

RINGVORLESUNG „PLURALE WIRTSCHAFTSETHIK“  
WINTERSEMESTER 2021/22

# INTEGRATIVE WIRTSCHAFTSETHIK ALS PARADIGMA VON ÖKONOMIK

Ulrich Thielemann  
MeM – Denkfabrik für Wirtschaftsethik (Berlin)

# Wirtschaftsethik – als „angewandte Ethik“?

- Wirtschaftsethik als eine „angewandte Ethik“ möchte „praktische Relevanz“ gewinnen. ABländer, M./Schumann, O.J. (2011): **Wirtschaftsethik als angewandte Ethik**, in: ABländer, M. (Hrsg.), Handbuch Wirtschaftsethik, Stuttgart, S. 177-187, S. 181
- Wirtschaftsethik fragt nach den „Möglichkeiten und Grenzen normativer Regulierung von Handlungen der Wirtschaftsakteure“. Heidbrink, L., Lorch, A., Rauen, V. (2019) Wirtschaftsphilosophie zur Einführung, Hamburg, S. 125.
- Angewandte Ethik fragt nach den „Umsetzungsmöglichkeiten von Ethikkonzeptionen“. Reese-Schäfer, Grenzgötter der Moral, S. 20.
- „Wirtschaftsethik befasst sich mit der Frage, welche moralischen Normen und Ideale unter den Bedingungen der modernen Wirtschaft zur Geltung gebracht werden können.“ Homann, K./Blome-Drees, F.: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen 1992, S. 14.

# Anwendungsethik zwischen Unmöglichkeit und Business Case

- Entweder zeigt sich die „Nicht-Anwendbarkeit“ einer Norm („Unmöglichkeitstheorem“, „Kontraproduktivitätsparadigma“).
- Oder es zeigt sich deren „Anwendbarkeit“, was bedeutet: die Erfüllung der Norm zahlt sich aus (Business Case for Ethics, Ethik des Win-Win).
- **Gemeinsamer Nenner: Die Marktinteraktionsverhältnisse werden der Thematisierung entzogen.** Sie fungieren als eine stillschweigende „Bedingung“ der Ethik. („externe Effekte“, nicht interne Effekte)
- Integrative Wirtschaftsethik: Die Marktinteraktionsverhältnisse selbst werden ethisch reflektiert und dem Test ihrer Legitimität unterzogen (gegenstandsbezogene Definition). → Ethik ist nicht mehr ein Teilbereich einer Theorie der Wirtschaft, sondern betrifft das Ganze.

# „Ethik zahlt sich aus“ – Stimmt das? (1)

## □ Beispiele:

- „Die Wachstumsaussichten eines Unternehmens sind untrennbar mit seiner Fähigkeit verbunden, all seinen Stakeholdern gerecht zu werden. Ein Unternehmen kann nur dann auf Dauer Gewinne erzielen, wenn es die Bedürfnisse seiner verschiedenen Stakeholder berücksichtigt... Andere Unternehmen mögen kurzfristig ihren Gewinn maximieren. Aber wie wir immer wieder erleben, fallen Handlungen, die der Gesellschaft schaden, letztlich auf das Unternehmen zurück und vernichten Vermögenswerte für die Aktionäre.“ Larry Fink, Blackrock, 2020
- „Nachhaltiger Erfolg ist nur zu erreichen, wenn die legitimen Interessen aller Stakeholder berücksichtigt werden.“ Henning Schulte-Noelle, bis 2012 Vorsitzender des Aufsichtsrats der Allianz AG
- „Klimaneutralität wird ein Wettbewerbsvorteil unserer Wirtschaft werden.“ CDU/CSU Regierungsprogramm 2021
- „Die sozial-ökologische Modernisierung stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der hiesigen Unternehmen“ Die Grünen, Regierungsprogramm 2021

# „Ethik zahlt sich aus“ – Stimmt das? (2)

- Der Business Case rechtfertigt Gewinnmaximierung.
- „Langfristigkeit“ = tatsächlicher Gewinn. „Kurzfristigkeit“ = Kurzsichtigkeit.
- B.C. = Wer seinen tatsächlich höchstmöglichen Gewinn realisiert, kann ethisch nichts falsch machen.
- Gewinnmaximierung heißt, alles zu tun, um die Gewinne zu steigern.
- Geht über Leichen (zumindest im übertragenden Sinne), wenn sich dies auszahlt.
- Gewinnmaximierung verletzt das Moralprinzip unmittelbar und frontal.
- „Handle so, dass du die Menschheit jederzeit zugleich als Zweck, niemals bloß als Mittel brauchst.“ Immanuel Kant
  - „als Mittel“ = nur die Wirkungseigenschaften (Macht) zählt
  - „als Zweck“ = gute Gründe sollen letztlich zählen
- Gewinnmaximierung ist nicht mit Gewinnerzielung zu verwechseln.

# „Ethik zahlt sich aus“ – Stimmt das? (3)

- Eigenartiger Zufall: Indem die Akteure genau das tun, was in ihrem ultimativen Eigeninteresse liegt, erzeugen sie am Ende ein Ergebnis, das den legitimen Ansprüchen aller entspricht (unsichtbare Hand, Metaphysik des Marktes).
- Tatsächlich zahlt es sich aus, die Ansprüche derjenigen zu berücksichtigen, die über die Macht verfügen, dem „Täter“ seinerseits einen Schaden zuzufügen (z.B. Abzug von Kaufkraft oder von Motivationen).
- „relevante Stakeholder“ („relevant“ für Profitabilität)
- Nur darum Fokus auf „Langfristigkeit“.

# „Ethik zahlt sich aus“ – Stimmt das? (4)

- “Your boss’s top priority is competitiveness. Of course, he wants you to be happy, but only inasmuch as it helps the company win.” Jack Welch (2005, S. 313) (CEO General Electric, 1981-2001)
- “Shareholders will find it optimal to produce and pollute. In fact, if they produce and pollute they expect to receive \$1.1B in profits and if caught they will have to pay fines that (at present value) are only \$100M.”  
Shapira/Zingales: Is Pollution Value-Maximizing? The Dupont Case, 2010
- Wenn Mindestlöhne das Mindestmaß einer fairen Vergütung für geleistete Arbeit markieren, warum gibt es dann noch so viele Unternehmen, die „Hungerlöhne“ zahlen oder die den Mindestlohn unterlaufen? Warum gab es Widerstand gegen dessen Einführung? Eine faire Vergütung müsste sich doch für sie auszahlen.
- Zahlt sich Union Busting, aggressive Steuervermeidung, Arbeitsverdichtung, Entmietungsstrategien, Dividendenstripping – kurzum: Rentabilitätsextremismus – etwa nicht „langfristig“ aus?

# „Ethik zahlt sich aus“ – Stimmt das? (5)

- Gewinn- bzw. Nutzenmaximierung bedeutet: am anderen interessieren nur seine Wirkungseigenschaften (Verdinglichung).
  - „Die Würde der Mitarbeiter zu achten, wäre nur solange geboten, wie es tatsächlich den Unternehmenserfolg steigert.“ Elisabeth Göbel, [www.forum-wirtschaftsethik.de](http://www.forum-wirtschaftsethik.de), 2017
- Der Business Case läuft auf eine (Anti-)Ethik des Rechts des Stärkeren hinaus.
- Wer Macht hat (produktiv, zahlungskräftig ist), bekommt Recht, wer keine Macht hat, hat in diesem Konzept auch keine Rechte.

# Das Kontraproduktivitätsparadigma (1)

- „Unternehmen, die sich über Kapitalmärkte finanzieren müssen, können keine echte CSR praktizieren, weil sonst ihre Eigenkapitalrendite unter das marktübliche Niveau fallen würde und sie sich dem Risiko einer feindlichen Übernahme aussetzen würden.“ Dies zeige auch die „empirische Erfahrung“. Rainer Maurer, Ökonomenstimme, 2015
- „Aufgrund des komplexen Zusammenspiels von Angebot und Nachfrage auf den Absatz- und Faktormärkten ist es allerdings in der Regel unmöglich, direkt und ohne nicht beabsichtigte Nebenwirkungen ein gleicheres Marktergebnis durch staatliche Regulierung herbeizuführen.“ Sachverständigenrat 2014
- Wenn diese Initiative [CH-Konzernverantwortungsinitiative] durchkomme, würden alle Schweizer Unternehmen das Land verlassen... Ruedi Noser geht noch weiter: «Die Initiative schadet den Menschenrechten». Public Eye 2020

# Das Kontraproduktivitätsparadigma (2)

- „Unter dem Druck spürbarer Tatsachen“ kommt es zu einer „Anpassungen der Werturteile“. Hans Willgerodt, FAZ, 2009
- Wer übt diesen Druck aus? „Der Markt“. Naturalisierung.
- „Unter den Bedingungen der Moderne [des Homo oeconomicus, des globalen Wettbewerbs] schlägt die Implementierung einer Norm auf ihre Geltung durch.“ Homann/Pies, 1994, S. 5
- „Eine Politik, die die Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen schwächt, ist mit Blick auf allgemeinen Wohlstand und Arbeitsplätze kontraproduktiv.“ Porter/Kramer, 2011, S. 51
- Im Markt wird „entdeckt“ (Hayek), was richtig ist.
- Fazit: Beide Spielarten des separatistischen Paradigmas laufen darauf hinaus, dass das Richtige durch die Marktmachtverhältnisse definiert wird.

# Der Wertfreiheitsanspruch

- Was durchsetzbar ist, zeigt die „positive“ Ökonomik.
- „Die Ökonomik ist eine im Sinne Max Webers wertfreie Wissenschaft, keine normative, sondern eine ‚positive‘ Wissenschaft, wie dies z.B. auch die Naturwissenschaften sind. Dies bedeutet u. a., dass die Aussagen dieser Sozialwissenschaft unabhängig davon Geltung besitzen müssen, ob sie mit den Wertvorstellungen der sie vertretenden Sozialwissenschaftler vereinbar sind oder ob sie konträr dazu stehen.“ Gebhard Kirchgässner (1991)
- „Morality represents the way we would like the world to work, and economics represents how it actually does work.“ Levitt/Dubner: Freakonomics, S. 13.

# Positive vs. rechtfertigende Ökonomik

1. neoklassisch-hermeneutische Ökonomik (Austrians, Ordoliberalismus, Public Choice): **Deutung** der Marktinteraktionsverhältnisse – als Ausdruck von „Rationalität“ und „Freiheit“, als Garant des „Wohls der Allgemeinheit“ (Adam Smith) und einer „optimalen“, „effizienten“ und „fairen Allokation“ (Varian).
  - „implizite Ethik“ (Karl-Heinz Brodbeck), uneingestandener normativer Geltungsanspruch: Das Marktprinzip soll herrschen.
  - Integrative WE: ‚Den im sich wertfrei wählenden ökonomischen Denken verborgenen normativen Anspruch aufzudecken und vorbehaltloser ethisch-kritischer Grundlagenreflexion zuzuführen.‘ Peter Ulrich, iWE, S. 5, 13, 134 (theoriebezogene Definition)
2. neoklassisch-scientistisch ausgerichteten Lehrbuchökonomik: Verkünderin der „brutalen Wahrheiten der Ökonomik“ (Samuelson/Nordhaus 2010, 19).
  - Aufzeigen der „Folgen politischer Entscheidungen“; wobei sich häufig zeigt, dass eine Politik, die Ungleichheit reduzieren möchte, „genau das Gegenteil des Gewünschten bewirkt“ = „evidenzorientierte Politikberatung“ (Ch. M. Schmidt, 2014).

# Die Normativität „wertfreier“ Ökonomik

- Positive Ökonomik nur analytisch unter Abstraktion von der stets normativen Begrifflichkeit fassbar.
  - „Die Norm liegt verborgen im Begriff.“ (Gunnar Myrdal)
  - „Effizient“, „rational“, „optimal“, „verzerrt“, „überlegen“, „innovativ“, „versagen“ ...
- Die Marktmachtverhältnisse werden als eine unumstößliche Gegebenheit vorausgesetzt, an die wir uns anpassen haben: TINA, „Marktgehorsam“ (Oswald Nell-Breuning, Karl-Heinz Brodbeck)
  - „Gehorsam gegenüber den Weisungen des Marktes wird belohnt, Ungehorsam bestraft, im äußersten Falle mit Konkurs [...] und wirtschaftlicher Existenzvernichtung.“ Röpke, Gesellschaftskrisis, 1. Aufl. 1942, S. 141f.
  - Es ist eine „Tatsache“, dass „Tausende von Menschen sich ständig den Anpassungen unterwerfen, die der Markt von ihnen fordert.“ Hayek 1969, S. 122.
  - Faktische Affirmation und Rechtfertigung der bestehenden Marktmachtverhältnisse durch deren Erklärung zu einer «Tatsache». Dadurch faktisch Affirmation der machtvollen Logik, mit der der wettbewerbliche Markt die Gesellschaft fortwährend umwälzt. Ideologie, weil keine Naturereignisse.

# Die Unhintergebarkeit der Normativität

- Verschleierte Normativität des hermeneutischen Strangs. → Marktinteraktionsverhältnisse in angemessenen Kategorien thematisieren. Interaktionsverhältnisse haben nicht „effizient“, sondern vorrangig gerecht zu sein. Anschlussfähigkeit an den ethisch-philosophischen Fachdiskurs.
- Faktische Normativität des positivistischen Strangs. → Partikularismus überwinden: Akteure, die ethisch an sich gerechtfertigte Handlungsoptionen vereiteln bzw. „Kontraproduktivitäten“ verursachen, adressieren.
- Es kommt darauf an, die Marktinteraktionsverhältnisse unter explizit ethischen Kategorien zu fassen: Welcher Status soll der wettbewerblichen Marktlogik im Zusammenleben der Menschen zukommen?

# Drei systematische Problembereiche

1. Tausch (Eigeninteressestreben, H.O., „Ausbeutung“, unmittelbare Interaktionsverhältnisse) → Individualethik
2. Wettbewerb = Wahl der Exit-Option, Wettbewerb schafft Verlierer, „verbergende Hand des Marktes“ (Bhagwati), Inстанzlosigkeit, „Eigendynamik“, Freiheitsverlust, „Parteilichkeit der Sachzwänge“ (Peter Ulrich) → Ordnungsethik (Regulierung) + Umverteilung
3. Externe Effekte = Einwirkungen auf andere im Zuge von Markttransaktionen (positive statt negative Macht). Missverständnis, dass marktintern alles in Ordnung sei (Coase-Theorem).
  - ▣ Da sich Markttransaktionen makroökonomisch gesehen nicht dematerialisiert vollziehen: gigantische Kumulation externer Effekte, durch die sich die Menschheit selbst auslöschen wird, wenn nicht massiv gegengesteuert wird.

# Wirtschaft neu denken – und gestalten

- Integrative Wirtschaftsethik bringt Handlungsoptionen ins Spiel, die der Ökonomismus (krypto-normative und positivistische Version) ausschließen möchte: Die Begrenzung der Entfaltung der Marktlogik (Limitationsparadigma).
- Die drei Pfeiler einer sozialen (eingebetteten) Marktwirtschaft
  1. Zählung der Marktdynamik durch Regulierung
  2. verteilungspolitische Abmilderung der Folgen des Wettbewerbs und Sicherstellung leistungsgerechter Teilhabe
  3. Entwicklung und Pflege einer Wirtschaftskultur der Mäßigung und der Fairness im Umgang miteinander