

ULRICH THIELEMANN

Wirtschaftsethik jenseits der Marktgläubigkeit¹

Das Ende der Marktgläubigkeit

Mit der Finanzmarktkrise, die im Spätsommer 2007 begann und ihren eigentlichen Ausbruch im September 2008 fand (mit der Pleite von Lehman Brothers), ist die Marktgläubigkeit, die bislang die wirtschaftspolitische Landschaft beinahe flächendeckend bestimmt hatte, sichtbar und breitenwirksam erschüttert worden. Hierzu einige Schlaglichter:

- Josef Stiglitz (2009) kann es sich „nicht vorstellen, dass in Zukunft noch jemand, ohne das Gesicht zu verziehen, behaupten kann, die uneingeschränkte Freiheit der Märkte sei das beste System“².
- Heribert Prantl beobachtet, dass das „vormals so laute Geschrei nach freien Märkten verstummt ist“³, jedenfalls deutlich weniger offensiv vertreten wird und auf eine deutlich geringere positive Resonanz stößt.
- Nicht nur „Bankenimperien sind zusammengebrochen. Es ist ein ganzes Weltbild eingestürzt, dessen Haupt- und Kernthese lautete: Der Markt heilt sich selbst“⁴ – wobei natürlich vorausgesetzt wird, dass die ‚Selbstheilung‘ des Marktprozesses darin bestanden hätte sicherzustellen, dass er ‚gut‘, d.h. zum Wohle aller und dabei fair funktioniert.

¹ Ausarbeitung eines Vortrags im Rahmen der XVIII. Werner-Reihlen-Vorlesung am 17. November 2009 an der Humboldt-Universität zu Berlin.

² J. STIGLITZ, „Wir brauchen eine globale Reservewährung“, Interview, in: Stuttgarter Zeitung, 26. März 2009.

³ H. PRANTL, Was die Not lehrt, in: Süddeutsche Zeitung, 11. Oktober 2008.

⁴ J. JESSEN / E. FINGER / T. ASSHEUER, Pleite der letzten Utopie, in: DIE ZEIT, 25. September 2008.

- Nicolas Sarkozy verkündet das Ende der Marktgläubigkeit mit den Worten: „Le laissez-faire, c'est fini.“ Die „Idee von der Allmacht des Marktes, der durch keinerlei Regulierung behindert werden dürfe“, da „der Markt immer recht habe“ – diese Idee hatte vorher offenbar die politische Kultur bestimmt –, wird nun als eine „verrückte Idee“ bezeichnet.⁵
- Auch der Vorsitzende der britischen Großbank HSBC, Stephen Green, zugleich Vorsitzender des britischen Bankenverbands und ordinierter Laienprediger der anglikanischen Kirche, konstatiert und begrüßt zugleich „die Erschütterung des Glaubens an den Markt“; diese bilde „den Ausgangspunkt für eine neue Weltordnung“, die durch einen „gemäßigten Kapitalismus“ geprägt wäre.⁶
- Bundespräsident Horst Köhler verkündet: „Der Markt allein richtet nicht alles zum Guten.“⁷ Es bedürfte eines „starken Staates [...]“, der dem Marktgeschehen klare und wirksame Regeln und Grenzen setzt.“ Erstaunlich dürfte vor allem sein, dass es notwendig ist, dies zu betonen.

Ökonomen, die sich als die „konsequentesten Fürsprecher des Marktes“ begreifen⁸, oder letztlich wohl eher: des „Prinzips Markt“⁹, dürften hingegen einwenden: Zwar mag „der Markt“ als Ort geldvermittelten Tauschs nicht alles „zum Guten“ wenden und „versagen“, doch „versagt“ damit noch nicht das *Prinzip Markt*, in dessen Festhalten, mit leicht unterschiedlichen Auslegungsvarianten, das Identitätsprinzip der Ökonomik gegenwärtigen Zuschnitts besteht.

⁵ N. SARKOZY, Le discours de Nicolas Sarkozy à Toulon, in: Le Monde, 25. September 2008 (eigene Übersetzung).

⁶ S. GREEN, Moral für Banker, in: DIE ZEIT, 6. August 2009, 24.

⁷ H. KÖHLER, „Das ungezähmte Monster: Die Reform der Weltfinanzordnung verlangt Beteiligung der Gewerkschaften“. Ansprache bei der Festveranstaltung „60 Jahre DGB“ am 5. Oktober 2009 in Berlin.

⁸ F. BREYER, Die Chancen der Sozialen Marktwirtschaft und die Rolle der Ökonomen, in: Perspektiven der Wirtschaftspolitik 9 (2008), 125–138: 128.

⁹ Vgl. zur Unterscheidung zwischen dem Prinzip Markt und dem Markt als Ort geldvermittelten Tauschs U. THIELEMANN, Das Prinzip Markt. Kritik der ökonomischen Tauschlogik, Bern u.a. 1996, 202f. 305f.

Die Finanzmarktkrise ist auch eine Krise der Ökonomik.¹⁰ Mit einiger Plausibilität lassen sich in den „Lehrbüchern“ der „politischen Ökonomie“, die sich schon lange als ganz und gar unpolitisch, als ‚wertfrei‘ wähnt, die „Drehbücher der gegenwärtigen Krise“ erblicken.¹¹ Darum ist „die fundierte Kritik“ an dem „naturgesetzlichen Gebaren dieser Wissenschaft, das es nachhaltig zu erschüttern gilt“, das Gebot der Stunde.¹² Die Krise sollte Anlass sein, den vorherrschenden marktwirtschaftlichen Kategorienapparat zu hinterfragen und zu überdenken. Und da die Kategorien und Begriffe, in denen wir die soziale Welt als dieses und nicht als jenes wahrnehmen, stets normativ imprägniert sind, ist dies eine genuin wirtschaftsethische Aufgabe.

Der Status der Wirtschaftsethik

Wirtschaftsethik – ebenso wie Ethik im Allgemeinen – ist kein ‚Thema‘, sondern die methodisch-disziplinierte Anstrengung der kritischen Klärung unseres Denkens und Redens über das Wirtschaften (das das wirtschaftliche Handeln prägt und konstituiert) in seinem normativen Geltungsanspruch. Wäre Ethik ein ‚Thema‘, müsste es ja andere Themen geben, bei denen Ethik bzw. Normativität keine Rolle spielen. Es gibt jedoch kein Jenseits von Richtig und Falsch. Wer die ‚Neutralität‘ eines Handlungsbereichs behauptet, der sagt damit: Hier ist ethisch alles in Ordnung. Nicht zufällig geht die Erklärung der ‚Wertfreiheit‘ der eigenen Position stets einher mit Apologetik – mit einer „Beifallssalve der jeweiligen ‚Entwicklungsstendenz“¹³. Und selbstverständlich ist die (berechtigte oder unberechtigte) Billigung vorherrschender Zustände normativ und nicht irgendwie ‚wertfrei‘. Apologetik ist auch eine Ethik, zum Prinzip erhoben aber kaum eine tragfähige ethische Position.

Dies ist der Grundgedanke einer integrativ verstandenen Wirtschaftsethik, die ihre Aufgabe darin erblickt, „das Normative“, welches „immer

¹⁰ Vgl. A. HEISE, Toxische Wissenschaft? Zur Verantwortung der Ökonomen für die gegenwärtige Krise, in: Wirtschaftsdienst 89 (2009), 842–848; G. KIRCHGÄSSNER, Die Krise der Wirtschaft: Auch eine Krise der Wirtschaftswissenschaften?, in: Perspektiven der Wirtschaftspolitik 10 (2009), 436–468; F. SCHNEIDER, „Wir sind alle sprachlos“, Interview, in: Financial Times Deutschland, 2. März 2009; U. THIELEMANN, Ökonomik nach der Krise. Das Ende der Marktgläubigkeit, in: Wirtschaftsdienst 89 (2009), 454–457.

¹¹ C. GEYER, Rot stellt sich tot, FAZ.net, 8. April 2009.

¹² Ebd.

¹³ M. WEBER, Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre, Tübingen ⁵1972, 514.

schon [...] im ökonomischen Denken und Handeln steckt“, aufzudecken, „um es ethisch-kritischer Reflexion und Argumentation zugänglich zu machen“¹⁴. Die Zurückweisung des Wertfreiheitsanspruchs der Ökonomik bildet den Ausgangspunkt einer ethisch-kritisch fundierten Ökonomik im Ganzen.¹⁵ Denn „Ökonomie ist Ethik!“¹⁶ – im Guten wie im Schlechten. Heute wird Ökonomik allerdings als eine „implizite“ bzw. „verschwiegene Ethik“ betrieben.¹⁷ Es kommt redlicherweise darauf an, Ökonomik als explizite Ethik, als Wirtschaftsethik zu betreiben. Selbstverständlich bedeutet Normativität, die ohnehin unausweichlich ist, dabei nicht Präskriptivität. Max Webers Intuition war richtig: „Politik gehört nicht in den Hörsaal.“¹⁸ Eine Ethik-bewusste, sich jeder untergründigen Parteilichkeit für welche Interessen auch immer enthaltende Ökonomik betreibt nicht Wertentscheidung, sondern (auf der Ebene der Normen) Werterhellung und (mit Blick auf das Moralprinzip und seiner möglichen Verletzung) transzendente Kritik.¹⁹

Ob eine ethisch-kritische Ökonomik auf eine pauschale und prinzipielle ‚Fürsprache des Marktes‘ (Breyer) hinausläuft, wie sie die gegenwärtige Ökonomik in der Tat – und ohne jede methodisch-disziplinierte ethische Reflexion – prägt, darf allerdings füglich bezweifelt werden. Die Fragen, zu denen eine ethisch reflektierende Ökonomik beitragen sollte, dürften die folgenden sein: Welchen Status soll die Marktlogik in unserem Leben einnehmen? Was steht mit der ‚freien‘ Entfaltung der Marktlogik ethisch auf dem Spiel? Hierzu bedarf es einer elementaren, ethisch fokussierten Theorie des Marktes, d.h. einer solchen, die die ethisch neuralgischen Punkte der Marktlogik herausarbeitet. Ökonomik als Wirtschaftsethik beantwortet die Fragen nicht sozusagen in Eigenregie – dies wäre eine „Anmaßung von Wissen“²⁰, freilich in ganz anderem Sinne, als Friedrich August von Hayek dies meint –, sondern speist sie gleichsam in die großen oder kleineren

¹⁴ P. ULRICH, *Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie*, Bern u.a. 42008, 124.

¹⁵ Vgl. U. THIELEMANN, *Integrative Wirtschaftsethik als kritische Theorie des Wirtschaftens. Die Unmöglichkeit der Wertfreiheit der Ökonomie als Ausgangspunkt der Wirtschaftsethik*, in: M. BREUER / A. BRINK / O.J. SCHUMANN (Hg.), *Wirtschaftsethik als kritische Sozialwissenschaft*, Bern u.a. 2003, 89–115.

¹⁶ K.-H. BRODBECK, *Beiträge zu Ethik und Wirtschaft*, Gröbenzell 32002, 16. 18–24.

¹⁷ BRODBECK, a.a.O., 23.

¹⁸ WEBER, *Wissenschaftslehre* (s. Anm. 13), 600.

¹⁹ Vgl. THIELEMANN, *Wertfreiheit* (s. Anm. 15), 107–113.

²⁰ F.A. V. HAYEK, *Die Anmaßung von Wissen*. Neue Freiburger Studien, Tübingen 1996.

politischen Diskurse. Damit können Positionsbezüge, die diese Fragen ignorieren oder stillschweigend als beantwortet unterstellen, als verkürzt zurückgewiesen werden.

Dabei ist dem verbreiteten Vorurteil zu begegnen, das Wirtschaftsethik mit einer rezeptartigen Individualethik gleichsetzt, wobei dann zumeist der Ruf nach ‚mehr Ethik‘ erschallt. Demgegenüber ist festzuhalten, dass Wirtschaftsethik zunächst einmal eine Reflexionsanstrengung darüber ist, ob die normativen Stellungnahmen und Positionsbezüge, die jede Thematisierung des Wirtschaftens unausweichlich bergen, ihrem (zumeist impliziten) Geltungsanspruch, ethische vernünftig zu sein, einzulösen in der Lage sind. Wirtschaftsethik ist vor allem ein kritisches Geschäft. Es geht um die Klärung der normativen Urteile, die über das Wirtschaften kursieren und, im Falle apologetischer Stellungnahmen, um die Frage, ob der Gegenstand die zumeist implizite Auszeichnung als ethisch vernünftig tatsächlich verdient.

Was ist Marktgläubigkeit?

Die von Seiten der vorherrschenden ökonomischen Theorie mehr oder minder „verborgen“ (Brodbeck) vertretene ethische Position ist die des Ökonomismus bzw. der Marktgläubigkeit. Marktgläubigkeit lässt sich als der Glaube daran fassen, dass die ‚freie‘ Entfaltung der Marktkräfte ‚gut‘ ist, vor allem, dass sie dem Wohle aller dient und dabei Fairness verbürgt. Ökonomismus ist eine eigenartige ethische Konzeption, nämlich diejenige, die versucht, striktes Eigeninteressestreben (Nutzen- bzw. Gewinnmaximierung) zu rechtfertigen. Ihren Wahlspruch hat Max Frisch auf die knappste mögliche Formel gebracht: „Vernünftig ist, was rentiert.“²¹

Eigenartig ist diese Position, da sie eine „Ethik ohne Moral“²² vertritt. Damit die Etikette ‚ethisch in Ordnung‘ vergeben werden kann, bedarf es dieser Auffassung zufolge also keines Akteurs, der aus ethischer Einsicht handeln müsste, es bedarf keiner Integrität, keiner Moralität (oder kurz ‚Moral‘); auf den ‚guten Willen‘, den Immanuel Kant ins Zentrum seiner Moralphilosophie gestellt hatte, kann also verzichtet werden. (Natürlich

²¹ M. FRISCH, *Schweiz als Heimat?*, Frankfurt a.M. 1990, 465.

²² Vgl. in freilich etwas anderem Sinne A. CORTINA, *Ethik ohne Moral. Grenzen einer postkantischen Prinzipienethik?*, in: K.-O. APEL / M. KETTNER (Hg.), *Zur Anwendung der Diskursethik in Politik, Recht und Wissenschaft*, Frankfurt 1992, 278–295.

ließe sich bereits hier einwenden, dass damit der Sinn der Moral, die Anerkennung anderer in ihrer Individualität als Person, von vorn herein verfehlt wird; denn diese Anerkennung muss als solche gewollt sein, sie besteht im Kern in nichts anderem als in diesem Willen.)

Dieses Denken gibt sich in der Regel indirekt zu verstehen, etwa wenn der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Bank, Josef Ackermann, die Meinung vertritt, dass „wir“, d.h. das von ihm geführte Unternehmen (dem offenbar keine Rendite zu hoch sein kann), „am Ende [...] nicht für uns selbst [arbeiten] und nicht allein für die Volkswirtschaft, sondern wir arbeiten zum Wohl von Menschen weltweit.“²³ Darum ja bezeichnet sich Lloyd Blankfein, CEO und Präsident der amerikanischen Investmentbank Goldman Sachs, als „bloß einen Banker, der Gottes Werk vollbringt“²⁴. Darum hält Horst Albach „die Beschäftigung mit Unternehmensethik“ für „überflüssig“, genauer: für ethisch überflüssig; „Betriebswirtschaftslehre“, deren Aufgabe Albach zufolge darin besteht aufzuzeigen, wie „der Kapitalwert des Unternehmens zu maximieren“ ist, „ist [bereits] Unternehmensethik“²⁵. Mit anderen Worten, Gewinnmaximierung erfüllt – ohne dies freilich als solches zu intendieren – in der Konsequenz alle legitimen Ansprüche, die an das unternehmerische Handeln und Unterlassen zu stellen wären.

Ausdrücklich und explizit mit dem Anspruch, eine „Wirtschaftsethik“ (letztlich das Moralprinzip im Ganzen) zu begründen, vertritt Karl Homann eine „Moralbegründung aus Interessen – und sonst gar nichts“²⁶. Im Grunde handelt es sich um den Versuch der ‚Moralbegründung der Interessen‘ bzw. der Rechtfertigung „unbändigen Vorteilsstrebens“; dieses bilde, so behauptet Homann, „den Kern aller Moral – und sogar des christlichen Liebesgebotes“²⁷. Allerdings könnten die Akteure der Praxis dies nicht wissen, da es sie definitionsgemäß nicht interessierte. Sie interessierte allein die Frage

²³ J. ACKERMANN, „Mit der Bankenschele aufhören“, Interview, Manager Magazin online, 28.01.2010.

²⁴ J. ARLIDGE, I'm Doing God's Work. Meet Mr. Goldman Sachs, Times Online, 8.11.2009 (eigene Übersetzung).

²⁵ H. ALBACH, Betriebswirtschaftslehre ohne Unternehmensethik, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft 75 (2005), 809–831: 809. 813. Vgl. kritisch U. THIELEMANN / J. WEIBLER, Vom Scheitern einer Ethik ohne Moral, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft 77 (2007), 179–194.

²⁶ K. HOMANN, Entstehung, Befolgung und Wandel moralischer Normen: Neuere Erklärungsansätze, in: F.U. PAPPI (Hg.), Wirtschaftsethik – Gesellschaftswissenschaftliche Perspektiven, Kiel 1989, 47–64: 48. Vgl. auch DERS.: Vorteile und Anreize, Tübingen 2002, 256, wo von einer „Vorteilsbegründung der Moral“ die Rede ist.

²⁷ HOMANN, a.a.O., 131.

der erfolgreichen Durchsetzbarkeit ihrer privatim definierten und insofern willkürlichen Präferenzen. Darum muss eine jede Ethik ohne Moral metaphysisch verfahren. An die Stelle vernunftbegabter und im Prinzip ethisch einsichtsfähiger Individuen, die aus freien Stücken, also autonom im Sinne Kants, die Legitimität und Verantwortbarkeit ihres Handelns klären und sicherstellen, tritt der Glaube an eine überpersönliche Instanz, die das ethisch Richtige für uns Irdische verbindlich definiert und seine Einhaltung effektiv gewährleistet. Im Ökonomismus gilt der Markt, eng oder weit verstanden, als diese Legitimität verbürgende Instanz und Kraft, die denotwendig eine metaphysische sein muss. Dies zeigt sich etwa in der normativen Überhöhung des Wettbewerbs als eines „Entdeckungsverfahrens“²⁸. Was sich im Wettbewerb durchsetzt bzw. ‚bewährt‘, wird hierbei zugleich als ethisch vernünftig „entdeckt“ und damit als Ausdruck der weisen Vorgaben einer überpersönlichen Instanz gedeutet. Es handelt sich um eine Offenbarungstheorie des Marktes, die ihre vormodernen, metaphysischen Wurzeln nur schwer verbergen kann.

Im weiten Verständnis vom Prinzip Markt als dem Moralprinzip wird auch die Politik als ein „komplexer Austauschprozess, vollständig analog zum Markt“ (im engeren Sinne) begriffen.²⁹ Konsequenterweise fußt eine ökonomistisch bestimmte „Ordnungsethik“ auf der Annahme, dass die Akteure „auch hier [auf der Ebene der Politik] nicht anders [können], als ihren eigenen Vorteil im Auge zu behalten“³⁰. (Dass der konsequent ökonomistische Ansatz Karl Homanns und seiner Schüler insgesamt und durch und durch praxeologisch auf dem – selbstverständlich formal zu verstehenden – Homo oeconomicus fußt, da das Identitätsprinzip des Ansatzes ja darin besteht, dieses Rationalitätsverständnis als oberstes Prinzip der praktischen Vernunft und damit als ethisch verbindlich auszuweisen, wird in der überwiegenden Rezeption verkannt. Diese nimmt an, dass der Ansatz so zu verstehen sei, dass „die Akteure [...] zwar im Rahmen der Regeln ihre eigenen Interessen verfolgen [dürften], aber beim Zustandekommen der Regeln im politischen Prozess [...] über ihre eigenen Interessen hinausgehen und moralisch-altruistische Erwägungen berücksichtigen“ müssten.³¹ „Die

²⁸ F.A. v. HAYEK, *Recht, Gesetzgebung und Freiheit*, Bd. 3, Landsberg am Lech 1981, 97–134.

²⁹ J.M. BUCHANAN, *Liberty, Market and State*, Brighton 1986, 90.

³⁰ K. HOMANN / F. BLOME-DREES, *Wirtschafts- und Unternehmensethik*, Göttingen 1992, 41.

³¹ CH. LÜTGE, *Zum Vorteil aller*, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 06.03.2004, 15. – Selbstverständlich ist die Alternative zur strikten Vorteilsmaximierung nicht der ‚Altruismus‘, sondern die Integrität, d.h. die Bereitschaft, das eigene Handeln von dessen Legitimierbarkeit abhängig zu machen.

Vertreter der Ordnungsethik [à la Homann] teilen diese Auffassung jedoch nicht: Sie begründen auch die Regeln selbst mit Vorteilen.³²

Von diesen ausdrücklichen Formen des Ökonomismus bzw. der Marktgläubigkeit als Versuchen der (eo ipso ethischen) Rechtfertigung strikten Eigeninteressenstrebens, für das der Name Homo oeconomicus steht, lassen sich stillschweigende Formen der Rechtfertigung unterscheiden. Dieser implizite Ökonomismus stellt zwar eine Ethik mit Moral dar, begeht jedoch einen „Reflexionsstopp“ vor den Marktkräften³³ und nimmt diese somit stillschweigend hin (impliziter Ökonomismus). Dieses separative wirtschaftsethische Denken manifestiert sich insbesondere in Behauptungen der ‚Unmöglichkeit‘ oder ‚Nicht-Anwendbarkeit‘ von Normen, wobei deren ethische Qualitäten selbst bzw. zunächst als unstrittig gelten. Hierbei werden die Marktkräfte als ‚Tatsachen‘ naturalisiert bzw. in den Stand von Quasi-Naturgesetzen erhoben. So etwa Hans-Werner Sinn: „Die Entrüstung über die Gesetze des Kapitalismus ist müßig. Auch wenn diese Entrüstung die Fallgesetze beträfe, hätte Gott dafür nur ein müdes Lächeln übrig.“³⁴ Die Ökonomik in ihrer die Universitätslandschaft beinahe flächendeckend bestimmenden Hauptströmung sieht ihre primäre Aufgabe darin, diese „Gesetze“ und damit die diese bestimmenden Marktmächte (‚wertfrei‘, d.h. apologetisch) abzubilden (etwa auch durch sog. ‚Modelle‘) und an die Politik bzw. Praxis als hinzunehmende ‚Tatsache‘ weiterzureichen. Dass die letzte Marktmacht beim Kapital liegt bzw. beim sog. ‚Markt für Unternehmenskontrolle‘ zeigt sich vor diesem Hintergrund etwa auch darin, dass Ökonomen (jedenfalls solche nicht-keynesianischer Provenienz) zwar in der Regel die Löhne als ‚zu hoch‘ beurteilen (was selbstverständlich ein normatives Urteil darstellt), jedoch kaum ein Ökonom auffindbar ist, der Gewinne bzw. allgemeiner: Kapitaleinkommen als ‚zu hoch‘ einschätzt.³⁵

Der dreifache „Sündenfall“ der Ökonomik

Von heterodoxen Strömungen abgesehen, die allerdings ihre eigenen Theorienanstrengungen in der Regel nicht als normativ (also als ‚wertfrei‘) begrei-

³² Ebd.

³³ ULRICH, Integrative Wirtschaftsethik (s. Anm. 14), 108–112.

³⁴ H.-W. SINN, Stellungnahme auf Spiegel Online, 13.4.2005.

³⁵ Vgl. S. KATTERLE, Alternativen zur neoliberalen Wende. Wirtschaftspolitik in der sozialstaatlichen Demokratie, Bochum 1989, 21f.

fen, verfährt die unter dem Titel ‚Ökonomik‘ (Volkswirtschaftslehre) auftretende Konzeptualisierung von Markt und Wettbewerb *im Wesentlichen* ökonomistisch bzw. marktapologetisch, sei es implizit oder explizit. Dabei wird allerdings eher selten ein derart radikal ökonomistisches Programm vertreten, wie es die Homann-Schule charakterisiert.

Die Fehlorientierung der Standardökonomik lässt sich durch einen dreifachen ‚Sündenfall‘ umreißen, der im Folgenden nur knapp skizziert werden kann. Grundlegend ist zunächst die unthematisierte Auszeichnung „unbändigen Vorteilsstrebens“ (Karl Homann), für das der Name Homo oeconomicus steht, als Inbegriff von ‚Rationalität‘. Darin lässt sich eine stillschweigende Okkupation des Vernunftbegriffs erblicken, der zu Folge sich vernünftige Einsichten und gute, allgemein einsehbare Gründe nur darauf erstrecken können, welche Widerstände (bzw. ‚Restriktionen‘ bzw. ‚constraints‘) der Fall sind und sich einem strikt eigeninteressiert orientierten Akteur entgegenstellen könnten bzw. welche ‚Chancen‘ ihm möglicherweise entgehen. Selbst Kritiker der Annahme, dass empirische Menschen als Homines oeconomici durch die Welt laufen, fassen dies als Ausdruck von Irrationalität, etwa von „tierischen Instinkten“³⁶. Aus der Reservierung des Rationalitätsbegriffs für das Eigeninteressestreben resultiert die Annahme der prinzipiellen Legitimität von Gewinn- bzw. allgemeiner von Nutzenmaximierung.

Der zweite ‚Sündenfall‘ der Ökonomik besteht in der Verkennung der ‚zerstörerischen‘ Seite des Wettbewerbs.³⁷ Nur so kann die Standardökonomik die These vertreten, der Wettbewerb diene dem Wohle aller.³⁸ Karl Homann formuliert dies so: „Marktwirtschaft und Wettbewerb sind eine [...] Veranstaltung zum Wohl der Allgemeinheit, der Konsumenten.“ Folglich sei „Wettbewerb [...] solidarischer als Teilen.“³⁹ Abgesehen davon, dass die Alternative zum „Teilen“ nicht ein ungebremst und möglichst intensiv ablaufender Wettbewerb ist (der übrigens aus dem „unbändigen Vorteilsstreben“ überhaupt erst resultiert), sondern schlicht weniger als der

³⁶ Vgl. etwa G.A. AKERLOF. / R.J. SHILLER, *Animal Spirits*. Wie Wirtschaft wirklich funktioniert, Frankfurt a.M. 2009.

³⁷ Vgl. zum Verständnis des Wettbewerbs als eines „Prozesses schöpferischer Zerstörung“ grundlegend J.A. SCHUMPETER, *Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie*, Tübingen ⁷1993, 134–175.

³⁸ Zu den wenigen Ausnahmen zählt G. KIRCHGÄSSNER, *Wertfreiheit und Objektivität in den Wirtschaftswissenschaften: Mythos oder Realität?*, Universität St. Gallen, Department of Economics, Diskussionspapier Nr. 2004–15, St. Gallen 2004.

³⁹ HOMANN/S/BLOME-DREES, *Wirtschafts- und Unternehmensethik* (s. Anm. 30), 26. 49.

an sich ‚mögliche‘ Wettbewerb, muss erstaunen, dass diese steile These – immerhin von einem promovierten Ökonomen aufgestellt – bislang unwidersprochen geblieben ist. Offenkundig wird die zerstörerische Seite, die dem Marktprozess als Wettbewerbsprozess unausweichlich zueigen ist, einfach verschwiegen. Die Unlauterkeit des Arguments beruht auf der Gleichsetzung „der Konsumenten“ mit „der Allgemeinheit“. In der Tat sind wir alle Konsumenten. Doch nie nur dies, sondern auch Produzenten, sonst verfügten wir nicht über die nötige Kaufkraft, um als Konsumenten weiterhin im Marktspiel mitspielen und etwa von sinkenden Preisen und neuen Produkt- und Leistungsangeboten profitieren zu können. Als Produzenten geraten wir aber gerade unter Wettbewerbsdruck und verlieren im Grenzfall unsere Einkommensposition. Der Wettbewerb dient also nicht einfach „den Konsumenten, der Allgemeinheit“, sondern den Interessen der Wettbewerbsfähigen und -willigen, der Lebensunternehmer, der Erfolgsmenschen, der Lebenskalkulierer, der Ökonomisierer – und des Kapitals. Dieses steht für sich, also als reines Renteneinkommen betrachtet, nicht selbst im Wettbewerb (diesem unterliegen definitionsgemäß nur die Wirtschaftenden, also die selbständig oder unselbständig Beschäftigten), treibt diesen jedoch wesentlich voran.⁴⁰

Die Unausweichlichkeit des Zusammenhangs von ‚Schöpfung‘ und ‚Zerstörung‘ bedeutet, dass die sog. ‚Schaffung von Arbeitsplätzen‘ stets zu einem Druck in Richtung auf die Zerstörung von Arbeitsplätzen an anderen Orten führt. Die vorherrschende Ökonomik ebenso wie die vorherrschende Wirtschaftsethik (auch im Separationsparadigma) thematisiert bzw. adressiert jedoch nur die ‚Schöpfung‘. Darum verfügt die Standardökonomik auch nicht über eine gehaltvolle Wachstumstheorie. Für sie fällt Wachstum wie „Manna vom Himmel“⁴¹, muss also ein Rätsel bleiben. Wachstum entsteht nicht im Tausch, sondern erst durch den (in der Regel ‚unsichtbar‘ ablaufenden) Zwang der Wettbewerbsgewinner auf die Wettbewerbsverlierer, neue Einkommensquellen erschließen zu müssen, um bereits eingetretener oder drohender Einkommenslosigkeit oder -armut zu entfliehen bzw. dieser ‚unternehmerisch‘ vorzubeugen. In letzter Instanz besteht die ethische Problematik des Marktes im Zwang zum Unternehmertum.

⁴⁰ Vgl. U. THIELEMANN, System Error. Warum der freie Markt zur Unfreiheit führt, Frankfurt a.M. 2009, 192–196.

⁴¹ Vgl. P. DAVENPORT, Embodied technical change: a new approach, in: The Canadian Journal of Economics 16 (1983), 139–149: 139.

Der dritte Sündenfall der Ökonomik hängt mit dem ersten (und grundlegenden) Sündenfall zusammen und besteht in der Leugnung marktfremder Gesichtspunkte im Marktgeschehen. Der Vorteilstausch, Geld gegen Leistung, bildet in der Tat die Basisoperation des Marktverkehrs. Doch folgt daraus keineswegs, wie die Standardökonomik annimmt, da die Individuen ja doch messbar auf „Anreize“, etwa auf Preissteigerungen oder Preissenkungen, „reagieren“⁴², dass der Vorteil alles ist, was die Marktteilnehmer aneinander interessiert – und interessieren soll, weil ja alles andere ‚irrational‘ sei. Markt- und im besonderen rentabilitätsfremde Gesichtspunkte sind in jeder Marktinteraktion präsent, was sich bereits darin zeigt, dass es ansonsten gar nichts mehr zu ‚entdecken‘ gäbe. (‚Entdeckt‘ wird nämlich stets die Nachlässigkeit bei der Ökonomisierung der Welt.) Wenn beispielsweise das Beratungsunternehmen McKinsey seinen Kunden, Unternehmen oder wie hier: Private Equity Funds, empfiehlt, „Wertgenerierung [d.h. die Steigerung der Kapitalverzinsung ohne Grenze] als Leitziel aller Managementanstrengungen“ „konsequent“ zu „etablieren“, was das Setzen „radikaler Schnitte in den Unternehmen“ mit sich bringe, wodurch „erheblicher Mehrwert geschaffen“ werden könne,⁴³ – für die Investoren versteht sich, nicht für Mitarbeiter oder Zulieferer, die ja gerade unter Druck gesetzt werden –, so müssen vorher auch noch andere Gesichtspunkte als allein die Rentabilität eine Rolle gespielt haben, etwa die Qualität der Produkte oder die Fairness im Umgang mit allen Beteiligten. Das, was im Unternehmen geschah, war nicht im Ganzen und „konsequent“ durchwegs ein Mittel zur „unbändigen“ (Homann) Generierung höchstmöglicher Kapitaleinkommen. Gleichwohl wurden Vorteile und selbstverständlich auch Gewinne erzielt. Aber der Gewinn war nicht alles, was zählte.

Dies dürfte auch heute noch der Normalfall ‚guter‘ Unternehmensführung sein – jedenfalls in einer Marktwirtschaft, die das Attribut ‚sozial‘ auch und vielleicht gerade am Ort des Wirtschaftsgeschehens unmittelbar (und nicht nur in den sozialen Sicherungssystemen) verdient. Aus ökonomistisch-vereinnahmender Sicht haben die Beteiligten oder hat der Unternehmer, so wir uns hier ein eigentümergeführtes Unternehmen vorstellen möchten, „dauerhaft und systematisch gegen seine Interessen“ verstoßen, was Homann zufolge ja „keine Ethik, am wenigsten eine christliche,

⁴² Vgl. etwa G. KIRCHGÄSSNER, *Homo oeconomicus*, Tübingen 32008, 20f.

⁴³ J. IHRING / G. KERSCHBAUMER, *Erfolgreich umstrukturieren mit Private Equity*, in: McKinsey Akzente, Nr. 22, 2001, 2–7: 2. 5.

[...] vom Einzelnen verlangen“ könne.⁴⁴ Homann suggeriert, es gäbe nur „unbändiges Vorteilsstreben“ bzw. Gewinnmaximierung einerseits, den Verzicht auf die Verfolgung eigener Interessen, wie dies auch immer vorzustellen sei, andererseits. So, mit der Unterstellung, beim Gewinn oder bei der Verfolgung eigener Interessen handle es sich um ein digitales Kriterium, wird die unternehmensethisch entscheidende Differenz zwischen Gewinnmaximierung und Gewinnerzielung aber gerade in unzulässiger Weise eingeebnet. Und denjenigen, die „unbändig“ nach Gewinnen „und sonst gar nichts“ (Homann) streben wollen, wird das ideologische Rüstzeug dazu geliefert, alles Marktfremde ganz praktisch aus den Unternehmen bzw. aus dem Marktgeschehen zu eliminieren, indem nämlich suggeriert wird, jede Abweichung vom Ziel höchstmöglicher Gewinne sei als eine übergebührlige Forderung zu werten. Die Folge wäre, dass überhaupt keine genuin moralischen Geltungsansprüche mehr vorgebracht werden könnten.

Warum Gewinnmaximierung ethisch nicht rechtfertigungsfähig ist

Ökonomismus ist der Versuch der Rechtfertigung des Nutzenmaximierens bzw. der Durchsetzungsrationalität, für die der Name Homo oeconomicus steht. Zwar kann „Homo oeconomicus dabei beobachtet werden, so ziemlich alles und jedes zu maximieren“⁴⁵ – Homann spricht von einem „offenen Vorteilsbegriff“⁴⁶. Doch kommt dem Gewinn (einerlei ob er als Verzinsung auf das eingesetzte Kapital oder als Veräußerungsgewinn anfällt) in einer kapitalistisch geprägten Marktwirtschaft eine herausragende Stellung zu. Darum soll die Zurückweisung des Prinzips der Nutzenmaximierung am – prominenten und plastischeren – Beispiel der Gewinnmaximierung durchgeführt werden.

Der Begriff der Gewinnmaximierung dürfte zumeist, jedenfalls außerhalb der Wissenschaften, unbedacht verwendet werden. Man macht sich die Radikalität des Konzepts in der Regel nicht bewusst. Auch bestehen Missverständnisse, nämlich genau zwei, darüber, was Gewinnmaximierung in der

⁴⁴ K. HOMANN, Gesellschaftliche Verantwortung der Unternehmen, in: U. SCHNEIDER / P. STEINER (Hg.), Betriebswirtschaftslehre und gesellschaftliche Verantwortung, Wiesbaden 2004, 1–16: 13.

⁴⁵ J.M. BUCHANAN, Economics Between Predictive Science and Moral Philosophy, College Station 1987, 59 (eigene Übersetzung).

⁴⁶ HOMANN, Vorteile und Anreize (s. Anm. 26), 253.

innerlich strengen Bedeutung des Begriffs besagt. Gewinn*maximierung* heißt, *alles* zu tun, damit die Gewinne insgesamt *so hoch wie möglich* sind.

Häufig wird in rechtfertigender Absicht angefügt, dass man selbstverständlich keine ‚kurzfristige‘, sondern eine ‚langfristige‘ Gewinnmaximierung betreibe. Dabei wird übersehen, dass Gewinnmaximierung bereits in sich langfristig ausgelegt ist. ‚Langfristige Gewinnmaximierung‘ ist ein Pleonasmus; ‚kurzfristige Gewinnmaximierung‘ ist ein Widerspruch in sich. Wer heute etwas – man würde wohl sagen: ‚riskantes‘ – tut, um morgen überdurchschnittlich hohe Gewinne einzufahren, gerade dadurch aber übermorgen noch größere Verluste erleidet, der hat nicht Gewinnmaximierung betrieben, sondern sein finanzielles Eigeninteresse gerade verfehlt. Er hat vielleicht ‚kurzfristig‘, vor allem aber kurzfristig gehandelt. Er hat die Widerstände bzw. die Gegenmächte, die seinem Erfolgsstreben entgegenstehen, nicht genügend in seine Vorteilskalkulationen einbezogen, und darum ist dabei nicht ein Erfolg, sondern ein Misserfolg herausgekommen.

Das zweite Missverständnis besteht darin anzunehmen, eine ‚langfristige Gewinnmaximierung‘ sei gleichbedeutend mit dem dauerhaften Erhalt des Investitionsobjektes, also in der Regel des Unternehmens (streng genommen: des Betriebes) in das (oder den) man investiert hat. Nun ist der Bestand eines Unternehmens mit all seinen Stakeholder-Beziehungen in der Regel in der Tat ein schützenswertes Gut, wiewohl auch hier hinzugefügt werden müsste: unter der Voraussetzung, dass das Interaktionsgeflecht als fair zu bezeichnen ist. Doch abgesehen davon, dass der Unternehmensbestand keinen klar geschrittenen Gegenstand bildet (ist es noch das gleiche Unternehmen, wenn die Hälfte der Belegschaft outgesourct wurde oder wenn der Name zwar noch auf den Briefköpfen steht, aus dem, sagen wir, Maschinenbau- nun aber ein Telekommunikationsunternehmen geworden ist?), so ist mit (eo ipso langfristig ausgerichteter) Gewinnmaximierung doch etwas anderes gemeint, nämlich die langfristige (‚nachhaltig‘ durchsetzbare) Erfolgsbilanz der Investoren.

Der dauerhafte Bestand des Investitionsobjektes kann der eo ipso „unbändig“ (Homann) betriebenen Gewinnmaximierung geradezu entgegenstehen. Dies hat nicht nur die Diskussion um die vom damaligen SPD-Vorsitzenden Franz Müntefering als „Heuschrecken“ bezeichneten Private Equity Fonds gezeigt.⁴⁷ Ein plastisches Beispiel liefert dem Biologen Paul Ehrlich ein unbenannter japanischer Journalist. Auf die Frage Ehrlichs,

⁴⁷ Vgl. U. THIELEMANN, Das Ende des Neoliberalismus?, in: Wirtschaftsdienst. Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, 85 (2005), 358–364.

warum die Walfangindustrie nur so emsig dabei sei, die eigentliche Quelle ihres Reichtums zu zerstören, antwortete dieser: „Wenn die Walfangindustrie innerhalb von 10 Jahren die Wale ausrotten kann und dabei 15 Prozent Gewinn erzielt, während bei einer nachhaltigen Fangrate der Gewinn nur 10 Prozent beträgt, so wird man selbstverständlich die Wale in 10 Jahren ausrotten – und danach das Kapital eben zur Ausbeutung einer anderen Ressource verwenden.“⁴⁸ Die Rentabilitätskalkulationen mögen komplex sein, doch kann die Zerstörung des Investitionsobjektes – oder auch dessen sozusagen ‚kapitalistische‘ Zurichtung und Ausrichtung auf Rentabilität und sonst gar nichts, was auch eine Art Zerstörung ist – gerade Ausdruck von Gewinnmaximierung sein. Investoren, denen keine Rendite zu hoch ist, hüpfen je nach den ‚Chancen‘, die die ökonomische Machtkonstellation ihnen bieten, von einem Investitionsobjekt zum anderen. „The way that the economy works today, with instantaneous information, global capital flows, and Internet-based stock trading, fewer and fewer shareholders are genuinely committed in any way to the companies that they ‚own‘.“ Alles andere wäre ja auch (nach ökonomistischer Lesart) ‚irrational‘. „Giant mutual funds buy and sell millions of shares each day to mirror impersonal market indexes. Programs instruct traders on which shares to buy or sell and when – although rarely on why. Then there are the recently arrived day traders, who become shareholders of a company and then ex-shareholders of that company within a matter of hours, as they surf the market for momentum plays or arbitrage opportunities. These are the shareholders – who may not have any interest in the company’s products, services, employees, or customers – whose interests you [the CEO] are now pledged to maximize.“⁴⁹

Die drei Managementtheoretiker stellen die Sinnfrage. Vorrangig ist allerdings die Legitimitätsfrage des Strebens nach Gewinnen „und sonst gar nichts“ (Homann) – sei es für sich oder für andere. Der Anspruch der Legitimität zeigt sich etwa darin, dass die Betriebswirtschaftslehre, ohne irgendeine ethische Diskussion, das Kapital zum ‚Prinzipalen‘ der Unternehmung erklärt hat. Dem Kapital mit seinen als unstillbar unterstellten Renditewünschen werden also alle Rechte zugestanden und folglich alle übrigen Beteiligten und Betroffenen alle Rechte aberkannt. Sie interessieren nur noch in ihrer Eignung für die Erreichung höchstmöglicher Gewinne, werden also als Erfolgs- bzw. Misserfolgskonzepte konzeptualisiert (was in der Regel

⁴⁸ Vgl. D.H. MEADOWS, *The Global Citizen*, Washington 1991, 223f. (eigene Übersetzung).

⁴⁹ R. SIMONS / H. MINTZBERG / K. BASU, *Memo to: CEOs*, in: *Fast Company*, Juni 2002, 118–121: 119.

mit dem Begriff des ‚Humankapitals‘ markiert wird). Die unmittelbaren Vertragspartner des Kapitals, das Management, werden als ‚Agenten‘ konzeptualisiert. Da sie ebenfalls als *Homines oeconomici* agieren, müssen sie durch ‚Anreize‘ in Form variabler Vergütungen auf das Ziel Gewinnmaximierung ausgerichtet werden.⁵⁰

Gewinnmaximierung bedeutet, dass die Erzielung von Kapitaleinkommen zur letzten Maßgabe des, dem Geltungsanspruch seiner Proponenten nach ethisch richtigen, Unternehmenshandelns erhoben wird. An die Stelle des Moralprinzips tritt das „Gewinnprinzip“⁵¹. Der Gewinn (im Falle der Nutzenmaximierung: der Nutzen, was immer *Homo oeconomicus privatim* darunter versteht) wird zum Prinzip des Handelns erhoben. Die unmittelbare Folge ist, dass andere Personen nur noch in ihren Wirkungseigenschaften in Relation zu diesem Ziel wahrgenommen werden, d.h. als ‚Risiko‘ oder als ‚Chance‘. Damit verletzt Gewinn- bzw. allgemeiner Nutzenmaximierung das Verdinglichungsverbot des kategorischen Imperativs unmittelbar und frontal, „die Menschheit, sowohl in deiner Person, als in der Person eines jeden andern, jederzeit zugleich als Zweck, niemals bloß als Mittel“ zu ‚gebrauchen‘.⁵² Gewinn- oder Nutzenmaximierung ist als normatives Prinzip formuliert, taugt aber nicht zum Moralprinzip, da es die elementaren Bedingungen der Möglichkeit ethisch-normativer Begründung verfehlt bzw. verletzt, nämlich die Anerkennung aller Vernunftsubjekte als Ko-Subjekte unserer Geltungsansprüche und somit als Wesen prinzipiell gleicher Würde.⁵³ Mit Hegel ließe sich sagen: *Homo oeconomicus* (bzw. wer Gewinn oder seinen Nutzen maximiert) ist ebenso wie derjenige, der sich „auf das Gefühl, sein inwendiges Orakel, beruft, [...] gegen den, der nicht überein-

⁵⁰ Unmittelbar ins Moralische hebt Peter Koslowski das (vermeintliche) Recht auf Gewinnmaximierung: Die „Finanzwirtschaft“ – offenbar Finanzdienstleister überhaupt, also diejenigen, die dem Kapital unmittelbar zu Diensten stehen – habe „eine Dienstfunktion [...] zugunsten der Maximierung [...] des Shareholder Value ihrer Aktionäre“. P. KOSLOWSKI, *Ethik der Banken. Folgerungen aus der Finanzkrise*, Paderborn 2009, Zusammenfassung. Gewinnmaximierung (für andere) wird hier zur moralischen Pflicht. Auf teure ‚Anreize‘ könnte so verzichtet werden.

⁵¹ Vgl. zu den theoriegeschichtlichen Wurzeln kritisch ULRICH, *Integrative Wirtschaftsethik* (s. Anm. 14), 109. 429–450.

⁵² I. KANT, *Grundlegung der Metaphysik der Sitten. Kritik der praktischen Vernunft*, Werkausgabe Bd. VII, Frankfurt a.M. 1968, 61.

⁵³ Vgl. in Anlehnung an Karl-Otto Apel THIELEMANN, *Wertfreiheit* (s. Anm. 15), 108f.; DERS., *Wirtschaftsethik als Anstrengung zur Überwindung von Philosophievergessenheit*, in: P. KOSLOWSKI (Hg.), *Wirtschaftsethik. Wo ist die Philosophie?* Heidelberg 2001, 145–178: 171–173.

stimmt, fertig; er muss erklären, dass er dem weiter nichts zu sagen habe, der nicht dasselbe in sich finde und fühle [wobei Homo oeconomicus gar nichts mehr „erklärt“, sondern nur noch strategisch bestehende Machtverhältnisse bzw. Durchsetzungschancen thematisiert]; mit anderen Worten, er tritt die Wurzel der Humanität mit Füßen. Denn die Natur dieser ist, auf die Übereinkunft mit anderen zu dringen, und ihre Existenz nur in der zustande gebrachten Gemeinsamkeit der Bewusstsein[e].⁵⁴

Dass der Gewinnmaximierer gegenüber seinen Mitmenschen „fertig“ ist, bedeutet, dass er schon weiß, was das Richtige ist und er sich da nicht mehr reinreden lässt. (Streng genommen interessiert ihn das gar nicht mehr, da er gar nicht wissen kann, was das ist: einen normativen Geltungsanspruch zu erheben oder auch zurückzuweisen.) Insoweit er noch mit anderen interagiert (denn natürlich möchte er sich die Geschäftschancen nicht entgehen lassen, die sie zu bieten haben; die Natur allein hat hier wenig zu bieten), interessieren ihn nicht mehr die möglichen guten Gründe, die sie gegen seine Handlungsabsichten oder -weisen vorbringen könnten, sie interessieren vielmehr nur noch in ihren Wirkungseigenschaften, d.h. im Marktzusammenhang: in ihrer wirtschaftlichen Macht, ihrer Kaufkraft oder ihrer Produktivität. Und er interagiert mit ihnen nach Maßgabe ihrer Marktmacht. Schon von daher lässt sich das Schlüsselargument gegen den Ökonomismus formulieren: Gewinn- oder allgemeiner Nutzenmaximierung läuft auf eine ‚Ethik‘ des Rechts des Stärkeren hinaus.

Kritik des Instrumentalismus

Sein vermutlich letztes – allerdings sehr breites – Rückzugsgebiet meint der Ökonomismus (als einer Theorie bzw. Ethik der Rechtfertigung von Gewinn- und Nutzenmaximierung) in der Annahme zu finden, das ethisch Richtige zu tun zahle sich ‚langfristig‘ aus.⁵⁵ Fast die gesamte unternehmensethische Diskussion ist von dieser mehr oder minder ausdrücklich formulierten Annahme geprägt: ‚Ethik zahlt sich langfristig aus.‘ „Jeder weiß doch“,

⁵⁴ G.W.F. HEGEL, *Phänomenologie des Geistes*, Werke Bd. 3, Frankfurt a.M. 1986, 64f.

⁵⁵ Diese These wird allerdings auch von Kreisen geteilt, die es mit der Ethik ernst meinen, aber meinen, ihre ethischen Ansprüche gegenüber dem Wirtschaften mit ökonomischen Vorteilsargumenten unterfüttern zu müssen bzw. zu können – als liefere die Logik des Vorteilsstrebens und „der eigentümlich zwanglose Zwang des [ethisch!] besseren Arguments“ (Jürgen Habermas), einem Wunder gleich, im Ergebnis auf das Gleich hinaus.

meinte etwa die damalige Bundesministerin für Justiz, Brigitte Zypries, „dass es sich für ein Unternehmen auszahlt, wenn es sich langfristig gut positioniert“ (womit offenbar *ethisch* „gut“ gemeint ist) und sich „hin zu einer modernen Wirtschaftsethik“ bewegt.⁵⁶

Gerne wird hier mit der Doppelbedeutung des Begriffs ‚Nachhaltigkeit‘ operiert, etwa in der Formulierung ‚nachhaltigen Unternehmenserfolgs‘, womit auf die ethisch-normative Bedeutung dieses – schillernden – Begriffs abgestellt wird, etwa im Sinne der Rio Deklaration, und suggestiv zugleich auf den ‚langfristigen‘ (statt bloß ‚kurzfristigen‘ bzw. kurzfristigen) Gewinn im Sinne ‚nachhaltiger Dauer-Rentabilität‘⁵⁷. Die Identität in der Konsequenz behauptet bzw. impliziert etwa das schweizerische „Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften“, Öbu: „Die Öbu unterstützt die Unternehmen auf ihrem Weg in Richtung Nachhaltigkeit *und stärkt so* die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Mitgliederfirmen und der Schweizer Wirtschaft: Seit 20 Jahren.“⁵⁸ Man muss die Harmonie von ‚Ethik‘ und Gewinn gar nicht mehr eigens begründen; sie versteht sich von selbst. Andere Formulierungen gemahnen eher an eine Identität in der Bedeutung (und damit eine ökonomistische Umdeutung des ethisch Gesollten). So hält die Deutsche Bank in ihrem „Leitbild zur Nachhaltigkeit“ fest: „Die Berücksichtigung von Nachhaltigkeit dient der langfristigen Sicherung unseres Unternehmenswertes.“⁵⁹ Kein Wunder, wird doch unter „Nachhaltigkeit“ genau das verstanden, was „der langfristigen Sicherung unseres Unternehmenswertes“ dient.

Die Kritik des unternehmensethischen Instrumentalismus, also der Behauptung, dass ‚Ethik‘ (gemeint ist die Gesamtheit aller Handlungen und Unterlassungen, die als legitim und ethisch geboten beurteilt werden dürfen – als sei dies klar) ein Instrument der Gewinnmaximierung sei, kann hier nicht im einzelnen durchgeführt werden.⁶⁰ Die These zählt zu denjenigen Behauptungen, deren Einfachheit beim Aufstellen sich umgekehrt verhält zum Aufwand ihrer Kritik. Insofern liegt hier eine Art wirtschaftsethischer

⁵⁶ B. ZYPRIES, „Chefetagen dürfen keine Kuschelecken sein“, Interview, in: Süddeutsche Zeitung, 29.1.2009.

⁵⁷ M. WEBER, *Wirtschaft und Gesellschaft*, Tübingen ⁵1972, 79.

⁵⁸ ÖBU, *Die Chancen einer neuen industriellen Revolution*, Jahrestagung, 8.5.2009, www.oebu.ch, gesehen am 22.5.2010, Hvh.d.V.

⁵⁹ DEUTSCHE BANK, *Heute an Morgen denken. Unser Leitbild zur Nachhaltigkeit*, www.banking-on-green.com. Letzte Änderung: 26.5.2009.

⁶⁰ Vgl. hierzu U. THIELEMANN, *Ethik als Erfolgsfaktor? The Case against the business case und die Idee verdienter Reputation*, in: A.G. SCHERER / M. PATZER (Hg.), *Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensethik*, Wiesbaden 2008, 231–255.

Populismus vor, jedenfalls wenn wir den „zentralen Lehrsatz des Populismus“ darin erblicken können, dass „das einfache Argument [...] das richtige“ schlägt.⁶¹

Der Vorteil des Instrumentalismus – aus der Sicht seiner Vertreter – liegt darin, dass am übergreifenden Konsens, dass Gewinnmaximierung legitim sei, nicht gerüttelt werden muss. Mehr noch, wenn doch die Unternehmen bzw. die Kapitaleigner (als den ‚Prinzipalen‘ des Unternehmens) gar nicht umhin können, als „die legitimen Interessen aller Stakeholder“ zu ‚berücksichtigen‘, und zwar nach Maßgabe der Legitimität ihrer Interessen, wenn sie „nachhaltigen Erfolg“, also den definitiven, nicht den vermeintlichen Gewinn erreichen wollen⁶², dann können sie bei ihrem „unbändigen Vorteilsstreben“ (Homann) ja ethisch gar nichts falsch machen. Je konsequenter bzw. ‚unbändiger‘, ‚nachhaltiger‘ oder ‚langfristiger‘ sie nach höchstmöglichen Gewinnen trachten, desto besser für ‚die Ethik‘.

Allerdings verrät sich das Argument just durch den Hinweis auf die ‚Langfristigkeit‘ des Erfolgsstrebens. Erstaunlicherweise hat ja – soweit ersichtlich – bislang keiner der Vertreter der These auch nur gefragt, warum sich ‚Ethik‘ denn ‚langfristig‘ und nicht bereits ‚kurzfristig‘ auszahlen solle, geschweige denn beantwortet. Diese Antwort liefert die Stakeholdertheorie, wie sie R. Edward Freeman formuliert hat. Die Stakeholdertheorie Freemans formuliert stillschweigend eine Maßgabe der Berücksichtigung von Ansprüchen. Ihr zu Folge sind Stakeholder einerseits diejenigen, die vom unternehmerischen Handeln „beeinflusst werden“, andererseits diejenigen, die dieses „beeinflussen können“⁶³. Wen man „beeinflusst“, den könnte man unfair behandeln bzw. dessen moralische Rechte könnte man verletzen – so könnte man meinen. Wer einen „beeinflussen“ kann, wer also Macht hat, dessen Interessen muss man berücksichtigen, um keine bösen Überraschungen zu erleben, selbstverständlich nicht nach Maßgabe der Legitimität der involvierten Ansprüche, sondern nach Maßgabe der eigenen Macht und der Gegenmacht dieser anderen. Wie passt beides zusammen? Nun, diejenigen, deren Interessen man übergeht, obwohl man sie berührt, dürften früher oder später – eben ‚langfristig‘ – zurückschlagen und sich damit in die Kategorie derjenigen überführen, die Macht haben und damit das Unternehmen

⁶¹ CH. LEWINSKY, Ein Gespenst geht um in der Schweiz. Das Gespenst heisst Eidenbenz, in: Tages Anzeiger, 3. Dezember 2009, S. 29.

⁶² H. SCHULTE-NOELLE, Ethik in der Unternehmensführung, in: A. BRINK / O. KARITZKI (Hg.), Unternehmensethik in turbulenten Zeiten, Bern u.a. 2004, 209–221: 215.

⁶³ R.E. FREEMAN, Strategic Management. A Stakeholder Approach, Boston 1984, 46.

„beeinflussen können“⁶⁴. ‚Ethik‘ (oder was dafür ausgegeben wird) zahlt sich also langfristig aus, weil sich der Widerstand der Stakeholder in der Regel nicht sofort, sondern erst zeitverzögert bemerkbar macht. Damit bestätigt sich: Wer Nutzen- bzw. Gewinnmaximierung verteidigt, redet einer ‚Ethik‘ des Rechts des Stärkeren das Wort. ‚Ethik zahlt sich langfristig aus‘ ist zu übersetzen als: ‚Wir betreiben diejenige Ethik, die sich langfristig auszahlt, d.h. wir berücksichtigen diejenigen Ansprüche, die mit der nötigen Macht ausgestattet sind, uns von unseren Handlungsabsichten abzubringen.‘ Wer keine Macht hat – wer etwa über eine nur geringe Kaufkraft verfügt – hat in dieser Konzeption keine Rechte.

Ein guter Markt ist ein begrenzter Markt

Eine zum Prinzip erhobene Marktlogik ist nicht rechtfertigungsfähig. Doch ist die Marktlogik aus sich heraus gleichsam gefräßig, auf Expansion und zunehmende Purifizierung angelegt. Elimination marktfremder Gesichtspunkte aus dem Marktgeschehen und Ökonomisierung der Lebensverhältnisse mögen hier als Stichworte genügen. (Bildung wird heute von praktisch allen politischen Kräften als Humankapitalbildung begriffen und sei somit so zu betreiben, dass „die Anpassungsfähigkeit der Arbeitskräfte an künftige Entwicklungen“, die offenbar wettergleich über uns kommen, erhöht werde.⁶⁵) Die wachsende Ungleichverteilung der Einkommen weg von Arbeit, hin zum Kapital, überhaupt hin zu hohen Einkommen,⁶⁶ ist keine zwingende Folge von Ökonomisierung und ökonomischer Purifizierung: Was nicht möglich ist bzw. als nicht möglich erscheint, kann möglich gemacht werden, durch ‚eigenverantwortliches‘ Unternehmertum nämlich. Allerdings ist eine andere, gleichmäßigere und leistungsgerechtere Entwicklung der Einkommen und Vermögen höchst unwahrscheinlich, so dem Markt- und Wettbewerbsprozess, der nichts als ein Prozess der Entfaltung von Marktmacht ist, weiter freier Lauf gelassen wird.

⁶⁴ So dann auch FREEMAN, ebd.: „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.“

⁶⁵ SACHVERSTÄNDIGENRAT ZUR BEGUTACHTUNG DER GESAMTWIRTSCHAFTLICHEN ENTWICKLUNG: Jahresgutachten 2009/10, Wiesbaden 2009, 282.

⁶⁶ Vgl. knapp W. VONTOBEL, Vergesst das BIP!, in: der Freitag, 21.10.2009, www.freitag.de; ausführlicher M.M. GRABKA / J.R. FRICK, Schrumpfende Mittelschicht – Anzeichen einer dauerhaften Polarisierung der verfügbaren Einkommen?, in: Wochenbericht des DIW Berlin 75 (2008), 101–108; P. BOFINGER, Ist der Markt noch zu retten?, Berlin 2009, 84f. 88f.

Nicht integrativ ansetzende Wirtschaftsethiken billigen diese Entwicklung, sei es durch Nicht-Thematisierung der Marktlogik – wenn man will: durch Konzeptualisierung von Ethik als ‚Thema‘ *neben* der Marktlogik (impliziter Ökonomismus qua Separationsparadigma); oder sie rechtfertigen diese Entwicklung prinzipiell und frontal durch die Erklärung des Marktprinzips zum Moralprinzip (expliziter Ökonomismus), wie plausibel dies heute auch immer sein mag.

Die Zurückweisung des Marktprinzips bzw. der zum Prinzip erhobenen Marktlogik läuft normativ nicht auf eine Zurückweisung des Marktes als einer Organisationsform der Güter- und Leistungserstellung und -versorgung und schlicht eines menschlichen Aktions- und Interaktionsfeldes hinaus, sondern auf eben dies: die Zurückweisung dieser Überhöhung, d.h. auf die Begrenzung des Marktes und des Schutzes der Lebenswelt vor der „kolonialisierenden“ (Habermas) Wirkung der reinen Entfaltung der Marktlogik bzw. der ‚freien‘ Entfaltung der Marktmächtigen. Dies lässt sich, in Anlehnung an den schon lange etablierten Gedanken Karl Polanyis, als *Einbettung* des Marktgeschehens in Grundsätze des guten Lebens und des fairen Zusammenlebens fassen.⁶⁷ Diesem Gedanken standen auch einige Ordoliberaler – also einige der ‚Väter der sozialen Marktwirtschaft‘ – offen gegenüber: „Die Marktwirtschaft ist nicht alles. Sie muss in einen höheren Gesamtzusammenhang eingebettet sein, der nicht auf Angebot und Nachfrage, freien Preisen und Wettbewerb beruhen kann.“ Denn der „freie“ Wettbewerb „stößt nach allen Seiten an einen Rand, dessen Überschreitung wir nicht wünschen können“. Er bedarf der „Dämpfungen“ und der „Moderierungen“⁶⁸.

Die Wiedereinbettung des Marktes (und damit auch: die Begrenzung der reinen Marktlogik) ist an mehreren „Orten der Moral des Wirtschaftens“ zu vollziehen.⁶⁹ Zwei paradigmatische Orte der Moral des Wirtschaftens sind dabei zu unterscheiden: Die Individualethik und die Institutionenethik. Es handelt sich dabei um formale Dimensionen der Wirtschaftsethik, die beide stets unverzichtbar und wechselseitig aufeinander angewiesen sind.

Als individualethisch lässt sich etwa auch die Geschäftsethik der Unternehmen begreifen. Hierbei geht es um die Integration rentabilitätsfremder Gesichtspunkte in die Unternehmensführung. Dabei steht weniger die

⁶⁷ K. POLANYI, *The Great Transformation. Politische und ökonomische Ursprünge von Gesellschaften und Wirtschaftssystemen*, Frankfurt a.M. 1978, 88f.

⁶⁸ W. RÖPKE, *Jenseits von Angebot und Nachfrage*, Erlenbach-Zürich ⁴1966, 146. 189.

⁶⁹ Vgl. grundlegend ULRICH, *Integrative Wirtschaftsethik* (s. Anm. 14), 309–312.

„verdienstliche“ Solidarität mit Unbeteiligten im Zentrum, sondern vorrangig die „unnachlassliche“ Fairness im Umgang mit allen Beteiligten und Betroffenen.⁷⁰ Was Fairness konkret bedeutet (etwa: Vermeidung ‚zu hoher‘ Leistungsanforderungen oder ‚zu tiefer‘ Leistungsvergütungen), lässt sich nicht am Schreibtisch vorgängig festlegen, sondern muss von den Akteuren selbst geklärt werden. Voraussetzung ist einzig, dass sie dazu die Bereitschaft, also Geschäftsintegrität mitbringen und sich über alle Aspekte der abzuwägenden Gesichtspunkte im Klaren sind. Voraussetzung ist mithin die Entthronung des Gewinns als Prinzip bzw. die Abkehr von der Gewinnmaximierung – auch und in gewisser Weise vor allem der ‚langfristigen‘. Hierzu sollten sich die Unternehmen durchaus ausdrücklich bekennen. Sie bekennen sich damit dazu, die vielfältigen Interessenkonflikte um die ethisch richtige Unternehmensführung nicht nach Maßgabe der Rentabilität, sondern nach Maßgabe der Legitimität der involvierten Ansprüche (selbstverständlich einschließlich der eigenen) zu bewältigen. Daraus erwachsen durchaus Chancen verdienter (statt, wie im Instrumentalismus, erschlichener) Reputation.⁷¹ Denn ein Unternehmen kann gerade darum ökonomisch erfolgreich sein, weil es verantwortungsvoll wirtschaftet und aus Integrität agiert. Beschäftigte setzen sich gerne für das Unternehmen ein, wenn sie fair behandelt werden und Kunden greifen (ja ohnehin zunehmend) zu den Produkten derjenigen Unternehmen, die auch in Sachen Sozial- und Umweltverträglichkeit zu überzeugen wissen. Dies kann sich durchaus auch in Gewinnen niederschlagen, allerdings nicht in maximal möglichen Gewinnen (schon allein, weil dieses selbst nicht verteilungsgerecht wären), sondern in vielleicht ‚anständigen‘ Überschüssen größer Null.

In großräumigen gesellschaftlichen Zusammenhängen, insbesondere im Wettbewerb, der heute ein globaler ist, stößt die moralische Verbindlichkeit (d.h. die moralische Einsicht der einzelnen Akteure) allerdings an Grenzen. Darum muss die Individualethik (auch die Geschäftsethik der je einzelnen Unternehmen) durch (sanktionsbewehrte) Rechtsverbindlichkeit gestützt werden (nicht: ersetzt werden). Dies ist das Thema der Ordnungs- bzw. Institutionenethik. Bei dieser geht es nicht etwa darum, dass ‚der Staat‘ als eine Art dritte Person ‚die Bösen‘ bestraft. Vielmehr geben ‚wir, die Bürger‘ („we the people“, wie es in der amerikanischen Verfassung heißt) uns selbst

⁷⁰ Vgl. zur Unterscheidung zwischen „unnachlasslichen“ und „verdienstlichen“ Pflichten KANT, Grundlegung (s. Anm. 52), 55.

⁷¹ Vgl. THIELEMANN, Erfolgsfaktor (s. Anm. 60), 247–252.

eine Ordnung aus moralischer Autonomie, d.h. aus freier ethischer Einsicht. Deren Sinn besteht systematisch betrachtet allein darin sicherzustellen, dass der Verantwortungsbewusste (vor allem: im Wettbewerb) nicht der Dumme ist bzw. dass Unternehmensführung aus Integrität nicht unzumutbar wird. (Mit dem Begriff der Zumutbarkeit werden systematisch die Rechte des Pflichtensubjekts thematisiert.)

Hierbei ist nicht nur an den Wettbewerb auf Güter- und Ressourcemarkten zu denken, sondern auch an den Wettbewerb im sog. ‚Markt für Unternehmenskontrolle‘ – dem in einer kapitalistisch bestimmten Marktwirtschaft wohl ultimativen Wettbewerb. Wenn nämlich das Management eines börsennotierten Unternehmens daran geht, nicht alles an der (stets steigerbaren) Rentabilität auszurichten, sondern den Gewinn sozusagen eine Stufe zurückzustellen, um Raum zu haben für den fairen Umgang mit allen Beteiligten und den verantwortungsvollen Umgang mit allen Betroffenen, so dürfte das Unternehmen rasch zum ‚Übernahmekandidaten‘ werden; oder das Management wird gleich ausgewechselt.

Eine „menschliche Marktwirtschaft“⁷² ist dies nicht von allein (wovon die „Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft“ und alle Marktgläubigen nach wie vor ausgehen). Sie zu errichten und zu sichern ist vielmehr eine individuelle ethische ebenso wie eine ordnungsethische bzw. -politische Daueraufgabe. Gemessen am hypothetischen Limeswert der ‚freien‘ Entfaltung der Marktkräfte geht es dabei stets um eine Begrenzung der reinen Marktlogik – und um eine Durchdringung der Marktinteraktion mit ethisch wohlwogener Werten.

In Zeiten globalisierter Märkte kann eine „menschliche Marktwirtschaft“ (Angela Merkel) nur sozusagen weltinnenpolitisch errichtet werden. Denn wie den Unternehmen zeigen die Marktkräfte, insbesondere die der Kapitalmärkte, auch der Politik sozusagen die ‚rote Karte‘, wenn sie andere Relevanzen als solche der ‚Wettbewerbsfähigkeit‘ oder der ‚Standortattraktivität‘ zur Geltung zu bringen versucht. Nach einer langen Phase eines beispiellosen und dennoch stillschweigenden politischen Souveränitätsverlustes, ja der politischen Entmündigung, während derer ‚gute‘ Politik zur ‚Standortpolitik‘ degenerierte und sich von den globalen Marktkräften die Vorschriften machen ließ,⁷³ womit sich die marktgläubige Vision einer ökonomistischen

⁷² A. MERKEL, Rede auf dem CDU-Parteitag, 1.12.2008, www.angelamerkel.de, gesehen am 28.2.2010.

⁷³ Vgl. THIELEMANN, System Error (s. Anm. 40), 188–199; C. CROUCH, Postdemokratie, Frankfurt a.M. 2008, 8. 27f. 42. 46f.

Umwertung aller Werte im „Entdeckungsverfahren“ (Hayek) des globalen Wettbewerbs zu erfüllen schien, haben gewichtige Exponenten der Politik erkannt, dass die wirtschaftliche „Globalisierung“ zu „gestalten“ ist.⁷⁴ Die Rückkehr zum Primat der Politik entspricht einem gewichtigen Paradigmenwechsel – jedenfalls in der grundlegenden Stoßrichtung der Intention, politische Autonomie, und das heißt für Demokratien: Volkssouveränität, zurückzugewinnen.

Damit allerdings beginnt erst die Arbeit – und für die Wirtschaftsethik die Aufklärungsarbeit. Deren systematisch „erste Aufgabe“ besteht in der Zurückweisung des Ökonomismus in all seinen vielfältigen Erscheinungsformen.⁷⁵ Diese Aufgabe ist mit dem Ende der Marktgläubigkeit als einer übergreifenden, beinahe flächendeckend geteilten Großideologie keineswegs erledigt. Denn der Ökonomismus ist noch tief in den Ausbildungssystemen und damit in den Köpfen all derer, die sich professionell mit dem Wirtschaften und der Wirtschaft beschäftigen, verankert.⁷⁶ Die zweite Aufgabe besteht in der Erhellung derjenigen Werte, die mit der Entfaltung der Markt- und Wettbewerbslogik menschlich auf dem Spiel stehen – im Guten wie im Schlechten. Eine Ökonomik, die am Markt- und Wettbewerbsprozess die Seiten der ‚Schöpfung‘ und der ‚Zerstörung‘ zugleich thematisiert, ist bislang nicht in Sicht, jedoch dringend notwendig. Ihre Empfehlungen wären ganz andere als diejenigen, die heute die politische Landschaft bestimmen. Wie mit den gewonnen Erkenntnissen umzugehen ist, ist allerdings nicht Aufgabe der Wissenschaft, auch nicht einer ethisch fundierten Ökonomik, sondern der politischen Praxis im Großen wie im Kleinen. Die Wissenschaften sollen, gut aufklärerisch, Mündigkeit fördern, nicht etwa erübrigen.

⁷⁴ Vgl. etwa A. MERKEL, Rede anlässlich der VW-Betriebsversammlung, Wolfsburg, 23.9.2008, www.bundeskanzlerin.de, gesehen am 29.2.2010.

⁷⁵ Vgl. ULRICH, Integrative Wirtschaftsethik (s. Anm. 14), 125.

⁷⁶ Wolfgang Streeck, Direktor am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung in Köln, spricht von einer „an den Universitäten betriebenen monokulturellen Gehirnwäsche mit standardökonomischen Rational- und Marktmodellen“, vor der „die nachwachsende Generation, insbesondere ihr Wirtschaftswissenschaften studierender Teil“, zu schützen sei. W. STREECK, Man weiß es nicht genau: Vom Nutzen der Sozialwissenschaften für die Politik, MPIfG Working Paper 09/11, Köln 2009, 25.

Zusammenfassung

Wirtschaftsethik wird oft als ökonomisches ‚Thema‘ neben anderen missverstanden, womit die Normativität des Ganzen der Marktlogik ethisch unthematisiert bleibt. Die Marktgläubigkeit, die in Deutschland auch explizit als ‚Wirtschaftsethik‘ auftritt, kann auf dieser Basis nicht kritisch geprüft werden. Hierzu ist erst eine integrativ ansetzende Wirtschaftsethik in der Lage. Diese beansprucht, ein neues, explizit ethisch fundiertes Paradigma von Ökonomik zu begründen.

Economic ethics is often seen as a matter among other topics on the market economy. The ethics of the overall market logic then must be taken for granted. And market belief, which in Germany is presented as ‘economic ethics’ even explicitly, cannot be subject to scrutiny. For such a critical review an integrated economic ethics is needed. This approach claims to establish a new economic paradigm explicitly grounded in ethical reflection.