ Vgl. dazu Maak, Th./Ulrich, P.: Integre Unternehmensführung, Stuttgart 2008.

(hier: der Unternehmung) „institutionelle Rückenstützen“ zu geben. Denn nur so kann sichergestellt werden, dass der Verantwortungsbewusste und Integre nicht der Dumme ist.

Managementintegrität erweist sich auch darin, dass Manager, die um die tatsächlich bestehenden Normen- und Wertkonflikte zwischen Rentabilität und legitimen Stakeholderansprüchen wissen, die angesichts bestehender Wettbewerbszwänge in ihrem Betätigungsfeld bestehen, ihre ordnungspolitische Mitverantwortung wahrnehmen. Sie ‚punkten‘ damit in zweierlei Hinsicht: Ihre ethische Glaubwürdigkeit steigt, da die Öffentlichkeit bzw. die Stakeholder erkennen, dass sie es ethisch ernst meinen, und sie entschärfen so bestehende Zumutbarkeitsprobleme.

8.5 Die Unternehmensverfassung als Ort der Verankerung von Stakeholderrechten

Den unmittelbaren Ausdruck findet eine Rahmenordnung in der *Unternehmensverfassung*. Sie bildet die Gesamtheit der jeweils geltenden (Legal-)Rechte und Pflichten der Stakeholder und der Unternehmensleitung ab. Angesichts der Free-Rider-Problematik einerseits, der Bedeutung wahrhaftiger Stakeholderdialoge für eine moderne Unternehmensethik andererseits, stellt sich die institutionenethische Frage, inwieweit *institutionalisierte Stakeholderrechte* als strukturelle Voraussetzung oder Unterstützung eines eingeschränkten unternehmenspolitischen Dialogs zu gewährleisten sind. Damit ist die *Verfassungsfrage der Unternehmung* gestellt. Hierbei ist primär an die ordnungspolitisch, also rechtsstaatlich zu gewährleistende Unternehmensverfassung zu denken, aber auch an die ‚Verfassung‘, die sich eine Unternehmung selbst gibt und die sie in ihrem *Leitbild* festhält, das zusammen mit den besonders zu berücksichtigenden Stakeholderrechten die unternehmensspezifische Wertschöpfungsaufgabe formuliert.

Aus der Anerkennung des Grundrechts aller Stakeholder auf argumentative ‚Einmischung‘ ebenso wie aus der Einsicht in den *politischen* Charakter der Unternehmung als quasi-öffentlicher Institution und pluralistischer Wertschöpfungsveranstaltung ergibt sich der Leitgedanke einer *offenen, interessenpluralistischen Unternehmensverfassung*, die sowohl ‚kapitalistische‘ als auch ‚laboristische‘ Verkürzungen (auf Shareholder und/oder Mitarbeiter) vermeidet.¹⁸⁰ Allen Stakeholdern, d.h. allen Personen, die sich vom unternehmerischen Handeln betroffen fühlen, werden hierbei gesetzlich geregelte Anhörungs-, Mitsprache-, Einspruchs- und Klagerechte und im Fall beschädigter legitimer Ansprüche auch Entschädigungsrechte zugesprochen.¹⁸¹

¹⁸⁰ Vgl. hierzu eingehender Ulrich (2001: 452 f.); ders. (1993a: 412 ff.).

¹⁸¹ Vgl. hierzu auch den Vorschlag von Evan und Freeman für ein *Stakeholder Board of Directors* und eine *Stakeholder Bill of Rights*. Evan, W. M./Freeman, R. E.: Stakeholder Theory of the Modern Corporation: Kantian Capitalism, in: Beauchamp, T. C./Bowie, N. E. (Hrsg.), *Ethical Theory and Business*, 3. Aufl., Englewood Cliffs 1988, S. 97-106, hier S. 104 f.

Auch unterhalb einer möglichen Änderung des Unternehmensverfassungsrechts, für die selbstverständlich auch Unternehmer und Führungskräfte ordnungspolitische Mitverantwortung tragen sollten, besteht die Möglichkeit, gewisse organisationsbürgerliche Stakeholdergrundrechte im Sinne unternehmensethischer Selbstbindung autonom zu verwirklichen – in Vorwegnahme, Ergänzung oder Konkretisierung rechtsstaatlich bereits gewährleisteteter bzw. zu gewährleistender *Wirtschaftsbürgerrechte*.

Bezogen auf die *Mitarbeiter* seien im Folgenden einige solcher Organisationsbürgerrechte im Sinne einer grundrechteorientierten *Organisations- und Führungsethik* vorgeschlagen. Dabei sei daran erinnert, dass die Ausgestaltung solcher Rechte selbst schon als *Gegenstand* von Stakeholderdiskursen zu begreifen ist, also das Grundrecht aller Stakeholder auf argumentative ‚Einmischung‘ mindestens in Gedanken und der Idee nach voraussetzt.

Aus der hierarchischen Abhängigkeit von Mitarbeitern begründet sich die besondere Schutzwürdigkeit ihrer personalen Würde und ihrer unantastbaren Grundrechte. Zu denken ist dabei vor allem an zwei Kategorien schützenswerter Organisationsbürger- bzw. Mitarbeiter-Rechte: Persönlichkeitsrechte (a) und Kommunikationsrechte (b).

a) *Elementare Persönlichkeitsrechte*: Diese in jedem Rechtsstaat bereits allgemein gewährleisteten Grundrechte verdienen eine ausdrückliche Bekräftigung und unternehmensbezogene Präzisierung hinsichtlich ihrer Bedeutung als grundlegende Mitarbeiterrechte. Zu ihnen gehören:

- zum ersten der Schutz der *psychischen und physischen Unantastbarkeit der Person* vor jeglicher Form der Persönlichkeitsmissachtung, so u.a. vor sexueller Belästigung oder vor menschenverachtender und krankmachender Schikane einzelner ‚Sündenböcke‘ durch Vorgesetzte, Gleichgestellte oder Mitarbeiter (*Mobbing*);
- zum zweiten der Schutz vor Diskriminierung und willkürlicher Behandlung, also das Recht auf *Gleichbehandlung* ohne Ansehen der Person (hinsichtlich Geschlecht, Nationalität, Religion und Weltanschauung, ethnische und soziale Herkunft, usf.), auf *Chancengleichheit* bezüglich sachlicher Kriterien der Leistungsbeurteilung und Entlohnung (*fair pay*), der Beförderungschancen und der allgemeinen Arbeitsbedingungen; darüber hinaus aber auch auf faire Berücksichtigung anderer als leistungsbezogener Gesichtspunkte der personalen Würde und Integrität sowie der zwischenmenschlichen Solidarität;¹⁸²

¹⁸² Der menschenrechtliche Grundsatz der *Nicht-Diskriminierung* darf nicht als unbedingte Geltung des ökonomischen Leistungsprinzips fehlgedeutet werden. Auch das von Ökonomen häufig vertretene Prinzip der ‚Nicht-Diskriminierung‘, nach dem “im Geschäftsverkehr niemand weder aus Sympathie noch aus Gesichtspunkten des Verdienstes oder der Bedürfnisse” zu “bevorzugen” sei, (Hayek, 1996: 190) ist im Übrigen nicht ‘diskriminierungsfrei’: Dem Prinzip zufolge werden andere *nach Maßgabe ihrer Leistungsfähigkeit*

- zum dritten hat jedermann auch in der Organisationswelt das Recht auf den Schutz seiner *Privatsphäre*. Diese darf außerhalb der arbeits- oder leistungsvertraglich begründeten funktionalen Pflichten nicht tangiert werden. So ist weder ein Mitarbeiter seinem Vorgesetzten noch dieser jenem Rechenschaft schuldig über seine persönlichen Verhältnisse und Überzeugungen, soweit sie nicht unmittelbar als tätigkeits- oder funktionsbezogene Vertragsvoraussetzungen relevant sind.

b) *Kommunikationsrechte*: Mündige Bürger einer freiheitlichen Gesellschaft sollen auch im bzw. gegenüber dem Unternehmen das Recht auf offene und ungefilterte *Information* in allen für sie relevanten Belangen sowie das Recht zur (sanktions-) freien und kritischen *Meinungsäußerung* haben, besonders als abhängige Mitarbeiter im Falle ethisch fragwürdiger Loyalitäts- oder Verhaltenszumutungen von Vorgesetzten. Der Mut oder die Zivilcourage der Mitarbeiter und insbesondere mittlerer Führungskräfte, zu ihren moralischen Bedenken gegenüber bestimmten Vorgängen zu stehen und diese zur Geltung zu bringen, statt sich opportunistisch zu verhalten, soll von der Geschäftsleitung ausdrücklich für erwünscht erklärt und vor negativen Sanktionen durch direkt betroffene Vorgesetzte geschützt werden. Über die hierzu in Abschnitt 6.5 bereits angestellten Überlegungen zum Konzept der *kritischen Loyalität* hinaus ist hier auf die organisatorischen Möglichkeiten der Institutionalisierung der Funktion einer *Ombudsperson* oder eine vertraulich arbeitende *Ethik-Kommission* zu verweisen.¹⁸³

8.6 Bausteine eines integrativen Ethikprogramms im Unternehmen

Welche Maßnahmen kann nun eine Unternehmung ergreifen, um ihrer Geschäftsintegrität durch das Handeln der Unternehmensorganisation hindurch nach innen und außen nachhaltigen Ausdruck und Nachdruck zu verleihen? Bei dieser *organisationspolitischen* Aufgabe, die unabhängig von möglichen Änderungen der ordnungspolitischen ‚Spielregeln‘ des Wettbewerbs (einschließlich des Unternehmensverfassungsrechts) zu ergreifen ist, geht es grundlegend betrachtet darum, umfassende strukturelle und unternehmenskulturelle Voraussetzungen dafür zu entwickeln, dass die Reflexion und Argumentation über ethische Gesichtspunkte des unternehmerischen Handelns in jedem Bereich und auf allen hierarchischen Ebenen zu einem selbstverständlichen, ‚normalen‘ Moment des Denkens, Redens und Tuns aller Beteiligten werden kann.

Hinsichtlich der *Organisationsstrukturen* besteht die Grundidee darin, auch innerhalb der Unternehmung alle Formen der *„organisierten Unverantwortlich-*

‘bevorzugt‘.

¹⁸³ Horst Steinmann und Albert Löhr bezeichnen eine innerbetriebliche Ethikkommission treffend als “Hüterin des Dialogs”. Vgl. Steinmann, H./Löhr, A.: Der Beitrag von Ethik-Kommissionen zur Legitimation der Unternehmensführung, in: dies. (Hrsg.), Unternehmensethik, 2. Aufl., Stuttgart 1991, S. 269-279.

keit“ (U. Beck) abzubauen und stattdessen innerhalb der komplex-arbeitsteiligen Organisation konsequent das Prinzip der „organisierten Verantwortlichkeit“¹⁸⁴ umzusetzen. Genauso wie die generelle Bürgertugend braucht auch die Organisationsbürgertugend *institutionelle ‚Rückenstützen‘*, wenn eine heroische Tugendüberforderung der Mitarbeiter, die sich ansonsten schnell einmal dem *Opportunismusproblem* ausgesetzt sehen, vermieden werden soll. Die Herstellung der „organisierten Verantwortlichkeit“ kann im Wesentlichen auf zwei Arten erfolgen:

- Zum einen sind ethische Gesichtspunkte konsequent in sämtliche *Führungssysteme* (z.B. Verhaltensgrundsätze und Führungsrichtlinien, Leistungsanreiz-, Leistungsbeurteilungs-, Honorierungs- und Beförderungssysteme) zu internalisieren: Es gilt die *Anreizstrukturen* durchgängig so zu gestalten, dass ethisch verantwortungsvolles Handeln belohnt und rücksichtsloses, allein an persönlichen Bereicherungs- oder Karrierezielen orientiertes Verhalten *demotiviert* wird statt umgekehrt. Letztlich verlangt das auch die konsequente Ausrichtung des gesamten *Controllings und Rechnungswesens* auf die pluralistischen Wertschöpfungsziele (gemäß der definierten unternehmerischen Wertschöpfungsaufgabe). Zu denken ist dabei an die Ersetzung oder zumindest Ergänzung der herkömmlichen Erfolgsrechnung, die sich am einseitigen Gesichtspunkt der Kapitalverwertung (*Shareholder-Value-Maximierung*) orientiert, durch eine umfassendere *Wertschöpfungsrechnung*, in die auch die Sozial- und Ökobilanzierung, über die heute bereits viele Unternehmen verfügen, einzubetten wäre.
- Zum andern sind *Ambiguitäten oder Unklarheiten über die Rangordnung der Wertmaßstäbe des Handelns zu vermeiden*: Niemals dürfen den Führungskräften und Mitarbeitern aller Stufen von ihren jeweiligen vorgesetzten Instanzen im Rahmen moderner ergebnisorientierter Führungssysteme einseitig nur hohe Leistungs- und Erfolgsziele vorgegeben werden – stets sind zugleich die *ethischen Prämissen und Randbedingungen zu definieren*, innerhalb derer diese Ziele anzustreben sind. Dies kann durch einen allgemeinen *Ethikkodex* für die gesamte Unternehmung geschehen oder, in Kombination damit, durch spezielle bereichsspezifische *Richtlinien*, mit Hilfe derer den besonderen Opportunismusproblemen eines Tätigkeitsbereichs in konkreterer Weise begegnet werden kann.¹⁸⁵

Ethik-Kodizes stellen die nach wie vor verbreitetste Form dar, in der sich ‚ethische‘ Bemühungen, rein begrifflich gesehen, in Unternehmen niederschlagen.¹⁸⁶

¹⁸⁴ Vgl. Tuleja (1987: 263).

¹⁸⁵ Solche bereichsspezifischen Richtlinien finden sich beispielsweise – hier bezogen auf das Problem der Korruption – bei Shell International: *Dealing with Bribery and Corruption. A Management Primer*, London 1999.

¹⁸⁶ In den USA verfügten im Jahre 1992 86.9 Prozent der Firmen über einen Ethik-Kodex. In Deutschland und der Schweiz dürfte der Anteil zwischen 20-30 Prozent liegen. Vgl. Ulrich, P./Lunau, Y./Weber, Th.: ‚Ethik-massnahmen in der Unternehmenspraxis. Zum Stand der Wahrnehmung und Institutionalisierung von Unternehmensethik in schweizerischen und deutschen Firmen. Ergebnisse einer Befragung, Berichte des Instituts

Auch wenn die wachsende Zahl von Firmen, die sich einen Ethik-Kodex geben, begrüßenswert ist, so ist doch auch auf die Gefahr hinzuweisen, dass ein Ethik-Kodex, der dem eigentlichen Kerngeschäft der Unternehmung ‚ethische Leitplanken‘ setzt, in einem bloß *korrektiven* Verständnis von Wirtschafts- bzw. Unternehmensethik stehen bleibt. Im integrativen Verständnis von Unternehmensethik ist hingegen die Ausrichtung der Unternehmenspolitik *von Grund auf* ethisch zu fundieren, wie dies insbesondere in der ethischen Reflexion der *Wertschöpfungsaufgabe* zum Ausdruck kommt.

Strukturelle Ethikmaßnahmen wie die soeben vorgestellten sind auch auf der Basis einer ethisch möglichst gut fundierten Unternehmensvision notwendig, aber sie sind nicht hinreichend. Letztlich können sie nur die *Argumentationsintegrität*¹⁸⁷ der Organisationsmitglieder auf allen Stufen der Unternehmung stützen. Denn auf die ethisch-kritische Urteilskompetenz der Akteure (ebenso wie der intern und extern Betroffenen) kommt es letztlich an. Sie sind daher zu befähigen und zu ermutigen, ethische Bedenken *zur Sprache* zu bringen. Hierzu ist eine offene ethische Argumentationskultur zu pflegen.

Für ein unternehmensbezogenes *Integritäts-* oder *Ethikprogramm* ergeben sich hieraus bedeutsame Konsequenzen. Ein Ethikprogramm ist der operativen Stufe des Managements zuzuordnen.¹⁸⁸ Damit ist nicht gesagt, dass sich Ethik ‚managen‘ ließe. Im Gegenteil, geht es doch darum, die ethisch vorbehaltlose Reflexionskompetenz auf allen Stufen der Unternehmung sowohl hinsichtlich spezifischer Tätigkeitsfelder als auch letztlich hinsichtlich der Grundausrichtung der Unternehmung sicherzustellen. Hieraus ergibt sich eine *Dialektik von ‚öffnenden‘ und ‚schließenden‘ Maßnahmen*:

- Einerseits geht es darum, Strukturen und Entscheidungsprozesse für ethische Reflexionen und Argumentation zu *öffnen*, indem ‚Orte‘ hierarchisch eingeschränkter, machtfreier, diskursiver Klärung von Verantwortbarkeits- und Zumutbarkeitsfragen in den komplexen Beziehungen zwischen Management und Mitarbeitern sowie letztlich allen Stakeholdern institutionalisiert und diese zur Partizipation am unternehmensethischen Dialog ermächtigt (d.h. berechtigt und befähigt) und ermutigt werden.
- Andererseits geht es aber auch darum, die komplex-arbeitsteilige Organisation gegen ethisch unverantwortbare oder legitimerweise unerwünschte Verhaltensweisen auf allen Ebenen ein Stück weit zu *schließen*, indem das gesamte unternehmerische Handeln an deklarierte, nachprüfbar normative Standards gebunden wird und falsche, zum Opportunismus verführende An-

für Wirtschaftsethik, Nr. 73, St. Gallen 1996, S. 36.

¹⁸⁷ Vgl. hierzu Blickle, G.: Kommunikationsethik im Management. Argumentationsintegrität als personal- und organisationspsychologisches Leitkonzept, Stuttgart 1994.

¹⁸⁸ Vgl. zur Unterscheidung der verschiedenen Managementstufen Ulrich/Fluri (1995: 18 ff.).

reizstrukturen durch ein System ‚organisierter Verantwortlichkeit‘ ersetzt werden.

Selbstverständlich sind diese Standards im unternehmensethischen Dialog zu legitimieren und daher für ethische Kritik stets offenzuhalten. Dem ‚Öffnen‘ ethisch-kritischer Argumentationsmöglichkeiten kommt deshalb stets der prinzipielle *Vorrang* vor dem ‚Schließen‘ von Handlungsmöglichkeiten zu.

Den ‚öffnenden‘ Charakter eines integrativen Ethikprogramms gilt es insbesondere gegenüber *autoritativ* bestimmten Konzepten hervorzuheben, denen zufolge Ethik ‚Chefsache‘ sei und es folglich darum gehe, ‚feste Werte‘ von oben nach unten durchzusetzen.¹⁸⁹ Solches ‚Wertemanagement‘ oder gar solcher „Werte-Drill“¹⁹⁰ erinnert stark an die fragwürdigen (und längst als unrealistisch entzauberten) Versuche eines ‚Managements der Unternehmenskultur‘.¹⁹¹ Hier besteht eine Konfusion zwischen der grundlegenden Bedeutung, die einer unverkürzten unternehmensethischen Perspektive zuzusprechen ist einerseits, der Personifizierung dieser Aufgabe in der Position des ‚Chefs‘ und seiner Berater andererseits. Ein solches einseitiges ‚Schließen‘ von Verhaltensfreiräumen in der Organisation übersieht nicht nur die diskursiven Voraussetzungen seiner eigenen Legitimation; es untergräbt außerdem gerade die moralische Verantwortungsfähigkeit der Mitarbeiter auf allen Ebenen, die doch eigentlich angestrebt wird. Denn mit solchen ‚ethischen Vorgaben‘ signalisiert die Unternehmensleitung den ‚Befehlsempfängern‘ vor allem, dass sie mit ihrer autonomen Verantwortungs- und Urteilsfähigkeit gar nicht ernsthaft rechnet. Deren dementsprechendes, mehr oder weniger ‚verantwortungsloses‘ Verhalten wird dann als Folge dieses *autoritativen Fehlers* möglicherweise nicht lange auf sich warten lassen.

Eine andere Form einseitigen Schließens stellen rein legalistisch oder opportunistisch ausgerichtete ‚*Compliance-Programme*‘ dar. Hierbei geht es darum, die *Konformität* der Unternehmensaktivitäten mit vorgegebenen, meist legalrechtlichen Standards im Unternehmen sicherzustellen bzw. die ‚Einwilligung‘ (‚*compliance*‘) der Unternehmung mit diesen Standards zu dokumentieren. Insofern lässt sich Compliance als ‚Schließen‘ begreifen. Allerdings ist das Verständnis von Compliance, das gegenwärtig vorherrscht (praktisch jede große Unternehmung, vor allem im Finanzbereich, verfügt heute über eine Compliance-Abteilung) fast ausschließlich legalistisch oder – und dies wird als eine Er-

¹⁸⁹ So beansprucht die Credit Suisse Group bzw. ihr Topmanagement, mit ihrem *Code of Conduct* das „Wertfundament für alle Mitarbeiter formuliert“ und „ein für alle Geschäftseinheiten und in allen Regionen verbindliches Wertesystem als Richtschnur für das ökonomische, ökologische und gesellschaftliche Verhalten“ etabliert zu haben. Credit Suisse Group: Nachhaltigkeitsbericht 2001, Zürich 2002, S. 4.

¹⁹⁰ Sloterdijk (1983: 94).

¹⁹¹ Vgl. hierzu kritisch Ulrich, P.: ‚Symbolisches Management‘. Ethisch-kritische Anmerkungen zur gegenwärtigen Diskussion über Unternehmenskultur, in: Lattmann, Ch. (Hrsg.), Unternehmenskultur, Heidelberg 1990, S. 277-302.

weiterung angesehen – opportunistisch verkürzt, wobei der Sinn letztlich ein funktionaler ist. Es geht darum, die Unternehmung entweder vor Strafen zu schützen (legal compliance) oder vor Akzeptanzverlust (societal compliance) bzw. darum, sowohl „Rechtsrisiken“ als auch „Reputationsrisiken“¹⁹² (gelegentlich ist gar von „moralischen Risiken“ die Rede)¹⁹³ zu handhaben.¹⁹⁴ Aus nicht-funktionalistischer Sicht ist Compliance demgegenüber umfassend als ‚ethical Compliance‘ zu begreifen, das in der (stets partiellen) ‚Schließung‘ der Organisation für ethisch illegitime (einschließlich illegaler) Praktiken besteht.¹⁹⁵

Die Verkürzung bloßer Compliance-Programme wurde in der angelsächsischen Literatur vor allem von Lynn Sharp Paine aufgedeckt.¹⁹⁶ Allerdings begreift Paine compliance als einen „Ansatz“, dem sie den Ansatz der „Integrität“ gegenüberstellt. Damit geht die Einsicht in die wechselseitige Angewiesenheit von „Compliance“ (‚Schließung‘) und „Integrity“ (‚Öffnung‘) verloren. Diese bilden zwei unverzichtbare Momente *eines* Konzepts, nämlich eines integrativen Ethikprogramms.¹⁹⁷ Denn auch ein vollständiges ‚Öffnen‘ ethisch-kritischer Kommunikationsfreiräume bzw. ein Verzicht auf ein ‚schließendes‘ Festschreiben von Normen durch Regeln und Organisationsstrukturen wäre kaum weniger problematisch als ein einseitiges ‚Schließen‘, sei dies nun instrumentell oder moralisch motiviert. Denn dieses liefe fast unweigerlich darauf hinaus, dass die offene Reflexions- und Argumentationskultur im Unternehmen gar keine *verbindlichen* Konsequenzen hätte.¹⁹⁸ Überdies blieben die strukturellen Anreiz- und Führungssysteme, die jede moderne arbeitsteilige Organisation benötigt, dann von einer ethisch orientierten Gestaltung unberührt. Ohne ein partielles ‚Schließen‘ ethischer Fragen im Unternehmen könnten *Opportunisten* auf allen hierarchischen Ebenen die offenen Handlungsräume zur rücksichtslosen Vorteilsmaximierung nutzen, statt sich mitverantwortlich an den dialogisch gefundenen, legitimen Verhaltensgrundsätzen und Werthaltungen zu orientieren. Resultat dieses *Laissez-faire-Fehlers* wäre wohl bald eine verheerende Desillusionierung gerade des ethisch verantwortungsbewussteren Teils der Mitarbeiter.

¹⁹² Vgl. etwa PricewaterhouseCoopers: *Compliance-Management bei Finanzinstituten*, Zürich 2004, S. 7 f.

¹⁹³ Vgl. Wieland, J./Fürst, M. (2003): WerteManagementSysteme in der Praxis. Erfahrungen und Ausblicke, [KleM Working Paper Nr. 04/2003](#), S. 7.

¹⁹⁴ Vgl. zum Umgang mit „Rechtsrisiken“ kritisch Roth, M.: Compliance, Integrität und Regulierung. Ein wirtschaftsethischer Ansatz in 10 Thesen, Zürich/Basel/Genf 2005, 39 ff. Natürlich gehört zum Verständnis des Legalrechts als eines „Risikos“ die Kalkulation von Rechtsverstößen als möglicherweise vorteilhaft, da Strafen geringer ausfallen mögen als der korrespondierende Gewinn. Vgl. hierzu exemplarisch Roth (2005: 25 f.).

¹⁹⁵ Vgl. zur Unterscheidung zwischen legal, societal und ethical Compliance Thielemann, U.: Compliance und Integrity – Zwei Seiten ethisch integrierter Unternehmenssteuerung. Lektionen aus dem Compliance-Management eines Nahrungsmittelkonzerns und einer Grossbank, Berichte des Instituts für Wirtschaftsethik, Nr. 104, St. Gallen 2005 (2005d), S. 9 ff.

¹⁹⁶ Vgl. Paine, L.S.: Managing for Organizational Integrity, in: Harvard Business Review, March-April 1994, S. 106-117; Steinmann, H./Olbrich, T.: Business Ethics in U.S. Corporations, in: Ulrich, P./Wieland, J. (Hrsg.), Unternehmensethik in der Praxis. Impulse aus den USA, Deutschland und der Schweiz, Bern/Stuttgart/Wien 1998, S. 63-89.

¹⁹⁷ Vgl. Thielemann (2005d).

¹⁹⁸ Vgl. bereits oben unsere allgemeinen Überlegungen zur [Rechtsverbindlichkeit](#).

Verkürzt ist ein ‚Schließen‘ bzw. ein Compliance-System auch dann, wenn es nur negative Sanktionen für ‚Missetäter‘ vorsieht, die Anreizsysteme aber ansonsten so ausgerichtet sind, dass die Mitarbeiter (etwa über Boni) in Versuchung geraten, an die Grenzen von Legalität und Legitimität zu gehen – oder gar darüber hinaus. Die negative Sanktion bzw. das Compliance-System sieht dann typischerweise die Entlassung der Mitarbeiter vor, die als „rogue employees“ tituliert werden, um gegenüber der Öffentlichkeit die Verantwortung von den Führungssystemen abzulenken.¹⁹⁹

Es kommt also bei einem die Organisation durchdringenden Ethikprogramm auf die richtige *Balance* zwischen (diskurs-)öffnenden und (options-)schließenden Maßnahmen, zwischen ‚Integrity‘, d.h. diskursethisch verstandener Geschäftintegrität, und ‚Compliance‘ entscheidend an (Abbildung 8). Es handelt sich bei Integrity (‚öffnende Maßnahmen‘) und Compliance (‚schließende Maßnahmen‘) also nicht um unterschiedliche „Ansätze“, sondern um zwei unverzichtbare Bestandteile eines umfassenden Ethikprogramms: Compliance braucht Integrity – Integrity braucht Compliance.

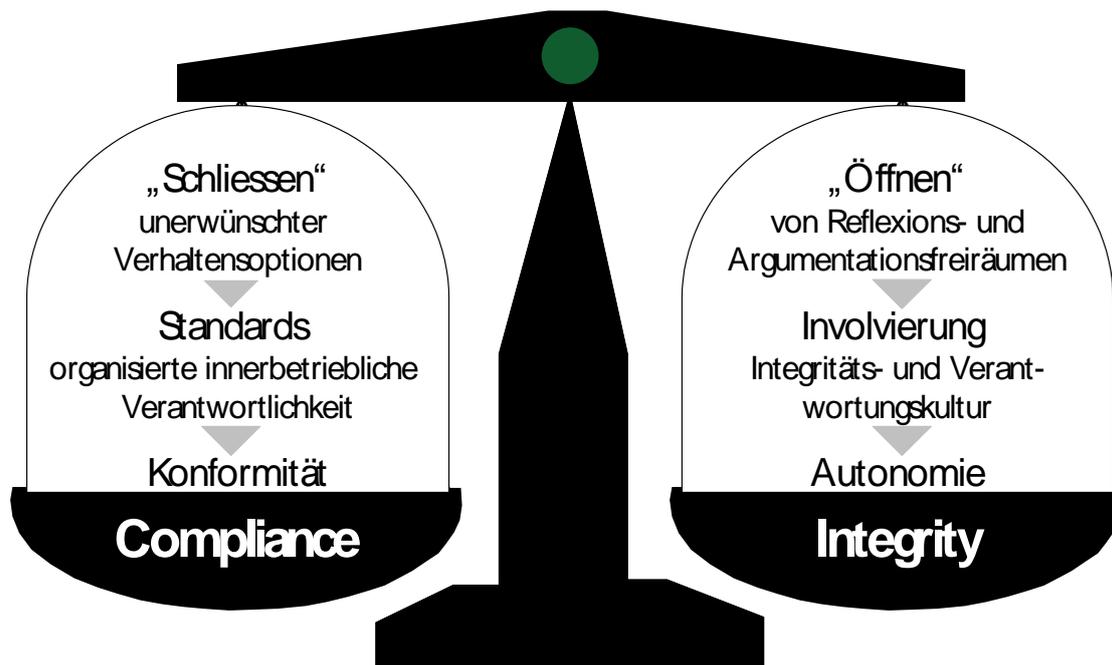


Abbildung 8: Die Balance zwischen ‚öffnenden‘ und ‚schließenden‘ Ethikmaßnahmen

Zusammenfassend enthält ein *integratives Ethikprogramm* im Sinne der grundlagenkritisch ansetzenden, integrativen Unternehmensethik folgende Bausteine (Abbildung 9):

¹⁹⁹ Vgl. zu einem solchen „compliance at its worst“ exemplarisch Thielemann (2005d: 14 ff.).

-
- A. Sinngebende unternehmerische Wertschöpfungsaufgabe
(,Corporate Vision‘, ,Mission Statement‘)
 - B. Bindende Geschäftsgrundsätze
(,Business Principles‘)
 - C. Gewährleistete Stakeholderrechte
(,Bill of Stakeholder Rights‘, Unternehmensverfassung)
 - D. Diskursive Infrastruktur
(,Orte‘ des offenen unternehmensethischen Diskurses)
 - E. Ethische Kompetenzbildung
(,Ethiktraining‘ und vorgelebte Verantwortungskultur)
 - F. Ethisch konsistente Führungssysteme
(Anreiz-, Leistungsbeurteilungs- und Auditingssysteme)
-

Abbildung 9: Bausteine eines integrativen Ethikprogramms im Unternehmen

- (A) Eine geklärte und wohlbegründete unternehmerische Wertschöpfungsaufgabe bestimmt die Sinnorientierung der Geschäftsstrategie, indem sie echte menschliche bzw. gesellschaftliche Bedürfnisse definiert, nach deren Erfüllung das Unternehmen im Markt strebt. In Anknüpfung an den angelsächsischen Sprachgebrauch lässt sich hier auch von der ,Corporate Vision‘ oder – wenn auch mit gewissen Vorbehalten – vom ,Mission Statement‘ sprechen.
- (B) Verbindliche Geschäftsgrundsätze deklarieren in nachprüfbarer Form die Selbstbindung des Unternehmens an legitime Strategien und Methoden der Erfolgserzielung (,Ethikkodex‘ oder ,Business Principles‘). Um eine Verkürzung auf die jeweils vorherrschenden ,Bedingungen‘ des Wettbewerbs zu vermeiden, sind dabei Grundsätze der republikanischen Mitverantwortung für faire Spielregeln des Wettbewerbs einzuschließen.
- (C) Klar definierte und gewährleistete moralische *Rechte* sämtlicher Stakeholder, insbesondere der Mitarbeiter als Organisationsbürger, bekräftigen zum einen deren unantastbaren Persönlichkeitsrechte und eröffnen zum anderen Chancen der Beteiligung an einem möglichst offenen, macht- und sanktionsfreien unternehmensethischen Diskurs (Unternehmensverfassung, insb. ,bill of employee rights‘).
- (D) Eine *diskursive Infrastruktur* institutionalisiert in der Unternehmung ,Orte‘ der sanktionsfreien und ergebnisoffenen argumentativen Klärung von unternehmensbezogenen Verantwortbarkeits- und Zumutbarkeitsfragen (,Foren‘ des unternehmensethischen Dialogs, Ethikkomitee, usw.).
- (E) Maßnahmen der *ethischen Kompetenzbildung* befähigen und ermutigen die Mitarbeiter auf allen Ebenen zu einer eigenständigen ethischen Reflexion und Argumentation (,Ethiktraining‘) und tragen damit bei zu einer lebendigen *Integritäts- und Verantwortungskultur*.

(F) Die flächendeckende Überprüfung der bestehenden *Führungssysteme* hinsichtlich ihrer *Konsistenz* mit dem Ethikprogramm (A-E) unterstützt die angestrebte Integritätskultur durch die *widerspruchsfreie* Gestaltung sämtlicher Zielsetzungs-, Anreiz- und Leistungsbeurteilungsverfahren und stellt durch ein geeignetes *Compliance*-Programm sowie ein periodisch durchgeführtes *Ethical Auditing* die Einhaltung der definierten Grundsätze und Standards sicher.

Lohnt es sich, diesen anspruchsvollen, firmenspezifisch auszugestaltenden Weg, den ein solches Ethikprogramm darstellt, zu gehen? Die Antwort hängt davon ab, in welcher Art von Unternehmung die Beteiligten tätig sein wollen. Für eine Firma, die nach dem Willen der in ihr und durch sie Tätigen ein guter *Corporate Citizen* sein möchte, lohnt sich der Weg allemal. Die Unternehmung als „guter Bürger“ zeichnet sich dadurch aus, dass sie sich durch eine integre und wahrhaft ‚wertschaffende‘ Geschäftstätigkeit ihren wirtschaftlichen Erfolg ebenso wie ihr öffentliches Ansehen am Ende *verdient* hat.

8.7 Multiple-Choice Fragen zu Kapitel 8

A) In welchem systematischen Verhältnis stehen Unternehmensethik und Wirtschaftsethik aus integrativer Sicht?

1	Unternehmensethik reflektiert die gesamten Voraussetzungen legitimen Handelns von und in Unternehmen und muss daher die unverkürzte wirtschaftsethische Reflexion in sich enthalten
2	Die Wirtschaftsethik beschäftigt sich mit der Frage der Legitimierbarkeit der Wirtschaftsordnung; die Unternehmensethik hat die Frage der Legitimierbarkeit des Handelns von Managern und Unternehmern zu ihrem Thema
3	Es besteht kein kategorialer Unterschied zwischen Wirtschafts- und Unternehmensethik, sondern nur ein Unterschied hinsichtlich des Schwerpunktes der Reflexion

B) Was ist davon zu halten, wenn von einem ‚Gewinnprinzip‘ die Rede ist?

1	Das Gewinnprinzip ist eine ordnungspolitische Vorgabe, die für ein einzelnes Unternehmen nicht zur Disposition steht
2	Das Gewinnprinzip ist das oberste Prinzip unternehmerischen Handelns; Firmen, die sich nicht an ihm orientieren, werden bald vom Markt verschwinden
3	Insofern Prinzipien das benennen, was normativ vorrangig und maßgeblich sein soll, verbietet sich die Rede von einem ‚Gewinnprinzip‘

C) Ist eine wohlverstandene Unternehmensethik als egoistisch oder als altruistisch zu bezeichnen?

1	Es handelt sich um eine falsch gestellte Frage, denn sie erlaubt es nicht, zwischen der Maßgabe und den Gegenständen des ethischen Urteilens zu unterscheiden
2	Sie ist als altruistisch zu bezeichnen, denn das Eigeninteresse der Unternehmung, also ihr Gewinn- und Einkommensinteresse darf nicht den letzten Ausschlag geben
3	Sie ist als egoistisch zu bezeichnen, denn der Verzicht auf die Erzielung von Gewinnen wäre klar unzumutbar

D) Welche Unterschiede bestehen zwischen dem integrativen und dem ‚angewandten‘ Verständnis von Unternehmensethik?

1	Angewandte Ethik korrigiert nur ad hoc und punktuell das unternehmerische Gewinnstreben, ohne es, wie die integrative Unternehmensethik, in seinen Grundlagen ethisch zu hinterfragen
2	Angewandte Ethik setzt an Symptomen ethischen Fehlverhaltens von Unternehmen an, integrative Ethik möchte das Unternehmenshandeln hingegen von Grund auf ethisch fundieren
3	Im Gegensatz zum integrativen Ansatz begrenzt der angewandte Ansatz das Gewinnstreben

E) Wie lässt sich eine unternehmensethische Synthese von ‚Ethik‘ und ‚Erfolg‘ erreichen?

1	Indem die Unternehmung ihren Erfolg dem guten Ruf bei den bestandswichtigen Stakeholdern verdankt, worin eingeschlossen ist, dass sie mit den Stakeholdern eine kritische Beurteilungsperspektive gegenüber dem eigenen Handeln einnimmt (gedanklicher Rollentausch)
2	Indem die Unternehmung nur solche Strategien einschlägt, die ihren guten Ruf bei allen bestandswichtigen Stakeholdern nicht gefährden
3	Indem die Unternehmung den erfolgsentscheidenden Stakeholder-Support <i>verdientermaßen</i> erreicht

F) Warum ist integrative Unternehmensethik intern zweistufig anzulegen?

1	Weil die Bedingungen der Möglichkeit ethisch legitimen Unternehmenshandelns nicht nur individuelle ethisch (etwa im Sinne einer Managementethik), sondern auch ordnungspolitisch bzw. -ethisch bestimmt sind
2	Weil die Zumutbarkeitsfrage sich zwar auf der Ebene der einzelnen Unternehmung stellt, aber zufriedenstellend zumeist nur auf der Ordnungsebene anzugehen ist
3	Weil die Bestimmung der unternehmensbezogenen Wertschöpfungsaufgabe auch ein ordnungspolitisches Problem ist

G) Was ist unter der gesellschaftlichen Funktionsorientierung einer Unternehmung zu verstehen?

1	Darunter ist eine gesellschaftsorientierte Wahl der Wertschöpfungsaufgabe zu verstehen
2	Die Unternehmung begreift hierbei die Gesellschaft als Funktion ihres Erfolgsstrebens
3	Die Unternehmung begreift sich hierbei nicht einfach als Anbieter beliebig verkäuflicher Produkte und Dienstleistungen, sondern sieht ihre Wertschöpfungsaufgabe darin, bestimmte Funktionen für die und in der Gesellschaft zu erfüllen

I) Wie kann die Wahl der Wertschöpfungsaufgabe das Zumutbarkeitsproblem entschärfen?

1	Mit der – ethisch möglichst wohlreflektierten – Wertschöpfungsaufgabe wählen die Unternehmen gleichsam zugleich die (mehr oder minder starken) ‚Sachzwänge‘, unter denen sie operieren und sich die Selbstbehauptungsaufgabe ‚zumuten‘ lassen
2	Eine Unternehmung, die ihr Handeln auf einer ethisch gut fundierten Unternehmensidee aufbaut, kann mit einiger Wahrscheinlichkeit auch in Krisenzeiten mit der gerechtfertigten Unterstützung ihrer Stakeholder rechnen
3	Eine strategisch gut durchdachte Wahl der Wertschöpfungsaufgabe erlaubt das Auffinden von Synthesen von ‚Ethik‘ und ‚Erfolg‘. Zumutbarkeitsfragen stellen sich dann nicht mehr

J) Warum bedarf es der ordnungspolitischen Mitverantwortung der Unternehmer und Manager für die ethische Qualität der Rahmenordnung?

1	Dieser bedarf es aus den gleichen Gründen, wie es einer intern zweistufig angelegten (integrativen) Unternehmensethik bedarf (vgl. Frage F)
2	Weil Unternehmer und Manager einen großen Einfluss haben und diesem entsprechend berücksichtigt werden sollten
3	Weil sie sich ansonsten bei Auseinandersetzungen achselzuckend hinter den ‚Sachzwängen‘ des Wirtschaftens verschanzen könnten

K) Worin bestehen die Grenzen ethisch orientierter Branchenvereinbarungen?

1	Sie stellen verkappte Kartelle dar, weshalb ordnungspolitischen Regelungen der Vorzug zu geben ist
2	Sie greifen hinsichtlich der Lösung des Zumutbarkeitsproblems in sog. ‚Großkostensituationen‘ nicht mehr
3	Sie bergen die Gefahr zu niedriger Standards

L) Wie ist die Idee des Stakeholderdialogs zu begründen?

1	Die praktische Bedeutung ethischer Vorgaben kann nur in Dialogen mit allen Beteiligten, gleichsam ‚vor Ort‘, geklärt werden
2	Im modernen Verständnis von Ethik können Normen nicht von oben verordnet werden; vielmehr ist die Urteilskompetenz aller Beteiligten und Betroffenen einzubringen
3	Wenn die Stakeholder nicht bei der Auffindung der unternehmensethischen Normen beteiligt werden, werden sie die gefundenen Lösungen später nicht mittragen und dem Unternehmen ihre Unterstützung versagen

M) Was sind im konkreten Fall Indizien dafür, dass der Stakeholderdialog sogenanntem ‚Reputationsmanagement‘ dienstbar gemacht wird?

1	Dass vor allem auf die einflussreichen Stakeholder abgestellt wird
2	Dass nicht zwischen verschiedenen Stakeholdern unterschieden wird, sondern allen mit der gleichen Botschaft gegenübergetreten wird
3	Dass behauptet wird, der Stakeholderdialog erhöhe langfristig die Wettbewerbsfähigkeit der Firma

N) Worin besteht die mögliche ethische Verkürzung, wenn der Stakeholderdialog dem Ziel des ‚Friedens‘ unterstellt wird?

1	Die Norm des ‚Friedens‘ ist auf den Gesichtspunkt negativer Gerechtigkeit beschränkt
2	‚Frieden‘ ist keine ethische Norm, sondern benennt bloß das Machtgleichgewicht zwischen verfeindeten Parteien
3	Solange dies nicht ausdrücklich ausgeschlossen ist, läuft die Norm des ‚Friedens‘ tendenziell bloß auf die Abwesenheit von Widerständen hin-aus

O) Worin besteht das Verhältnis zwischen einem pluralistisch ausgerichteten Unternehmensverfassungsrecht und dem Stakeholderdialog?

1	Ein pluralistisches Unternehmensverfassungsrecht, das zumindest Anhörungsrechte aller betroffenen Stakeholder gewährleistet, schließt aus, dass sich Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil verschaffen, indem sie den Stakeholderdialog verweigern
2	Ein pluralistisches Unternehmensverfassungsrecht kann letztlich nur die äußeren Voraussetzungen für einen wahrhaftigen Stakeholderdialog schaffen; für diesen müssen die Beteiligten die Bereitschaft und die Argumentationsintegrität selbst aufbringen
3	Ein pluralistisches Unternehmensverfassungsrecht träte wohlverstandenerweise an die Stelle des Stakeholderdialogs

P) Worin besteht der Sinn eines unternehmensbezogenen Ethikprogramms?

1	Es geht dabei darum, dass die Geschäftsleitung ethische Normen für das Unternehmen festsetzt, implementiert und ihre Einhaltung überwacht
2	Es geht dabei darum, strukturelle und unternehmenskulturelle Voraussetzungen für die ethische Reflexion auf allen Stufen des Unternehmens zu entwickeln
3	Es geht dabei darum, sowohl alle Formen der innerbetrieblichen „organisierten Unverantwortlichkeit“ strukturell abzubauen als auch die Argumentationsintegrität der Organisationsmitglieder zu stützen

Q) Warum sind die Führungssysteme einer Unternehmung an ethischen Gesichtspunkten auszurichten?

1	Damit sich für die Mitarbeiter das Opportunismusproblem nicht stellt
2	Damit die Mitarbeiter Klarheit darüber gewinnen, welchen ethischen Normen sie folgen sollen
3	Damit die – annahmegemäß ethisch fundierte – Wertschöpfungsaufgabe nicht toter Buchstabe bleibt

R) Was ist der wohlverstandene Sinn von unternehmensbezogenen Ethik-Kodizes?

1	Sie halten elementare ethische Grundsätze des unternehmerischen Handelns fest, stehen aber letztlich der Revision im unternehmensethischen Diskurs offen
2	Sie setzen ethische Leitplanken für das Unternehmenshandeln und legitimieren es dadurch
3	In ihnen manifestiert sich die unternehmensethische Verantwortung einer Firma in klarer und umfassender Weise

S) Warum sollte ein Ethikprogramm primär einen argumentations-,öffnenden‘ Charakter haben?

1	Weil der Stakeholderdialog als ‚Ort‘ der Moral des Unternehmenshandelns anzusehen ist
2	Weil es sonst schwierig wäre, auf erfolgsrelevante Veränderungen in der Umwelt flexibel und vorausschauend zu reagieren
3	Weil die Mitarbeiter (überhaupt die Stakeholder) zu autonomem, ethisch-kritischen Stellungnahmen und zur moralischen Verantwortungsfähigkeit ermächtigt und ermutigt werden sollen

T) Warum sollte ein Ethikprogramm einen handlungs-,schließenden‘ Charakter haben?

1	Weil Ethik für die Unternehmung sehr wichtig ist und darum letztlich Chefsache ist
2	Weil die Führungssysteme und die Unternehmensstrategien, die ja zumindest für eine gewisse Zeit Bestand haben sollen, auf eine ethische Grundlage gestellt, d.h. von verbindlichen Prinzipien geleitet werden sollen
3	Weil so ein opportunistisches Ausnutzen von Handlungsfreiräumen verhindert und eine Art ‚Rechtsverbindlichkeit‘ im Unternehmen etabliert werden kann

8.8 Fallstudie zu Kapitel 8

Der Verhaltens- und Ethikkodex von UBS.

Die UBS, die größte Bank der Schweiz, hat im Jahr 2010 einen „[Verhaltens- und Ethikkodex](#)“ erlassen. Der Kodex ist als Antwort zu verstehen auf die zahlreichen Fälle offenkundigen Fehlverhaltens von UBS Mitarbeitern, insbesondere hinsichtlich der Beihilfe zur Steuerhinterziehung und der Spekulationsgeschäfte im Zuge der Subprime Krise.

Lesen Sie den Kodex und beantworten Sie sodann die folgenden Fragen.

Fragen

- Ist der Kodex von wahrhafter Geschäftsintegrität getragen, oder ist es lediglich ein Instrument für andere Zwecke, insbesondere die Maximierung des Shareholder Value, und entsprechend ausgerichtet? Welche Formulierungen sprechen ggf. für die eine oder andere Ausrichtung des Kodex?
- Gibt es Hinweise auf das Konzept verdienter Reputation? Wenn ja, welche?
- Werden die Mitarbeitenden als moralisch autonome Personen anerkannt oder handelt es sich eher um ein Dokument vom Typus „Werte-Drill“? Zeigen Sie erneut auf, was für und was ggf. gegen diese Deutung spricht.
- Was spricht dafür, was dagegen, dass der Kodex dazu beitragen könnte, Unternehmensverantwortung auf die Mitarbeiter abzuwälzen. Hierbei sind insbesondere die finanziellen Anreizsysteme (Boni) zu berücksichtigen.

Zusatzliteratur

- Thielemann, U.: [Die Banker sind im Sandwich zwischen Gierigen](#), Tagesanzeiger, 16. Januar 2010, S. 13.
- Thielemann, U.: Stellungnahme zum neuen „Verhaltens- und Ethikkodex“ der UBS, [DRSI](#), 12. Januar 2010.

Stichwörter-Verzeichnis

Akzeptanz	Faktische Zustimmung
Argumentationsintegrität	Diskursethische Grundeinstellung
Autonomie	Einstellung, nur nach selbst eingesehenen Normen zu Handeln
Constraints	Restriktionen des Nutzenstrebens
Deliberation	Beratschlagung
Diskursethik	Ethik, die den <i>moral point of view</i> im Prozess der argumentativen Verständigung erblickt
Effekte, externe	Folgen marktökonomischen Handelns auf unbeteiligte Dritte
Effekte, interne	Folgen marktökonomischen Handelns auf andere Marktakteure (Tauschpartner, Wettbewerber)
Ethik	Reflexionstheorie der Moral; philosophisches Bemühen, den <i>moral point of view</i> zu begründen (siehe Vernunftethik)
Ethik der Logis	Pflichtenethik
Ethik, deontologische	Ethik, aus derer Sicht ethische Positionen begründet werden können
Ethik, kognitivistische	Ethik, für die nur die Folgen des Handelns ethisch relevant sind
Ethik, konsequentialistische	Ethik des guten Lebens
Ethik, teleologische	Auflösung von Tauschvertragsbeziehungen
Exit-Option	Verteilungsgerechtigkeit; Teil der positiven Gerechtigkeit
Gerechtigkeit, distributive	Ethischer Maßstab, der sich nur auf die Pflicht, etwas zu unterlassen, erstreckt
Gerechtigkeit, negative	Ethischer Maßstab, der sich auf die Pflicht, aktiv etwas zu tun, erstreckt
Gerechtigkeit, positive	Ethik, für die der gute Wille zentral ist
Gesinnungsethik	Angesichts gegebener Constraints durchsetzbares Eigeninteresse
Interesse, ‚wahres‘	Unbedingt gebietendes Prinzip in der Ethik Immanuel Kants
Kategorischer Imperativ	Verständigungsorientiertes Handeln
Kommunikatives Handeln	Wirtschaftsethischer Urteilsbegriff, der nach der Legitimität und der Sinnhaftigkeit des Wirtschaftens fragt
Lebensdienlichkeit	Gegenbegriff zum System; Gesellschaftliche Integration über intersubjektiv teilbare Handlungsintentionen
Lebenswelt	Ethische Position, die das ethisch Richtige in den jeweils legalrechtlich geltenden Gesetzen erblickt
Legalismus	Rechtmäßigkeit; ethische Richtigkeit
Legitimität	

Marktfremde Gesichtspunkte	Alle Gesichtspunkte bis auf den der Markt-Performance
Metaphysik	Glaube an eine übermenschliche Kraft, die das ethisch Vernünftige definiert und sicherstellt
Moral	Faktisch gegebene ethische Überzeugungen; Handeln aus ethischer Einsicht
<i>Moral point of view</i>	Moralischer Gesichtspunkt; Perspektive der Ethik
Moralisches Subjekt	Derjenige, der zum moralischen Handeln aufgefordert ist
Ökonomismus	Die Verselbständigung, Verabsolutierung und normative Überhöhung der ökonomischen Rationalität
Orientierungswissen	Wissen darüber, was vernünftigerweise angestrebt werden soll (Know-What)
Pareto-Effizienz	Normatives Kriterium, das gesellschaftliche Veränderungen, bei denen sich mindestens eine Person besser, aber keine Person schlechter stellt, normativ auszeichnet
Performativer Widerspruch	Widerspruch zwischen dem Gehalt und der intersubjektiven Handlungsstruktur einer Äußerung
Positivismus	Wissenschaftstheoretische Position, aus deren Sicht nur das Messbare Gegenstand wissenschaftlicher Erkenntnis sein kann
Präferenzen	Je individuelle Ausrichtung des Nutzenstrebens (siehe auch Willkürfreiheit)
Regulative Idee	Orientierungsidee, die den Horizont für pragmatische Schritte in die richtige Richtung weist, aber empirisch nicht erreicht werden kann
Reversibilität	Intersubjektive Austauschbarkeit der Perspektiven
Reziprozität	Gegenseitigkeit der zwischenmenschlichen Erwartungen und Ansprüche
Shareholder	Kapitaleigentümer, Aktionäre
Skeptizismus, ethischer	Zweifel an der Begründbarkeit einer allgemeinverbindlichen ethischen Perspektive
Skeptizismus, moralischer	Zweifel am guten Willen der Menschen
Solidarität	Bereitschaft, andere ohne Gegenleistung zu unterstützen (siehe auch Gerechtigkeit, positive)
Sozialintegration	(siehe Lebenswelt)
Stakeholder	Im wohlverstandenen Sinne Anspruchsgruppen, die möglicherweise berechnete Ansprüche gegenüber der Unternehmung haben
Strategisches Handeln	Erfolgsorientiertes Handeln im sozialen Raum
System	Gegenbegriff zur Lebenswelt; Gesellschaftliche Integration über Handlungswirkungen
Systemethik	Ethische Positionen, welche die Instanz der Ethik

	nicht im guten Willen, sondern in systemischen Mechanismen erblickt
Systemintegration	(siehe System)
Szientismus	Übertragung positivistischen Denkens auf die Sozial- und Geisteswissenschaften
Transzendental	Die Bedingungen der Möglichkeit gültiger Erkenntnis betreffend
Universalisierungsprinzip	Zentrales ethisches Prinzip, demzufolge ethische Ansprüche gegenüber jedermann vertreten werden können müssten
Unmöglichkeitstheorem	Annahme der vollständigen oder partiellen ‚Unmöglichkeit‘, das ethische Richtige unter Wettbewerbsbedingungen zu tun
Unternehmertum	Ausrichtung der eigenen Lebensführung auf die Erhaltung und Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit
Utilitarismus	Ethik, die das Moralprinzip im ‚größten Glück der größten Zahl‘ erblickt
Verantwortungsethik	(siehe Ethik, konsequentialistische)
Verfügungswissen	Wissen darüber, wie etwas effizient zu erreichen ist (Know-How)
Vernunftethik	Kognitivistische Ethik sowie Ethik, die den <i>moral point of view</i> im Vernunftgebrauch erblickt
Werterhellung	Aufzeigen üblicherweise übergangener, konfliktärer Wertdimensionen
Willkürfreiheit	Verständnis von Freiheit als Entscheiden und Handeln nach eigenem Gusto
Zumutbarkeit	Ethischer Gesichtspunkt, der die legitimen Ansprüche des moralischen Subjekts benennt

Literaturverzeichnis

- Albert, H.: Traktat über kritische Vernunft, 4. Aufl., Tübingen 1980, S. 76 f.
- Albert, H.: Ökonomische Theorie als politische Ideologie, 3. Aufl., Tübingen 2009 (1. Aufl.: Göttingen 1954).
- Apel, K.-O.: Das Apriori der Kommunikationsgemeinschaft und die Grundlagen der Ethik, in: ders., Transformation der Philosophie, Bd. 2, Frankfurt 1976, S. 358-435.
- Apel, K.-O.: Lässt sich ethische Vernunft von strategischer Zweckrationalität unterscheiden?, in: Reijen, W. von/Apel, K.-O. (Hrsg.), Rationales Handeln und Gesellschaftstheorie, Bochum 1984, S. 23-79.
- Apel, K.-O.: Fallibilismus, Konsensstheorie der Wahrheit und Letztbegründung, in: Forum für Philosophie Bad Homburg (Hrsg.), Philosophie und Begründung, Frankfurt a.M. 1987, S. 116-211.
- Apel, K.-O.: Diskurs und Verantwortung, Frankfurt 1988.
- Apel, K.-O.: Institutionsethik oder Diskursethik als Verantwortungsethik?, in: Harpes, J.-P./Kuhlmann W.: Zur Relevanz der Diskursethik, Münster 1997, S. 167-209 (1997a).
- Apel, K.-O.: Dialog mit Karl-Otto Apel, in: *Sic et Non*, 1997 (1997b).
- Apel, K.-O./Böhler, D./Rebel, K. (Hrsg.): Funk-Kolleg Praktische Philosophie/Ethik: Studentexte. Korrigierte Neuauflage der Studienbegleitbriefe des DIFF zum Funkkolleg praktische Philosophie, Ethik, 3 Bde., Weinheim/Basel 1984.
- Arndt, H.: Wettbewerb der Nachahmer und schöpferischer Wettbewerb, in: Herdzina, K. (Hrsg.), Wettbewerbstheorie, Köln 1975, S. 246-274.
- Baron, H.: Bürgersinn und Humanismus im Florenz der Renaissance, Berlin 1992.
- Bastiat, F.: *Economic Harmonies. Library of Economics and Liberty*, Edinburgh 1870.
- Baumol, W. J.: Perfect Markets and Easy Virtue. Business Ethics and the Invisible Hand, Cambridge/Oxford 1991.
- Beck, U.: Gegengifte. Die organisierte Unverantwortlichkeit, Frankfurt 1988.
- Behnam, M.: Strategische Unternehmensplanung und ethische Reflexion, Frankfurt a.M. 1997.
- Benhabib, S.: Selbst im Kontext, Frankfurt 1995.
- Berner, S.: Demotivation nach Personalreduktion, in: Neue Zürcher Zeitung vom 24. Februar 1998, S. 25.
- Bertelsmann Stiftung/u.a. (Hrsg.): Fairness im Standortwettbewerb. Leitlinien für eine internationale Wettbewerbsordnung, Gütersloh 1996.
- Birnbacher, D.: Zur Frage der Gründe für die Erhaltung der menschlichen Gattung, in: Meyer, Th./Miller, S. (Hrsg.), Zukunftsethik und Industriegesellschaft, München 1986, S. 59-61.
- Blickle, G.: Kommunikationsethik im Management. Argumentationsintegrität als personal- und organisationspsychologisches Leitkonzept, Stuttgart 1994.
- Böhler, D.: Philosophischer Diskurs im Spannungsfeld von Theorie und Praxis, in: Apel/Böhler/Rebel (1984b), S. 313-355 (1984a).
- Böhler, D.: Instrumentelle und praktische Vernunft - das ethische Dilemma der Neuzeit, in: Apel/ Böhler/Rebel (1984b), S. 396-433 (1984b).
- Böhler, D.: Über Diskursethik und (Markt-)Wirtschaftstheorie, in: Brune, J.P./Böhler, D./Steden, W., Moral und Sachzwang in der Marktwirtschaft, Münster 1995, S. 125-143.
- Böhm, F.: Kartelle und Monopole im modernen Recht, Frankfurt a.M. 1960.
- Böhm, F.: Freiheit und Ordnung in der Marktwirtschaft, Baden-Baden 1980.
- Bötzel, S./Schwilling, A.: Erfolgsfaktor Wertmanagement, München/ Wien 1998.
- Brennan, G./Buchanan, J.M.: Die Begründung von Regeln, Tübingen 1993.
- Breuer, M./Waxenberger, B./Mastronardi, Ph. (Hrsg.): Markt, Mensch und Freiheit. Wirtschaftsethik in der Auseinandersetzung, Bern/Stuttgart/Wien 2009.
- Buchanan, J.M./Tullock, G.: The Calculus of Consent, Ann Arbor 1965.
- Buchanan, J.M.: Die Grenzen der Freiheit. Zwischen Anarchie und Leviathan, Tübingen 1984.
- Buchanan, J.M.: Economics Between Predictive Science and Moral Philosophy, College Station 1987.
- Buchanan, J.M.: The Economics and the Ethics of Constitutional Order, Michigan 1991.
- Buchanan, J.M.: Choosing What to Choose, in: Journal of Institutional and Theoretical Economics, 1994, S. 123-135.
- Büscher, M.: Gott und Markt – religionsgeschichtliche Wurzeln Adam Smiths und die „Invisible Hand“ in der säkularisierten Industriegesellschaft, in: Meyer-Faje, A./Ulrich, P.: Der andere Adam Smith. Beiträge zur Neubestimmung von Ökonomie als Politischer Ökonomie, Bern/Stuttgart 1991, S. 123-144.
- The Business Roundtable: Corporate Ethics. A Prime Business Asset, New York 1988.
- Cortina, A.: Ethik ohne Moral. Grenzen einer postkantischen Prinzipienethik?, in: Apel, K.-O./Kettner, M. (Hrsg.), Zur Anwendung der Diskursethik in Politik, Recht und Wissenschaft, Frankfurt 1992, S. 278-295.
- Costanza, R./et al.: Sustainable Trade. A New Paradigm for World Welfare, in: Environment, Juni 1995, S. 16-

20, 39-44.

- Council of Economic Priorities: Shopping for a Better World, San Francisco 2000.
- Credit Suisse Group: Nachhaltigkeitsbericht 2001, Zürich 2002.
- Credit Suisse Group: Nachhaltigkeitsbericht 2002, Zürich 2003.
- Dahrendorf, R.: Der moderne soziale Konflikt. Essay zur Politik der Freiheit, München 1994.
- DeGeorge, R.T.: Competing with Integrity in International Business, Oxford 1993 (1993a).
- DeGeorge, R.T.: Whistle-blowing, in: Enderle./u.a. (1993: 1275-1278), (1993b).
- Deml, M./Gelbrich, J./Prinz, K./Weber, J.: Rendite ohne Reue. Handbuch für die ethisch-ökologische Geldanlage, Frankfurt 1996.
- Demsetz, H.: Economic, Legal, And Political Dimensions of Competition, Amsterdam/New York/ Oxford 1982.
- Döbeli, S.: Investieren mit Verantwortung – die Umweltanlageprodukte der Zürcher Kantonalbank, in: Waxenberger/Schmid Holz/u.a. (2001: 26-34).
- Dyllick, Th.: Management der Umweltbeziehungen. Öffentliche Auseinandersetzungen als Herausforderung, Wiesbaden 1989.
- Eidgenössisches Finanzdepartement: [Finanzmarktregulierung und -aufsicht in der Schweiz. Schlussbericht](#), Nov. 2000.
- Enderle, G./u.a. (Hrsg.): Lexikon für Wirtschaftsethik, Freiburg i.Br./Basel/Wien 1993.
- Etzioni, A.: The Spirit of Community. Rights, Responsibilities and the Communitarian Agenda, New York 1993 (dt. Ausgabe: Die Entdeckung des Gemeinwesens. Ansprüche, Verantwortlichkeiten und das Programm des Kommunitarismus, Stuttgart 1995).
- Eucken, W.: Grundsätze der Wirtschaftspolitik, 6. Aufl., Tübingen 1990 (1. Auflage 1952).
- Evan, W.M./Freeman, R.E.: Stakeholder Theory of the Modern Corporation: Kantian Capitalism, in: Beauchamp, T.C./Bowie, N.E. (Hrsg.), Ethical Theory and Business, 3. Aufl., Englewood Cliffs 1988, S. 97-106.
- Fischbach, R.: Volkswirtschaftslehre I, 10. Aufl., München 1997.
- Frankena, W. K.: Analytische Ethik, 3. Aufl., München 1981.
- Freeman, R.E.: Strategic Management. A Stakeholder Approach, Boston u.a. 1984.
- Freeman, R.E./Gilbert, D.R.: Unternehmensstrategie, Ethik und persönliche Verantwortung, Frankfurt/New York 1991.
- Freeman, R.E.: The Stakeholder Approach Revisited, in: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, 3/2004, S. 228-241.
- Friedman, M.: [The Social Responsibility of Business is to increase its profits](#), in: The New York Times Magazine, 13. September 1970, S. 32-33, 122, 124 und 126.
- Gilligan, C.: Die andere Stimme. Lebenskonflikte und Moral der Frau, München 1988.
- Gouldner, A.W.: The Norm of Reciprocity: A Preliminary Statement, in: American Sociological Review 25 (1960), S. 161-178.
- Habermann, G.: Teilen oder produzieren? Bemerkungen zum Ethos des Unternehmers, in: Neue Zürcher Zeitung, 11./12 September 1993, S. 31 f.
- Habermas, J.: Zur Rekonstruktion des Historischen Materialismus, Frankfurt 1976.
- Habermas, J.: Theorie des kommunikativen Handelns, 2 Bände, Frankfurt a.M.1981 (1981a/b).
- Habermas, J.: Diskursethik – Notizen zu einem Begründungsprogramm, in: ders., Moralbewusstsein und kommunikatives Handeln, Frankfurt a.M. 1983, S. 53-125.
- Habermas, J.: Vorstudien und Ergänzungen zur Theorie des kommunikativen Handelns, Frankfurt a.M. 1984.
- Habermas, J.: Entgegnungen, in: Honneth, A./Joas, H. (Hrsg.), Kommunikatives Handeln, Frankfurt a.M. 1986, S. 327-405.
- Habermas, J.: Ist der Herzschlag der Revolution zum Stillstand gekommen? Volkssouveränität als Verfahren. Ein normativer Begriff der Öffentlichkeit?, in: Forum für Philosophie Bad Homburg (Hrsg.), Die Ideen von 1789 in der deutschen Rezeption, Frankfurt 1989, S. 7-36
- Habermas, J.: Erläuterungen zur Diskursethik, Frankfurt a.M. 1991.
- Habermas, J.: Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaates, Frankfurt a.M. 1992.
- Habermas, J.: Die Einbeziehung des Anderen, Frankfurt 1996.
- Hayek, F.A. von: Freiburger Studien, Tübingen 1969, darin: Ergebnisse menschlichen Handelns, aber nicht menschlichen Entwurfs (S. 97-107); Grundsätze einer liberalen Gesellschaftsordnung (S. 108-125).
- Hayek, F.A. von: Die Anmassung von Wissen, in: ORDO. Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft, Stuttgart 1975 (1975a).
- Hayek, F.A. v.: Die Irrtümer des Konstruktivismus und die Grundlagen legitimer Kritik gesellschaftlicher Gebilde, Tübingen 1975 (1975b).
- Hayek, F.A. von: Recht, Gesetzgebung und Freiheit, 3 Bde., Landsberg am Lech, Bd. 1 (2. Aufl.) (1986), Bd. 2 (1981a), Bd. 3 (1981b).
- Hayek, F.A. von: Die Anmassung von Wissen. Neue Freiburger Studien, Tübingen 1996.
- Hill, W./Fehlbaum, R./Ulrich, P.: Organisationslehre, Bd. 1: Ziele, Instrumente und Bedingungen der Organisation sozialer Systeme, 5. Aufl., Bern/Stuttgart/Wien 1994.

- Hirschman, A.O.: Engagement und Enttäuschung. Über das Schwanken der Bürger zwischen Privatwohl und Gemeinwohl, Frankfurt a.M. 1984.
- Hobbes, Th.: [Leviathan](#), Stuttgart 1980.
- Höffe, O. (Hrsg.), Einführung in die utilitaristische Ethik. Klassische und zeitgenössische Texte, 2. Aufl., Tübingen 1992.
- Hoffmann, J./Ott, K./Scherhorn, G. (Hrsg.): Ethische Kriterien für die Bewertung von Unternehmen. Frankfurter-Hohenheimer Leitfaden, Frankfurt a.M. 1997.
- Homann, K.: Types of Rationality versus Theory of Rationality, in: Koslowski, P. (Hrsg.), Economics and Philosophy, Tübingen 1985, S. 141-157.
- Homann, K.: Rationalität und Demokratie, Tübingen 1988.
- Homann, K.: Entstehung, Befolgung und Wandel moralischer Normen: Neuere Erklärungsansätze, in: Pappi, F.U. (Hrsg.), Wirtschaftsethik – Gesellschaftswissenschaftliche Perspektiven, Kiel 1989, S. 47-64.
- Homann, K.: Wirtschaftsethik. Die Funktion der Moral in der modernen Wirtschaft, in: Wieland, J.: Wirtschaftsethik und Theorie der Gesellschaft, Frankfurt a.M. 1993, S. 32-53.
- Homann, K.: Ethik und Ökonomik, in: Kappler, E./Scheytt, T. (Hrsg.), Unternehmensführung – Wirtschaftsethik – Gesellschaftliche Evolution, Gütersloh 1995, S. 177-200.
- Homann, K.: Wirtschaftsethik: Angewandte Ethik oder Ethik mit ökonomischer Methode, in: Zeitschrift für Politik, 1996, S. 178-182.
- Homann, K.: Das Problem der 'Instrumentalisierung' der Moral in der Wirtschaftsethik, in: Kumar, B.N./Osterloh, M./Schreyögg, G. (Hrsg.), Unternehmensethik und die Transformation des Wettbewerbs, Stuttgart 1999 (1999a), S. 53-70.
- Homann, K.: Die Legitimation von Institutionen, in: Korff, W., u.a. (Hrsg.), Handbuch der Wirtschaftsethik, Bd. 2, Gütersloh 1999 (1999b), S. 50-95.
- Homann, K.: Vorteile und Anreize, Tübingen 2002.
- Homann, K./Blome-Drees, F.: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen 1992.
- Homann, K./Pies, I.: Wirtschaftsethik in der Moderne. Zur ökonomischen Theorie der Moral, in: Ethik und Sozialwissenschaften, 1994, Heft 1, S. 3-12.
- Hoppmann, E.: Wettbewerb als Norm der Wettbewerbspolitik, in: Herdzina, K. (Hrsg.), Wettbewerbstheorie, Köln 1975, S. 230-243.
- Hospers, J.: Human Conduct: An Introduction to the Problems of Ethics, London, 2. Aufl. 1970.
- Hutcheson, F.: Über den Ursprung unserer Ideen von Schönheit und Tugend, Hamburg 1986 (1726).
- ILO – Washington Branch Office: Child Labour: Action required at the national level, Genf, 10 Juni 1996.
- Industrie-Holding (Vereinigung Schweizerischer Industrie-Holdinggesellschaften: [Jahresbericht 1998](#)).
- Jantsch, E.: Unternehmung und Umweltsysteme, in: Hentsch, B./Malik, F. (Hrsg.), Systemorientiertes Management, Bern/Stuttgart 1973, S. 27-46.
- Jöhr, W. A.: Ein Beitrag zur Werturteilsproblematik, in: Wirtschaft und Recht, 1981, S. 9-38.
- Kant, I.: [Grundlegung zur Metaphysik der Sitten](#), Werkausgabe Bd. VII, Frankfurt a.M. 1974 (1974a).
- Kant, I.: Kritik der praktischen Vernunft, Werkausgabe Bd. VII, Frankfurt a.M. 1974 (1974b).
- Kant, I.: Die Metaphysik der Sitten, Werkausgabe Bd. VIII, Frankfurt a.M. 1977 (1977a).
- Kant, I.: [Über ein vermeintes Recht aus Menschenliebe zu lügen](#), in: ders. (1977a: 637-643) (1977b); das Original erschien 1797.
- Kant, I.: Die Religion innerhalb der Grenzen der bloßen Vernunft, in: ders. (1977a: 647-658), (1977c); das Original erschien 1793.
- Kant, I.: Kritik der reinen Vernunft, Werkausgabe Bd. III und IV, 5. Aufl., Frankfurt a.M. 1981.
- Kant, I.: Schriften zur Anthropologie, Geschichtsphilosophie, Politik und Pädagogik 1, Werkausgabe Bd. XI., Frankfurt a. M. 1984; darin: [Zum ewigen Frieden](#) (S. 195-251) und [Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?](#) (S. 51-61).
- Kapstein, E. B.: Workers and the World Economy, in: Foreign Affairs, May/June 1996, S. 16-37.
- Keller, Ch.: Das Ende eines Feindbildes, in: Tages-Anzeiger, Magazin, 10. Juli 2000.
- Kerber, W.: Evolutionäre Marktprozesse und Nachfragemacht, Baden-Baden 1989.
- Kersting, W.: Moralphilosophie, angewandte Ethik und Ökonomismus, in: Zeitschrift für Politik, 1996, S. 183-194.
- Kirchgässner, G.: Homo oeconomicus, Tübingen 1991.
- Kirchgässner, G.: Towards A Theory of Low-Cost Decisions, in: European Journal of Political Economy, 1992, S. 305-320.
- Kirchgässner, G.: Globalisierung: Herausforderung für das 21. Jahrhundert, in: Aussenwirtschaft, 1998, S. 29-50.
- Kirzner, I.M.: How Markets Work, London 1997.
- Kleinewefers, H.: Wie der volkswirtschaftliche Nutzen maximiert wird, in: Neue Zürcher Zeitung, 5. Juli 1996, S. 23.
- Kliemt, H.: Normbegründung und Normbefolgung in Ethik und Ökonomik, in: Albach, H. (Hrsg.), Unternehmensethik. Konzepte - Grenzen - Perspektiven, Wiesbaden 1992, S. 93-107.

- Kohlberg, L.: Essays on Moral Development, Vol. 1: The Philosophy of Moral Development, San Francisco 1981.
- Kuhn, Th.: Unternehmerische Verantwortung in der ökologischen Krise als 'Ethik der gestaltbaren Zahlen', Bern/Stuttgart/Wien 1993.
- Kuhn, Th.: Internes Unternehmertum, München 2000.
- Külp, B./Knappe, E.: Wohlfahrtsökonomik I, 2. Aufl., Düsseldorf 1984.
- Laczniak, G.R.: Frameworks for Analyzing Marketing Ethics, in: ders./Murphy, P.E., Marketing Ethics. Guidelines for Managers, Lexington 1985, S. 9 ff.
- Lammers, J./Schmitz, O.: Der moralische Handlungsspielraum von Unternehmen, Marburg 1995.
- Lang, T./Hines, C.: The New Protectionism. Protecting the Future Against Free Trade, London 1993.
- Leisinger, K.M.: Unternehmensethik. Globale Verantwortung und modernes Management, München, 1997.
- Leisinger, K.M.: [Globalisierung, unternehmensethische Selbstbindung und wohlverstandenes Eigeninteresse](#), in: Ulrich, P./Löhr, A./Wieland, J. (Hrsg.), Unternehmerische Freiheit, Selbstbindung und politische Mitverantwortung, München 1999, S. 99-118.
- Leisinger, K.: Whistleblowing und Corporate Reputation Management, Mering 2003
- Lenk, H./Maring, M.: Einführung. In: dies.: Wirtschaft und Ethik, Stuttgart 1992, S. 7-30.
- Leutwiler, F./Schmidheiny, S., u.a.: Schweizerische Wirtschaftspolitik im internationalen Wettbewerb. Ein ordnungspolitisches Programm, Zürich 1991.
- Lisowsky, A.: Ethik und Betriebswirtschaftslehre, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, 1927, S. 253-258, 363-372, 429-442.
- Löhr, A.: Unternehmensethik und Betriebswirtschaftslehre, Stuttgart 1991.
- Lutz, Ch.: Arbeitswelt 2020. Gesellschaft der Lebensunternehmer, in: Du, Heft 5, 1997, S. 74-76.
- Maak, Th./Ulrich, P.: Integre Unternehmensführung, Stuttgart 2008.
- Marglin, S.A.: The Dismal Science. How Thinking Like an Economist Undermines Community, Cambridge, Mass./London 2008.
- Maus, M.: Die Gabe, 2. Aufl., Frankfurt a.M. 1984 (1950).
- McKenzie, R. B.: The American Job Machine, New York 1988.
- Mead, G.H.: Geist, Identität und Gesellschaft, Frankfurt 1973 (Chicago 1934).
- Mises, L. von: Nationalökonomie. Theorie des Handelns und Wirtschaftens, Genf 1940.
- Mises, L. von: Human Action, 3. Aufl., San Francisco 1966.
- Offe, C.: Fessel und Bremse: Moralische und institutionelle Aspekte ‚intelligenter Selbstbeschränkung‘, in: Honneth, A., u.a. (Hrsg.), Zwischenbetrachtungen, Frankfurt 1988, S. 739-774.
- Osterloh, M.: Unternehmensethik und Unternehmenskultur, in: Steinmann, H./Löhr, A. (Hrsg.), Unternehmensethik, Stuttgart 1989, S. 143-161.
- Osterloh, M.: Interorganisatorisches Lernen in ethischen Branchenvereinbarungen. Diskussionsbeitrag Nr. 18 des Instituts für betriebswirtschaftliche Forschung an der Universität Zürich, Zürich 1995.
- Osterloh, M.: Vom Nirwana-Ansatz zum überlappenden Konsens: Konzepte der Unternehmensethik im Vergleich, in: Nutzinger, H.G. (Hrsg.), Wirtschaftsethische Perspektiven III, Berlin 1996, S. 203-229.
- Osterloh, M./Tiemann, R.: Konzepte der Wirtschafts- und Unternehmensethik. Das Beispiel der Brent Spar, in: Die Unternehmung, 1995, S. 321-338.
- O.V.: Mehr Markt im Gesundheitswesen. McKinsey-Studie zur Produktivität von Leistungsbringern, in: Neue Zürcher Zeitung, 1. November 1996, S. 23.
- O.V.: Wettbewerb als Gefahr für Sinn und Ethik?, in: Neue Zürcher Zeitung, 28.1.1997, S. 21.
- O.V.: New Year's Revolution: [Morality in Marketing](#), November 2004.
- Peters, T.J./Waterman, R.H.Jr.: Auf der Suche nach Spitzenleistungen. Was man von den bestgeführten US-Unternehmen lernen kann, Landsberg am Lech 1983, S. 276.
- Pfriem, R.: Unternehmenspolitik in sozialökologischen Perspektiven, Marburg 1995.
- Pieper, A.: Einführung in die Ethik, 5. Aufl., Tübingen 2003.
- Pigou, A. C.: The Economics of Welfare, London 1929.
- Piper, N.: Angstfaktor Weltmarkt, in: Die Zeit, 5. April 1996, S. 17-18, hier S. 18.
- Pinchot, G.: Intrapreneuring, Wiesbaden 1988.
- Pierer, H. von: Zwischen Profit und Moral, München 2003.
- Polanyi, K.: The Great Transformation. Politische und ökonomische Ursprünge von Gesellschaften und Wirtschaftssystemen, Wien 1977.
- Post, J.E.: Nestlés traumatische Erfahrung mit Milchpulver, in: gdi-impuls, Nr. 1, 1985, S. 6-22.
- PricewaterhouseCoopers: Compliance-Management bei Finanzinstituten. Aktuelle Trends, Zürich 2004.
- Priddat, B.P.: Öffentliche Güter, meritorische Güter, in: Enderle/u.a. (1993: 767-774).
- Pury, D. de: "David de Pury und wie er die Welt sieht" (Interview), in: Tagesanzeiger, 2. Februar 1996, S. 7.
- Pury, D. de/Hauser, H./Schmid, B. (Hrsg.): Mut zum Aufbruch. Eine wirtschaftspolitische Agenda für die Schweiz, Zürich 1995.
- Platon: Der Staat, München 1991.
- Rawls, J.: Eine Theorie der Gerechtigkeit, Frankfurt a.M. 1979.

- Rawls, J.: Politischer Liberalismus, Frankfurt a.M. 1998.
- Rentsch, Th.: Wie ist eine menschliche Welt überhaupt möglich? Philosophische Anthropologie als Konstitutionsanalyse der humanen Welt, in: Demmerling, Ch./Gabriel, G./Rentsch, Th. (Hrsg.), Vernunft und Lebenspraxis. Philosophische Studien zu den Bedingungen einer rationalen Kultur, Frankfurt 1995, S. 192-214.
- Retzmann, Th.: Wirtschaftsethik und Wirtschaftspädagogik, Köln 1994.
- Rieger, B.: Management ohne Moral funktioniert nur kurzfristig, in: Handelsblatt, 2. November 1990, Beilage Karriere, S. 4.
- Rieger, W.: Einführung in die Privatwirtschaftslehre, Erlangen 1929.
- Riklin, A.: Wissenschaft und Ethik, Aulavorträge der Hochschule St. Gallen, Nr. 17, St. Gallen 1982.
- Robbins, L.: An Essay on the Nature and Significance of Economic Science, 2. Aufl., London 1946.
- Rock, R./Rosenthal, K.: Marketing = Philosophie, Frankfurt/Bern/New York 1986.
- Röglin, H.-Ch./Grebmer, K. von: Pharma-Industrie und Öffentlichkeit, Basel 1988.
- Röpke, W.: Jenseits von Angebot und Nachfrage, Erlbach-Zürich/Stuttgart 1958.
- Röpke, W.: Wettbewerb (II). Ideengeschichte und ordnungspolitische Stellung, in: Handwörterbuch der Sozialwissenschaften, Bd. 12, Stuttgart/Tübingen/Göttingen 1965, S. 29-36.
- Roth, M.: Compliance, Integrität und Regulierung. Ein wirtschaftsethischer Ansatz in 10 Thesen, Zürich/Basel/Genf 2005.
- Sandel, M.: Die verfahrensrechtliche Republik und das ungebundene Selbst, in: Honneth, A. (Hrsg.), Kommunitarismus. Eine Debatte über die moralischen Grundlagen der moderner Gesellschaften, Frankfurt a.M./New York, 1993, S. 18-35.
- Sautter, H.: Sozialklauseln für den Welthandel - wirtschaftsethisch betrachtet, in: Kantzenbach, E./Molitor, B./Mayer, O.G. (Hrsg.), Hamburger Jahrbuch für Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik, Tübingen 1995, S. 227-245.
- Scherer, A.G./Palazzo, G.: Toward a political conception of corporate responsibility: Business and society seen from a Habermasian perspective, in: Academy of Management Review, 32 (2007), 4, S. 1096-1120.
- Sewing, W.: John G.A. Pocock und die Wiederentdeckung der republikanischen Tradition. Vorwort zu: Pocock, J.G.A., Die andere Bürgergesellschaft. Zur Dialektik von Tugend und Korruption, Frankfurt 1993, S. 7-32.
- Schlecht, O.: Entscheidungslinien der deutschen Wettbewerbspolitik, in: ORDO, 1992, S. 319-335.
- Schmidchen, D.: Fehltritte über das Konzept der Wettbewerbsfreiheit, in: Ordo, Stuttgart 1988, S. 111-135.
- Schneider, D.: Unternehmensethik und Gewinnprinzip in der Betriebswirtschaftslehre, in: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 1990, S. 869-891.
- Schumpeter, J.A.: Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie, 7. Aufl., Tübingen 1993.
- Schäuble, W.: Und sie bewegt sich doch, Berlin 1998, Kapitel 5.
- Schuster, L.: Die gesellschaftliche Verantwortung der Banken, in: Britzelmaier, B./Geberl, S. (Hrsg.), Wandel im Finanzdienstleistungssektor, Heidelberg 2001, S. 185-190.
- Schwarz, G.: Markt, Macht und Moral, in: Neue Zürcher Zeitung, 31. Dezember 1997, S. 25 (1997a).
- Schwarz, G.: Kreativität und Unternehmertum, in: Schweizerische Monatshefte, 6/1997, S. 20-23 (1997b).
- Shell International: Dealing with Bribery and Corruption. A Management Primer, London 1999.
- Shepherd, W.G.: The Economics of Industrial Organization, 2. Aufl., Englewood Cliffs 1985.
- Siebert, H.: Weltwirtschaft, Stuttgart 1997.
- Singer, P.: Praktische Ethik, Stuttgart 1984.
- Sloterdijk, P.: Kritik der zynischen Vernunft, Frankfurt a.M. 1983.
- Smith, A.: Der Wohlstand der Nationen, München 1978 (1776).
- Smith, A.: Theorie der ethischen Gefühle, Hamburg 1985 (1759).
- Steinmann, H./Gerhard, B.: Effizienz und Ethik in der Unternehmensführung, in: Homann, K. (Hrsg.), Aktuelle Probleme der Wirtschaftsethik, Berlin 1992, S. 159-182.
- Steinmann, H./Löhr, A.: Der Beitrag von Ethik-Kommissionen zur Legitimation der Unternehmensführung, in: dies. (Hrsg.), Unternehmensethik, 2. überarb. u. erw. Aufl., Stuttgart 1991, S. 269-279.
- Steinmann, H./Löhr, A.: Unternehmensethik, in: Frese, E. (Hrsg.), Handwörterbuch der Organisation, 3. Aufl., Stuttgart 1992, Sp. 2451-2462.
- Steinmann, H./Löhr, A.: Unternehmensethik – Ein republikanisches Programm, in: Forum für Philosophie Bad Homburg (Hrsg.), Markt und Moral. Die Diskussion um die Unternehmensethik, Bern/Stuttgart/Wien 1994, S. 145-180 (1994a).
- Steinmann, H./Löhr, A.: Grundlagen der Unternehmensethik, 2. Aufl., Stuttgart 1994 (1994b).
- Steinmann, H./Olbrich, T.: Business Ethics in U.S.-Corporations, in: Ulrich, P./Wieland, J. (Hrsg.), Unternehmensethik in der Praxis. Impulse aus den USA, Deutschland und der Schweiz, Bern/Stuttgart/Wien 1998, S. 63-89.
- Steinmann, H./Zerfass, A.: Privates Unternehmertum und öffentliches Interesse, in: Wagner, G.R. (Hrsg.), Betriebswirtschaftslehre und Umweltschutz, Stuttgart 1993, S. 3-26.
- Steinmann, H./Zerfass, A.: Management der integrierten Unternehmenskommunikation, in: Ahrens, R./Scherer, H./Zerfass, A. (Hrsg.), Integriertes Kommunikationsmanagement, Frankfurt a.M. 1995, S. 11-50.
- Stigler, G. J.: Economics - The Imperial Science?, in: Scandinavian Journal of Economics, 1984, S. 301-313.

- Stigler, G. J.: *The Theory of Price*, 4. Aufl., New York 1987.
- Strätling, R.: [Shareholder versus Stakeholder. Welchen Zielen sollte die Unternehmensführung verpflichtet sein?](#), in: *Forum Wirtschaftsethik*, 2/1997, S. 3-7.
- Suchanek, A.: *Ökonomische Ethik*, 2. Aufl., Tübingen 2007.
- Taylor, Ch.: *Negative Freiheit?*, Frankfurt 1988.
- Thielemann, U.: [Das Prinzip Markt](#). Kritik der ökonomischen Tauschlogik, Bern/Stuttgart/Wien 1996.
- Thielemann U.: [Globale Konkurrenz, Sozialstandards und der \(Sach-\) Zwang zum Unternehmertum](#), in: Maak, Th./Lunau, Y. (Hrsg.), *Weltwirtschaftsethik. Globalisierung auf dem Prüfstand der Lebensdienlichkeit*, Bern/Stuttgart/Wien 1998, S. 203-244.
- Thielemann, U.: [Die Entfaltung integrativer Wirtschaftsethik in der Kritik](#), in: *Berliner Forum Wirtschaftsethik /Nutzinger, H.G. (Hrsg.), Wirtschafts- und Unternehmensethik einer neuen Generation. Zwischen Grundlagenreflexion und ökonomischer Indienstnahme*, München 1999, Hampp Verlag, S. 117-152 (1999c).
- Thielemann, U.: [Was spricht gegen angewandte Ethik?](#) Erläutert am Beispiel der Wirtschaftsethik, in: *Ethica*, Nr. 1, 2000, S. 37-68.
- Thielemann, U.: *Wirtschaftsethik als Anstrengung zur Überwindung von Philosophievergessenheit*, in: Koslowski, P. (Hrsg.), *Wirtschaftsethik – Wo ist die Philosophie?* Heidelberg 2001, S. 145-178.
- Thielemann, U.: *Internet und Civic Consumerism. Chancen und Grenzen der neuen, internet-gestützten kritischen Konsumentenbewegung*, in: Fischer, P./Hubig, Ch./Koslowski, P. (Hrsg.), *Wirtschaftsethische Fragen der E-Economy*, Heidelberg 2003, S. 327-346 (2003a).
- Thielemann, U.: [Integrative Wirtschaftsethik als kritische Theorie des Wirtschaftens](#). Die Unmöglichkeit der Wertfreiheit der Ökonomie als Ausgangspunkt der Wirtschaftsethik, in: Breuer, M./Brink, A./Schumann O.J. (Hrsg.), *Wirtschaftsethik als kritische Sozialwissenschaft*, Bern/Stuttgart/Wien 2003, S. 89-115 (2003b).
- Thielemann, U.: *Moral als Ausweg aus der Vertrauenskrise? Über wahre und vermeintliche Geschäftsintegrität*, in: Jakob, R./Naumann, J. (Hrsg.), *Wege aus der Vertrauenskrise*, Frankfurt a.M. 2003, S. 297-321 (2003c).
- Thielemann, U.: [Managergehälter](#) – Eine Frage der Ethik, in: *Wirtschaftsdienst. Zeitschrift für Wirtschaftspolitik*, Juni 2004, S. 358-362 (2004a).
- Thielemann, U.: [Diskursethik in der Orientierungskrise](#). Bemerkungen zum Theorie-Praxis-Verhältnis und zum Sinn der Diskursethik als einer Vernunftethik, in: Ulrich/Breuer (2004: 65-80), 2004b.
- Thielemann, U.: [Freiheit unter den Bedingungen des Marktes](#). Oder doch gegenüber der Marktlogik? Vom verfehlten Umgang mit Sachzwängen, in: Schmidinger, H. (Hrsg.), *Der Mensch – ein freies Wesen? Autonomie – Personalität – Verantwortung. Der Mensch – ein freies Wesen?*, Darmstadt 2005 (2005a), S. 261-287.
- Thielemann, U.: [Das Ende des Neoliberalismus?](#), in: *Wirtschaftsdienst. Zeitschrift für Wirtschaftspolitik (Zeitgespräch zum Thema „Ist die Kapitalismuskritik berechtigt?“)*, Juni 2005 (2005b), S. 358-364.
- Thielemann, U.: *Der Fall Enron(s) – Ein Anlass, über den wirtschaftsethischen Status von Managementintegrität nachzudenken*, in: [Forum Wirtschaftsethik](#), Juli 2005 (2005c).
- Thielemann, U.: [Compliance und Integrity](#) – Zwei Seiten ethisch integrierter Unternehmenssteuerung. Lektionen aus dem Compliance-Management eines Nahrungsmittelkonzerns und einer Grossbank, *Berichte des Instituts für Wirtschaftsethik*, Nr. 104, St. Gallen 2005 (2005d).
- Thielemann, U.: [Zwischen Neidargument und Dschungeltheorie](#). Millionenbezüge für Manager – was ist fair und fördert die gute Unternehmensentwicklung?, *Personalführung*, 7/2006, S. 18-25.
- Thielemann, U.: [Ethik als Erfolgsfaktor?](#) The Case against the business case und die Idee verdienter Reputation, in: Scherer, A.G./Patzner, M. (Hrsg.), *Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensethik*, Wiesbaden 2008, S. 231-255.
- Thielemann, U.: [Ökonomik nach der Krise](#): Das Ende der Marktgläubigkeit, in: *Wirtschaftsdienst*, Juli 2009.
- Thielemann, U.: *System Error. Warum der freie Markt zur Unfreiheit führt*, Frankfurt a.M. 2009.
- Thielemann, U.: *Die Verteilungsfrage als Fairnessfrage und die Zurückeroberung der Idee der Sozialen Marktwirtschaft*, in: Spieker, M. (Hrsg.), *Pflegefall Sozialstaat (im Erscheinen)*, Vorabveröffentlichung [MeM-Wirtschaftsethik](#), Berlin 2011.
- Thielemann, U./Ulrich, P.: *Brennpunkt Bankenethik. Der Finanzplatz Schweiz in wirtschaftsethischer Perspektive*, Bern/Stuttgart/Wien 2003.
- Thielemann, U./Ulrich, P.: *Standards guter Unternehmensführung. Zwölf internationale Initiativen und ihr normativer Orientierungsgehalt*, *St. Galler Beiträge zur Wirtschaftsethik*, Bd. 43, Bern/Stuttgart/Wien 2009.
- Tugendhat, E.: *Vorlesung über Ethik*, Frankfurt a.M. 1993.
- Tuleja, T.: *Ethik und Unternehmensführung*, Landsberg/Lech 1987.
- UBS: [Handbuch 2001/2002](#).
- Ulrich, P.: *Die Weiterentwicklung der ökonomischen Rationalität. Zur Grundlegung der Ethik der Unternehmung*, in: Biervert, B./Held, M. (Hrsg.), *Ökonomische Theorie und Ethik*, Frankfurt a.M./New York 1987, S. 122-149, hier S. 126 ff.
- Ulrich, P.: 'Symbolisches Management'. Ethisch-kritische Anmerkungen zur gegenwärtigen Diskussion über Unternehmenskultur, in: Lattmann, Ch. (Hrsg.), *Unternehmenskultur*, Heidelberg 1990, S. 277-302.
- Ulrich, P.: *Der kritische Adam Smith - im Spannungsfeld zwischen sittlichem Gefühl und ethischer Vernunft*, in: Meyer-Faje, A./Ulrich, P. (Hrsg.) *Der andere Adam Smith. Beiträge zur Neubestimmung von Ökonomie als*

- Politischer Ökonomie, Bern/Stuttgart 1991, S. 145-190.
- Ulrich, P.: Transformation der ökonomischen Vernunft. Fortschrittsperspektiven der modernen Industriegesellschaft, 3. Aufl., Bern/Stuttgart/Wien 1993 (1993a).
- Ulrich, P.: Zwei Ebenen unternehmerischer Verantwortung, in: Neue Zürcher Zeitung, 6. Oktober 1993, S. 39 (1993b).
- Ulrich, P.: Brent Spar und der ‚moral point of view‘. Reinterpretation eines unternehmensethischen Realfalls, in: Die Unternehmung, 1996, S. 27-46.
- Ulrich, P.: Integrative Wirtschaftsethik, Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, 4., vollständig überarbeitete Aufl., Bern/Stuttgart/ Wien 2008 (1. Aufl. 1997).
- Ulrich, P.: Prinzipienkaskaden oder Graswurzelreflexion? – Zum Praxisbezug der Integrativen Wirtschaftsethik, in: Ulrich/Breuer (2004: 127-142).
- Ulrich, P.: Marktwirtschaft in der Bürgergesellschaft – Die Soziale Marktwirtschaft vor der nachholenden gesellschaftspolitischen Modernisierung, in: Abländer, M./Ulrich, P. (Hrsg.) 60 Jahre Soziale Marktwirtschaft. Illusionen und Reinterpretationen einer ordnungspolitischen Integrationsformel, Bern, Stuttgart, Wien 2009, S. 349-380.
- Ulrich, P./Breuer, M. (Hrsg.), Wirtschaftsethik im philosophischen Diskurs, Würzburg 2004.
- Ulrich, P./Fluri, E.: Management. Eine konzentrierte Einführung, 7. Aufl., Bern/Stuttgart/Wien 1995.
- Ulrich, P./Jäger, U./Waxenberger B.: Prinzipiengeleitetes Investment I. Kritische Analyse der gegenwärtigen Praxis bei ‚ethisch-ökologischen‘ Geldanlagen, Berichte des Instituts für Wirtschaftsethik, Nr. 83, St. Gallen 1998.
- Ulrich, P./Lunau, Y./Weber, Th.: ‚Ethikmassnahmen in der Unternehmenspraxis. Zum Stand der Wahrnehmung und Institutionalisierung von Unternehmensethik in schweizerischen und deutschen Firmen. Ergebnisse einer Befragung, Berichte des Instituts für Wirtschaftsethik, Nr. 73, St. Gallen 1996.
- Ulrich, P./Thielemann, U.: Ethik und Erfolg. Unternehmensethische Denkmuster von Führungskräften – eine empirische Studie, Bern/Stuttgart 1992.
- Ulrich, P. /Thielemann, U.: Wie denken Manager über Markt und Moral?, in: Wieland, J. (Hrsg.), Wirtschaftsethik und Theorie der Gesellschaft, 1993, S. 54-91.
- Vahrenholt, F.: Zukunftsfähigkeit aus Sicht eines Unternehmens, Berlin, September 1999.
- Vasella, D.: Schutz der Menschenwürde ist Unternehmensaufgabe, in: Handelszeitung, 5. Mai 2004.
- Volkart, R.: Langfristige Shareholder-Orientierung, in: Neue Zürcher Zeitung, 5. Juli 1996, S. 23.
- Wagner, A.: Unternehmensethik in Banken, 1999.
- Waxenberger, B.: Prinzipiengeleitetes Investment – Orientierungen und kritische Bemerkungen, in: Waxenberger/Schmid Holz/u.a. (2001: 9-24).
- Waxenberger, B./Schmid Holz, D./u.a. (Hrsg.): Grünes Geld, Berichte des Instituts für Wirtschaftsethik, Nr. 90, St. Gallen 2001.
- Weber, M.: Wirtschaft und Gesellschaft, 5. rev. Aufl., Tübingen 1972.
- Weber, M.: Die ‚Objektivität‘ sozialwissenschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis, in: ders., [Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre](#), 5. Aufl., Tübingen 1982, S. 146-214.
- Weber, M.: Politik als Beruf, in: ders., [Gesammelte Politische Schriften](#), herausgegeben von Johannes Winkelmann, 5. Aufl., Tübingen 1988 (1988a).
- Weber, M.: [Die Protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus](#) (1904/1905), in: ders., [Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie I](#), 9. Aufl., Tübingen 1988, S. 17-206 (1988b).
- Weber, M.: Die Entfaltung der kapitalistischen Gesinnung, in: Die protestantische Ethik, Bd. I. Eine Aufsatzsammlung, 8. Aufl., Gütersloh 1991, S. 358-376.
- Weiss, F. D.: Einleitung, in: Bhagwati, J.: Geschützte Märkte. Protektionismus und Weltwirtschaft, Frankfurt a.M. 1990, S. IX-XIX.
- Weisser, G.: Die Überwindung des Ökonomismus in der Wirtschaftswissenschaft, in: ders., Beiträge zur Gesellschaftspolitik, Göttingen 1978, S. 573-601 (Erstveröff. 1954).
- Weizsäcker, C.C. von: Mitbestimmung und Shareholder Value, in: Gewerkschaftliche Monatshefte, Nr. 3, 1999, S. 177-184.
- Wettstein, F.: Multinational Corporations and Global Justice. Human Rights Obligations of a Quasi-Governmental Institution, Stanford 2009.
- Wicksteed, Ph.H.: The Common Sense of Political Economy, Vol.1, New York 1950.
- Wieland, J.: Die Ethik der Wirtschaft als Problem lokaler und konstitutioneller Gerechtigkeit, in: ders. (Hrsg.), Wirtschaftsethik und Theorie der Gesellschaft, Frankfurt a.M. 1993, S. 7-31.
- Wieland, J.: Die Ethik der Governance, Marburg 1999.
- Wieland, J./Fürst, M. (2003): WerteManagementSysteme in der Praxis. Erfahrungen und Ausblicke, [KleM Working Paper Nr. 04/2003](#).
- Wimmer, R.: Universalisierung in der Ethik, Frankfurt a.M. 1980.
- Wingert, L.: Gemeinsinn und Moral. Grundzüge einer intersubjektivistischen Moralkonzeption, Frankfurt 1993.
- Wissenschaftlicher Beirat beim Bundesministerium der Finanzen: [Reform der internationalen Kapitaleinkommensbesteuerung](#), BMF-Schriftenreihe Heft 65, Bonn/ Berlin 1999.

- Wittgenstein, L.: Philosophische Untersuchungen, in: Werkausgabe Bd. 1, Frankfurt a.M. 1984.
- Zhang, C.: Ethical Funds and Socially Responsible Investment. An Overview, in: QFinance, 2009, www.qfinance.com/asset-management-best-practice/ethical-funds-and-socially-responsible-investment-an-overview?full.
- Zajitschek, S.: Corporate Ethics Relations – Orientierungsmuster für die legitime Gestaltung unternehmensex-
terner Beziehungen, Bern/Stuttgart/Wien 1997.