

Integrative Wirtschaftsethik als Reflexionsbemühung im Zeitalter der Ökonomisierung

*Ulrich Thielemann**

1 Ökonomisierung, ökonomische Rationalität und integrative Wirtschaftsethik

Lassen Sie mich mit einer These beginnen, der ich im Verlaufe meines Vortrages weitere hinzugesellen möchte

These 1: Wir leben im Zeitalter der Ökonomisierung

... und die zentrale Frage, die sich uns stellt, lautet: Wie gehen wir damit um? Wie ist die Ökonomisierung tendenziell aller Lebensbereiche zu *beurteilen*? Diese Frage, die uns noch lange – sozusagen menscheitsgeschichtlich – beschäftigen wird oder uns unter der Annahme, dass der Ökonomisierungstrend hartnäckig und dauerhaft anhält, beschäftigen sollte, ist offenbar wirtschaftsethischer Natur. Mehr noch: diese Frage begründet m.E. erst eine eigenständige Disziplin Wirtschaftsethik. Deren Fragestellungen gingen ansonsten nämlich in einer allgemeinen ökonomischen Theorie auf (mit all ihren einzel- und gesamtwirtschaftlichen Teildisziplinen), die sich ihrer unvermeidlich normativ-ethischen Grundlagen in kritischer Selbstreflexion bewusst wird und sich von allen Wertfreiheitsillusionen befreit. Es dürfte außer Frage stehen, dass die ökonomische Theorie gegenwärtigen Zuschnitts von einem solchen Selbstverständnis denkbar weit entfernt ist. Gleichwohl steht der tiefgreifende Ökonomisierungstrend, zu dem eine Stellungnahme offenbar unvermeidlich ist, auch faktisch im Zentrum der ökonomischen Theorie, wenn zumeist auch untergründig. Die Frage, was von ihm zu halten ist, wird zwar selten explizit aufgeworfen, jedoch läuft ein Großteil der ökonomischen Theorieanstrengungen darauf hinaus, Ökonomisierung normativ als Prinzip des Handelns und der

* Erschienen in: Integrative Wirtschaftsethik – als Reflexionsbemühung im Zeitalter der Ökonomisierung, in: Mieth, D./Schumann, O.J./Ulrich, P. (Hrsg.), Reflexionsfelder integrativer Wirtschaftsethik, Tübingen/Basel 2004, S. 69-102.

gesellschaftlichen Organisation auszuweisen. Eine weitere Variante eines solchen *Ökonomismus* besteht darin, den Ökonomisierungstrend stillschweigend als „Bedingung“ des ökonomischen oder außerökonomischen Handelns hinzunehmen und ihn so zu legitimieren.

Diese letzte Variante entspricht dem vorherrschenden Verständnis von Wirtschaftsethik als einer „angewandten“ Ethik.¹ Statt den Ökonomisierungstrend selbst ethisch zu thematisieren, wird hier von der Vorstellung ausgegangen, dass beim Wirtschaften gelegentlich, hier und dort, bestimmte „Probleme“ auftauchen, die als spezifisch „ethisch“ begriffen werden (auf der Hitliste ganz oben stehen: Korruption, Kinderarbeit, Umweltschutz). Ihre Aufgabe sieht die „angewandte“ Ethik darin, für diese spezifisch „ethischen Probleme“ „Lösungen“ aufzuzeigen. Der gesamte Rest dessen, was ‚Wirtschaften‘ genannt wird, wird hierbei stillschweigend als ethisch neutral eingestuft – und das heißt: implizit mit den Weihen des Legitimen ausgestattet. Die ökonomische Rationalität, in deren Ausweitung auf tendenziell alle Lebensbereiche und in deren zunehmender Purifizierung die Ökonomisierung besteht, bleibt ethisch unthematziert.

Demgegenüber möchte Wirtschaftsethik im integrativen Verständnis der ökonomischen Rationalität kritisch auf den normativen Grund leuchten, sowohl in ihrer Wirkungsmächtigkeit als auch in ihrem Anspruch, praktische Vernunft zur Geltung zu bringen, wie er von Ökonomen („aus ökonomischer Sicht“) typischerweise vertreten wird. So soll geklärt werden, ob der unvermeidliche ökonomische Vernunftanspruch zu Recht und ohne Verkürzung erhoben wird.² Stillschweigende – oder gar explizite – Neutralitätsunterstellungen sind aus dieser integrativen Perspektive unzulässig.³ Es gibt keine ethische Neutralität, kein „Jenseits von Gut und Böse“ (Nietzsche). Wer die „Neutralität“ einer Handlungslogik (z.B. jener des *Homo oeconomicus*), eines Interaktionsmusters (z.B. des Vorteilstausches), der Funktionsweise einer Institution (z.B. der Unternehmung) oder eines systemischen Zusammenhangs (z.B.

1 Vgl. Thielemann, U.: Was spricht gegen angewandte Ethik? Erläutert am Beispiel der Wirtschaftsethik, in: *Ethica*, Nr. 1, 2000, S. 37-68; Ulrich, P.: *Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie*, 3. Aufl., Bern/Stuttgart/Wien 2001, S. 97 ff.

2 Vgl. eingehend Ulrich (2001: 116 ff.).

3 Explizit wird die Neutralitätsthese eher selten vertreten. Eine Ausnahme bildet Bundeswirtschaftsminister Werner Müller, der die These zu vertreten können meint, dass „die Wirtschaft als solche ... vom ethischen Standpunkt als neutral zu gelten hat.“ Müller, W.: *Ethik der Kapitalanlage*, in: *Student Business Review. Wirtschaftsmagazin der studentischen Unternehmensberatung Esprit*, 1/2002, S. 6-7, hier S. 7. Auch Walter Eucken hielt das „Preissystem“ ausdrücklich für „neutral“. Vgl. Eucken, W.: *Grundsätze der Wirtschaftspolitik*, 6. Aufl., Tübingen 1990, S. 378.

„des Marktes“ oder „des Wettbewerbs“) behauptet, der behauptet damit nicht nur dessen bzw. deren Legitimität – denn da geht ja offenbar alles ethisch mit rechten Dingen zu –, sondern versucht auch, diesen Handlungsbereich und seine innere Logik der ethischen Reflexion und Überprüfung in wissenschaftlich nicht redlicher Weise zu entziehen.

Genau diese als spezifisch „ökonomisch“ zu bezeichnenden Handlungs-, Interaktions- und Systemlogik ist der zentrale Reflexionsgegenstand der Wirtschaftsethik im integrativen Verständnis. Sie ist weder bloße, vielleicht ja kluge, mehr oder minder umfassende Kasuistik „unter den Bedingungen der modernen Wirtschaft“ (Karl Homann) noch überhöht sie die vorherrschende ökonomische Rationalität zum Maßstab ethisch vernünftigen Wirtschaftens oder gar der praktischen Vernunft überhaupt; vielmehr beansprucht sie, zum normativen Kern dessen vorzudringen, was ökonomische Rationalität heißt und damit faktisch praktische Vernunft beansprucht, und sie untersucht diesen Anspruch kritisch auf seine ethisch-normative Einlösbarkeit bzw. Gültigkeit.

Ökonomische Rationalisierung ist – der Name sagt es bereits – nichts Statisches, sondern ein Prozess: eben der Prozess der Ökonomisierung. Ich möchte im Folgenden zunächst versuchen aufzuzeigen, worin *Ökonomisierung* besteht und was mit ihr, ethisch gesehen, sozusagen auf dem Spiel steht. Dabei bediene ich mich zur Illustration der Beispiele aus dem Bereich des New Public Management, der Deregulierung und der Privatisierung (2). Sodann möchte ich die der Ökonomisierung zu Grunde liegende *normative Logik des Marktes* aufzeigen (3). Schließlich werde ich die Aufgaben und die Reichweite einer integrativ ansetzenden Wirtschaftsethik umreißen und in diesem Zusammenhang Ökonomisierung von Ökonomismus abgrenzen (4). Dabei wird Ökonomismus als der Versuch begriffen, den Markt und seine innere Logik normativ zu überhöhen und zum Inbegriff und Prinzip der praktischen Vernunft zu erheben. Der Markt wird zum *Prinzip Markt*. Die Kernaufgabe der Wirtschaftsethik sehe ich dabei darin, Urteilskraft sowohl gegenüber dem umfassenden Trend zur Ökonomisierung aller Lebensbereiche als auch gegenüber den Tendenzen des Ökonomismus zu gewinnen. Es geht um einen bewussteren, einen ethikbewussten Umgang mit ökonomischen Kategorien. Wirtschaftsethik lässt sich insofern zu verstehen als Beitrag zur „Bildung mündiger Wirtschaftsbürger“⁴ – m.E. nicht mehr aber auch nicht weniger.

4 Ulrich, P.: Wirtschaftsethik als Beitrag zur Bildung mündiger Wirtschaftsbürger. Zur Frage nach dem „Ort“ der Moral in der Marktwirtschaft, in: *Ethica. Wissenschaft und Verantwortung* 1 (1993), Nr. 3, S. 227-250. Vgl. neuerdings auch Ulrich, P.: *Der entzauberte Markt. Eine wirtschaftsethische Orientierung*, Freiburg i.B. 2002.

2 Was heißt Ökonomisierung?

Eines der deutlichsten Zeichen des Ökonomisierungsbestrebens ist die Transformation nahezu aller Formen sozialer Interaktion in Kunden-Anbieter-Beziehungen. Bürger, Schüler und Studenten, Gemeindemitglieder, Patienten und Klienten werden zunehmend zu „Kunden“. Hier einige Beispiele:

- Besonders schlagend – und für viele vermutlich besonders erstaunlich oder gar provozierend – ist die Ökonomisierung im Bereich der Kirchen, überhaupt der Umstand, dass sich da so etwas wie eine „Religionsökonomie“ herauszubilden beginnt.⁵ Für Wolfgang Nethöfel, Sozialethiker an der Universität Marburg, ist klar, dass auch die Kirchen notwendig Unternehmen sind, „weil und solange sie in dieser Welt sind.“⁶ Das „Unternehmen Kirche“ bewegt sich auf einem „Markt religiöser Dienstleistungen“, wobei es ein „seit Jahrhunderten eingeführtes Produkt“ anbietet,⁷ nämlich „orientierungslosen Schwimmern im Strom des Zeitgeistes Halt zu bieten.“⁸ Darin lag schon immer die „kirchliche Kernkompetenz“.⁹ Schließlich muss es da ein „Erfolgsgeheimnis des ältesten und insoweit erfolgreichsten Unternehmens der Weltgeschichte“ geben,¹⁰ das sich ja offenbar gegen andere „Wettbewerber“ durchgesetzt haben muss. Dabei konkurrieren die Kirchen gerade heute mit anderen „religiösen Dienstleistern“ – auch aus der „Sinneratzbranche“.¹¹ Um in diesem „religiösen Markt“ „erfolgreich“ sein zu können und möglichst keine „Marktanteile (zu) verlieren“, bedarf es der

5 Vgl. Schramm, M.: „Täglich auf dem Markt“ (Apg 17,17). Religionsökonomische Überlegungen zum „Unternehmen“ Kirche, Rektoratsrede zum Albertus-Magnus-Fest des Philosophisch-Theologischen Studiums Erfurt, 13. November 1998, www.uni-erfurt.de/theol/fachbereich_soc/rekt-red.htm, gefunden am 18. April 2002; Schmidtchen, D.: Ökonomik der Religion, Volkswirtschaftliche Reihe der Universität des Saarlandes, Nr. 0003, Saarbrücken 2000, www.wiwi.uni-sb.de/economics-wp/pdf/wp0003.pdf, gefunden am 18. April 2002.

6 Nethöfel, W.: Unternehmen Kirche? Bedeutung und Perspektiven einer Begriffsbestimmung, in: Thomé, M. (Hrsg.), Theorie Kirchenmanagement. Potentiale des Wandels, Bonn 1998, 58-66, hier S. 58.

7 Nethöfel (1998: 63).

8 Nethöfel, W.: Gebet und Controlling. Die Chancen des Unternehmens Kirche, in: Brummer, A./Nethöfel, W. (Hrsg.), Vom Klingelbeutel zum Profitcenter? Strategien und Modelle für das Unternehmen Kirche, Hamburg 1997, S. 15-24, hier S. 20.

9 Ebd.

10 Nethöfel (1997: 23).

11 Nethöfel (1998: 64).

Fähigkeit und der Bereitschaft „sich durch Außenbeziehungen neu zu definieren“. ¹² Erfolg bzw. „Wachsen im (totalen) Kundenkontakt“ lautet das Motto, das „genaue Hinhören auf die Bedürfnisse des Kunden“ ist der Weg bzw. das Mittel dazu. ¹³ „Kunden“, das sind hier diejenigen, die bislang Gemeindemitglieder genannt wurden, und mitgemeint sind diejenigen, die es werden könnten. Auf deren sich wandelnde „Kundenbedürfnisse“ hin gilt es das „Unternehmen Kirche“ jeweils „neu zu organisieren“. ¹⁴ Dies haben, so Nethöfel, die christlichen Kirchen immer schon getan. „Jesus, Paulus, Augustinus, Luther verwendeten die jeweils neuesten Medien und die effizientesten Organisationsformen ihrer Zeit, um möglichst viele potentielle Kundinnen und Kunden für die Sache Gottes zu interessieren, die sie vertraten“ ¹⁵ – oder, je nach den gerade vorherrschenden „Erwartungen der Kundinnen und Kunden auf das Unternehmen Kirche“, ¹⁶ auch für eine andere Sache, wäre wohl konsequenterweise zu spezifizieren. Unklar ist dabei nur, „ob die Volkskirchen mit einer VW- oder Mercedes-Strategie Marktführer bleiben wollen oder ob sie erst als Nischenanbieter Profil gewinnen müssen, um später, unter neuen Bedingungen, vielleicht auf neuen Märkten neu anzutreten.“ ¹⁷

- Auch die Schulen und Universitäten sind offenbar bislang von etwas anderem als Kosten- und Nutzenüberlegungen, überhaupt Gesichtspunkten der marktlichen Positionierung und „Performance“ konstitutiv bestimmt. Es gibt also Spielräume der Ökonomisierung. Und diese zu nutzen ist, nach den suggestiven Worten Artur Wolls, dringend notwendig: „Das Gut Ausbildung wird von Produzenten (Professoren) angeboten, die sich nicht nach der Nachfrage richten müssen, von Nachfragern (Studenten) in Anspruch genommen, die die Kosten des Angebots nicht zu zahlen brauchen, und von Personen finanziert (Steuerzahlern), die auf Angebot und Nachfrage keinen Einfluss haben.“ ¹⁸ In welche Richtung sich die Universität Woll zufolge wandeln soll, dürfte klar sein: Auch Bildung und Ausbildung sind als „Güter“ bzw. als „Produkte“ zu begreifen, die auf eine „Nachfrage“ zuzuschneiden sind. Und dieses Produkt soll, von Produzenten (Professoren) an-

¹² Ebd.

¹³ Ebd.

¹⁴ Nethöfel (1997: 16).

¹⁵ Nethöfel (1997: 20).

¹⁶ Nethöfel (1997: 16).

¹⁷ Nethöfel (1997: 22).

¹⁸ Woll, A.: Bildungspolitik, in: ders., Wirtschaftspolitik, 2. Aufl., München 1992, S. 273-312, hier S. 293.

geboden werden, die sich nach der Nachfrage richten müssen, von Nachfragern (Studenten) in Anspruch genommen, die die Kosten des Angebots zu zahlen haben, und, soweit darüber hinausgehende Zahlungen noch notwendig sind, von Personen (Steuerzahlern) finanziert werden, die auf Angebot und Nachfrage einen Einfluss haben. Auch Peter Glotz ist der Auffassung, dass die Universität ihre Studenten „wie Kunden behandeln“ sollte. Um „wettbewerbsfähig“ zu bleiben bzw. es überhaupt erst zu werden, müssen „Hochschulen ... eher wie ein Unternehmen geführt werden und nicht wie eine Behörde.“ Denn „Wettbewerb bringt Qualität“¹⁹ – im Bildungswesen wie offenbar überall sonst auch.

- Auch die öffentlichen Verwaltungen sollen unter dem Banner des „New Public Management“ verstärkt ökonomisch ausgerichtet, „modernisiert“ werden. „Die wirkungsorientierte Verwaltungsführung“, wie das New Public Management in der Schweiz genannt wird, „hat es sich zum Ziel gesetzt, möglichst flächendeckend marktähnliche Situationen zu schaffen.“²⁰ Kuno Schedler, einer der Hauptexponenten dieser Bewegung in der Schweiz, möchte die Verwaltungen endlich an den „Bedürfnissen“ der „Kundinnen und Kunden“ der jeweiligen Verwaltungen ausrichten, statt wie bislang „an den Bedürfnissen der eigenen Organisation“.²¹ Häufig unklar ist dabei allerdings, wer denn genau die Kunden sind – etwa der Bildungsinstitutionen, der Gerichte, der Polizei oder gar der Gefängnisse.

Die Kundenorientierung steht im Zentrum all dieser Ökonomisierungsbestrebungen. Mit ihrer Antwort auf die sich aufdrängende Frage: Was war eigentlich vorher?, warten die die Ökonomisierung vorantreibenden Kräfte zu ihrer Rechtfertigung mit einer auf den ersten Blick äußerst überzeugenden Suggestion auf: Statt sich nämlich am „Bedarf von Dritten (KundInnen)“ zu orientieren, sei „die Leistungserbringung“ der Verwaltungen bislang eher „Selbstzweck der eigenen Leistungseinheit“.²² Eine andere Möglichkeit kommt hierbei offenbar nicht in Betracht. Statt sich um die Belange ihrer „Kunden“ (sprich: Studenten oder auch der Unternehmen, die deren Humankapital später nutzen) zu kümmern, gehen Professoren bislang ihren „privatistischen Erkenntnisinteressen“

19 Glotz, P.: Wettbewerb bringt Qualität, www.chancenfueralle.de/www/standpunkte/standpunkte_2/glotz.html, gefunden am 18. April 2002.

20 Schedler, K.: Ansätze einer wirkungsorientierten Verwaltungsführung, 2. Aufl., Bern/Stuttgart/Wien 1996, S. 186.

21 Schedler (1996: 67 f.).

22 Schedler (1996: 123).

nach.²³ Kundenorientierung heißt offenbar: Privilegierung und Schlendrian, „obrigkeitliches Gehabe“ und „schlampiger Service“²⁴ haben endlich ein Ende. Und schließlich *wollen* sich „die BürgerInnen ... als Kunden behandelt wissen.“²⁵ Darauf haben sie nicht nur ein Recht, alles andere unterliegt auch dem Sinnlosigkeitsverdacht. Hinter der Idee der „wirkungsorientierten Verwaltungsführung ... steht die Überlegung, dass die Wirkung letztendlich das Ziel ist, welches der Staat (die Politik) erreichen will, und nicht das Tätigwerden der Verwaltung.“²⁶ Und „Wirkung“ heißt: Nützlichkeit für die Kunden. Damit scheint die Legitimation gegeben zu sein für das nach Ansicht des ehemaligen Regierungspräsidenten des Kantons Zürich, Hans Hofmann, „radikalste Reformprojekt des Staates der letzten Jahrzehnte“: „Es gilt, den Staat zu einem modernen Dienstleistungsunternehmen zu machen.“²⁷

Ob Bürger, Patienten, Klienten, Studenten usw. tatsächlich als Kunden behandelt werden wollen, ist so eindeutig allerdings nicht. Die ökonomische (oder ökonomistische?) Vision Artur Wolls von einer „unternehmerischen“ Universität deutet es bereits an: Kunden sind Zahlende. Wer nicht zahlt, ist definitionsgemäß nicht „Kunde“. Und so hält das „Kostenrechnungsmodell für Bildungsinstitutionen“, eine im Auftrag der Schweizerischen Konferenz der kantonalen Erziehungsdirektoren in Auftrag gegebene Studie im Geiste des New Public Management, mit überraschender Deutlichkeit fest: „Die Kosten von Bildungsleistungen sollen durch diejenigen getragen werden, denen daraus entsprechender Nutzen zufließt.“²⁸ Nur unter der Ägide dieses „Verursacherprinzips“ sei sichergestellt, „dass die Ressourcen dort eingesetzt werden, wo sie den größten Nutzen stiften.“²⁹

Gegen die Suggestion oder gar die explizite Behauptung, im Markt – bzw. unter der Ägide der „Kundenorientierung“ – würden die „Produkte“ dorthin geleitet, wo sie den „dringendsten Bedürfnisse der Verbraucher am besten dienen“,³⁰ hatte bereits Max Weber klargestellt: „Nicht ‚Begehrt‘ an sich, sondern: kaufkräftiger Begehrt nach Nutzleistungen regelt ... die erwerbsmäßige

23 Brinkmann, H.: Die neue Freiheit der Universität, Berlin 1998, S. 114.

24 Nethöfel (1998: 61).

25 Schedler (1996: 30).

26 Ebd.

27 Zit . nach Pelizzari, A.: Die Ökonomisierung des Politischen. New Public Management und der Angriff auf die öffentlichen Dienste, Konstanz 2001, S. 17.

28 Schedler, K./u.a.: Kostenrechnungsmodell für Bildungsinstitutionen, Bern 1998, S. 8, www.edk.ch/PDF_Downloads/Dossiers/D51A.pdf, gefunden am 18. April 2002.

29 Ebd.

30 So nachdrücklich Ludwig von Mises: Markt, in: Handwörterbuch der Sozialwissenschaften, Bd.7, Tübingen 1961, S. 131-136, hier S. 131.

Güterbeschaffung.“³¹ Kunden bzw. Käufer müssen zahlungskräftig sein, ansonsten kommen sie nicht in den Genuss der Gegenleistung bzw. der „Produkte“. Und wer von „Kunden“ spricht, muss konsequenterweise genau dieses Gegenleistungserfordernis (in Form einer Zahlung) mitmeinen. Ansonsten müsste man eher von Nutznießern sprechen – oder eben von Patienten, Klienten, Studenten, Gemeindemitgliedern, Bürgern usw., womit auf die vielfältigen Ansprüche, Wertdimensionen und wechselseitigen Verpflichtungs- und Verantwortungsbeziehungen in einem spezifischen institutionellen Handlungsbe- reich abgestellt würde.

Der *Sinn* der „Kundenorientierung“ ist also *nicht*, jedenfalls nicht so ohne weiteres, die „bessere“ Befriedigung der (berechtigten) Ansprüche der jeweili- gen Nutznießer einer Organisation oder Institution. Dies zeigt sich auch darin, dass Ökonomisierungsbestrebungen häufig mit *Preiserhöhungen* und dem *Ab- bau* von Leistungen verbunden sind. So stiegen im Kanton Zürich, in dem die „Wirkungsorientierte Verwaltungsführung“ seit 1995 mit besonderem Nach- druck vorangetrieben wird, zwischen 1990 und 1996 die Studiengebühren von 200 auf 600 Franken, womit sich die entsprechenden Einnahmen des Kantons von 8 auf über 20 Millionen Franken erhöhten.³² Insgesamt stiegen die Entgelte und Gebühren für Amtshandlungen aller Art (Taxen, vor allem im Spitalbe- reich, Schul- und Kursgelder usw.) im betrachteten Zeitraum um 57 Prozent. Zugleich sanken die Steuereinnahmen um 13 Prozentpunkte. Diese Verschie- bung von den Steuern zu den Gebühren³³ wurde von der Regierung durchaus begrüßt oder gar intendiert. Der damalige Finanzdirektor, Eric Honegger, fand: „Es ist wichtig, dass der Bürger die Dienstleistungen des Staates, die er bean- sprucht, auch zahlt. Das erhöht die Kostentransparenz und ist im Sinne des New Public Management.“³⁴

Weitere Beispiele für eine solche „verursachergerechte“ Gebühren- bzw. Preisgestaltung im Gefolge von Ökonomisierungsbestrebungen findensich im Bereich der Privatisierung der Wasserversorgung. So liegen in Frankreich die Wasserpreise der privatisierten Versorgungsbetriebe um durchschnittlich 30

31 Weber, M.: *Wirtschaft und Gesellschaft*, 5. rev. Aufl., Tübingen 1972, S. 59, vgl. auch S. 49 f.

32 Vgl. Bieri, H.-P.: *Der Kanton langt immer kräftiger hin*, in: *Tagesanzeiger* vom 14. April 1997, www.tages-anzeiger.ch/archiv/97april/970414/246700.HTM, gefunden am 18. April 2002.

33 Vgl. auch Pelizzari (2001: 104).

34 Zit. nach Bieri (1997).

Prozent über den Preisen der kommunal verwalteten Wasserbetriebe.³⁵ In der argentinischen Provinz Tucuman stiegen die Preise gar um 104 Prozent.³⁶ In England und Wales stiegen die Preise nach der vollständigen Privatisierung der Wasserversorgung jährlich um real fünf Prozent.³⁷ In dem Land wurden auch die städtischen Busbetriebe privatisiert. Nach elf Jahren Erfahrung ist eine deutlich über der Inflation liegende Fahrpreiserhöhung zu verzeichnen, ein um 27 Prozent vermindertes Passagieraufkommen sowie die Streichung wenig frequentierter Linien.³⁸

Nachrichten wie diese begründen die Befürchtung, dass die unter dem Banner von Deregulierungen, Privatisierung oder New Public Management vorangetriebene Ökonomisierung bislang öffentlich-rechtlich strukturierter Bereiche nicht nur zu Preis- und Gebührenerhöhungen „bis an die Zumutbarkeitsgrenze“ (sprich: bis zur Grenzzahlungsbereitschaft) führt,³⁹ sondern auch zu einem Abbau von Leistungen des so genannten „service public“. Dieser basiert auf der Quersubventionierung von relativ kostenintensiv durch vergleichsweise kostengünstig erstellbare Leistungen, um so eine Grundversorgung (etwa im Postbereich oder im öffentlichen Verkehr) der gesamten Bevölkerung ohne Ansehen der Person und d.h.: ohne Ansehen ihres Portemonnaies zu gewährleisten. Demgegenüber neigen private Anbieter zum „Rosinenpicken“ oder zum „Creaming off“ („Absahnen“), d.h. zur Herausnahme profitabler Leistungen aus dem Verbund und damit zur Durchbrechung des Prinzips der Quersubventionierung. Ebenso führt die Erfordernis der so genannten „full cost recovery“ bzw. das Prinzip der „vollen Transparenz der Kosten und deren Zuweisung

35 Vgl. Ewers, H.-J./u.a.: Optionen, Chancen und Rahmenbedingungen einer Marktöffnung für eine nachhaltige Wasserversorgung. Endbericht. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Juli 2001, www.bmwi.de/textonly/Homepage/download/-wirtschaftspolitik/Wasserversorgung1.pdf, gefunden am 25. April 2002, S. 27. Vgl. auch Hall, D.: Water in Public Hands. Public sector water management – a necessary option, University of Greenwich, June 2001, www.psiu.org/reports/2001-06-W-public.doc, gefunden am 25. April 2002, S. 12.

36 Staud, T.: Wasser – Wichtiger als Erdöl, in: Die Zeit, 3. Februar 2002, www.zeit.de/2002/06/Politik/staud_wasser.html, gefunden am 25. April 2002.

37 Vgl. Ewers u.a. (2001: 29).

38 Vgl. Mayer, M.: Privatisierung und Deregulierung der städtischen Busbetriebe in Grossbritannien, herausgegeben vom Schweizerischen Verband des Personals öffentlicher Dienste (vpod), Zürich 2000, S. 5 f.

39 Zeuner, B.: Das Politische wird immer privater. Zu neoliberaler Privatisierung und linker Hilfslosigkeit, in: Heinrich, M. (Hrsg.), Globalisierung und Perspektiven linker Politik, München 1999, S. 295, zit. nach Pelizzari (2001: 24 f.).

an den Verursacher“⁴⁰ zu einem Abbau von Leistungen für zumindest einen Teil der zu „Konsumenten“ gewordenen Nutzer eines bislang dem service public unterliegenden Gutes, nämlich des weniger zahlungskräftigeren Teils bzw. desjenigen Teils, für den die Leistungserbringung nicht genügend profitabel ist.⁴¹

Doch selbstverständlich lässt sich das Erfordernis der Erbringung einer Gegenleistung (in Form einer Zahlung) nach dem „Verursacherprinzip“ bzw. dem Prinzip der „vollen Kostendeckung“, die offenbar und vermutlich nicht zufällig zu einer Preissteigerung und zu Leistungsabbau führen kann, auch durch Subventionen an die „Kunden“ bewerkstelligen. „Subjekthilfe statt Objekthilfe“⁴² lautet hier das Motto. Statt die Leistungserbringer zu subventionieren und damit den Wettbewerb zwischen ihnen zu schwächen bzw. zu „verzerren“, sollen die Nutzer Transferzahlungen erhalten – etwa in Form von Wohngeld oder Bildungsgutscheinen.⁴³ Die Kundeneigenschaft – die Gegenleistungserfordernis – würde somit simuliert. Die Kunden wären zahlungskräftig bzw. sie würden mit Kaufkraft ausgestattet, und sie müssten gemäß dem Prinzip der „vollen Kompensation“⁴⁴ zahlungskräftig sein, um in den Genuss der Leistung (Bildung, Postservice, Busfahrt usw.) zu gelangen. Doch wären ihre Zahlungsfähigkeit und ihre ökonomische Leistungsfähigkeit (die Fähigkeit, ein Einkommen zu erzielen) bzw. ihre Wettbewerbsfähigkeit ein Stück weit entkop-

40 Institut für Geistiges Eigentum: Kostendeckende Gebühren. Pressemitteilung vom 22. Mai 1996, www.admin.ch/cp/d/1996May22.190129.5977@idz.bfi.admin.ch.html, gefunden am 26. April 2002.

41 Vgl. auch Hall (2001: 13): „For private water companies new connections to households who cannot afford to pay the full economic cost always creates a potential risk to the companies' profitability.“ Die Studie „Water in Public Hands“ (Hall 2001: 11) führt die höheren Preise einer privatisierten Wasserversorgung vor allem auf die „Gewinn- und Dividendenforderungen der Firmeneigentümer“ zurück, die dann „global in andere Aktivitäten der Unternehmung investiert“ oder natürlich einbehalten werden.

42 Vgl. Kappeler, B.: Soziales Unternehmertum schafft Freiheitsgrade, in: VEBO Fenster, 1/2000, www.vebo.ch/fenster/archiv/fenster_1_00/00_1_gastautor.html, gefunden am 22. April 2002.

43 Vgl. Breyer, F.: Subjekthilfe statt Markteingriff oder Quersubvention, in: Lambsdorff, O. Graf: Freiheit und soziale Verantwortung. Grundsätze liberaler Sozialpolitik, Frankfurt a.M. 2001, S. 223-239. Zu denken wäre hierbei auch an eine Umdefinition der Steuerprogression als Subventionierung einkommensschwächerer Marktteilnehmer.

44 Vgl. Buchanan, J. M.: Economics Between Predictive Science and Moral Philosophy, College Station 1987, S. 18.

pelt. Etwaige Gebühren- bzw. Preissteigerungen im Gefolge von Ökonomisierungsbestrebungen könnten so von ihnen verkraftet werden.⁴⁵

Wenn allerdings der Vorteil der Ökonomisierung vormals öffentlich-rechtlicher Bereiche für die „Kunden“ zumindest fraglich ist, jedenfalls nicht zwingend, so stellte sich die Frage, welchen *Sinn* die Kundenorientierung dann haben sollte. Dieser scheint mir in der Intensivierung – oder überhaupt erst in der Herstellung – von *Wettbewerb* zu liegen, und zwar *als* gesellschaftlichem Prinzip und *aus* Prinzip. „NPM [New Public Management] kennzeichnet sich durch einen systematischen Einbezug des Wettbewerbsgedankens in alle Bereiche staatlicher Tätigkeit.“⁴⁶

Die Verwaltungen – überhaupt jene, die eine Leistung erbracht haben, *ohne* diese bislang als „Dienst am Kunden“, und d.h.: in der Erwartung einer Gegenleistung, verstanden zu haben – sollen unter *Druck* geraten, und zwar so, dass sie die gewünschte „Wirkung“ bzw. den gewünschten „Output“ möglichst kostensparend erzeugen. Dies kann in verschiedenster Art geschehen – etwa durch Kennzahlen und Leistungsanreize, deren Erfüllung bzw. Nicht-Erfüllung sich in Löhnen und Gehältern niederschlägt; durch Lizenzvergabe an mehrere Leistungserbringer, die um die Gunst der „Kunden“ und deren Kaufkraft wetteifern; durch Gewährung von „Autonomie“, die in verschiedener Weise genutzt werden kann – und angesichts begrenzter „Globalbudgets“ möglichst gewinnbringend genutzt werden muss. Wem es gelingt, Kunden mit ihrer Kaufkraft (oder beispielsweise ihren Bildungsgutscheinen, die dann bei anderen Instanzen in „Cash“ umgewandelt werden können) an sich zu binden, ihnen ein attraktives Angebot zu unterbreiten, der wird belohnt; wem dies nicht gelingt, der wird das Nachsehen haben.

Ob nun die zunehmende Ökonomisierung zu tieferen oder zu höheren Preisen führt, zum Abbau oder zum Ausbau von Leistungen, dies ist, zumindest in kurz- und mittelfristiger Betrachtung, eine durchaus offene Frage.⁴⁷ Keine offe-

45 Freilich wird Subjekthilfe als flankierende Maßnahme von Ökonomisierungsbestrebungen (NPM, Deregulierung, Privatisierung) wohl kaum je von ihren Befürwortern vorgeschlagen; denn es wird dabei ja davon ausgegangen, dass die Maßnahmen die Preise senken und/oder die Qualität erhöhen. Dennoch ließe sich eine solche Kombination vorstellen, mit der etwaige Preissteigerungen oder Leistungsverschlechterungen durch Ökonomisierung – man ist geneigt zu sagen: *trotz* „Kundenorientierung“ – neutralisiert werden können. Eine andere Frage ist natürlich, wer die Subjekthilfe, und damit letztlich: die vermehrt „kundenorientierten“ Leistungsanbieter bzw. deren Manager und Kapitaleigentümer, finanziert.

46 Schedler, K./Proeller, I.: New Public Management, Bern 2000, S 67.

47 In vielen Fällen führt Ökonomisierung überhaupt erst zu einer Bepreisung bislang kostenlos angebotener Leistungen. Auf lange Sicht dürften die Preise, Wettbewerb in und um das

ne Frage, sondern eine zwingende Folge der Ökonomisierung ist jedoch die Intensivierung des Wettbewerbs. Dieser sind nicht einfach „die Unternehmen“ ausgesetzt, sondern die ökonomisch (und zunehmend marktökonomisch) Tätigen, die „Leistungserbringer“, also vor allem die Beschäftigten, natürlich auch selbstständig Tätige.⁴⁸ So lag das Lohnniveau der in den Busbetrieben Großbritanniens Beschäftigten acht Jahre nach der Privatisierung 14 Prozent unter dem Durchschnittslohn eines britischen Arbeitnehmers. Vorher hatte man in der Busbranche noch 7% mehr als im Durchschnitt verdient.⁴⁹ Hierin ist wohl ein wesentlicher Block der erzielten Kostensenkungen zu erblicken. Darüber hinaus wurde ein erhöhtes Aktivitäts- und Flexibilitätsniveau verlangt, welches in „massiven Verschlechterungen von Dienstplänen, Arbeitszeiten und Ruhezeiten“ bestand.⁵⁰

3 Die normative Logik des Marktes

Die Ökonomisierung der Verwaltungen und der öffentlichen Betriebe, überhaupt bislang nicht privatrechtlich geregelter Bereiche – teilweise lapidar „Modernisierung“ genannt –, ist nur ein besonders anschauliches Moment eines umfassenderen Prozesses, der sich auch in der „Privatwirtschaft“ vollzieht. Damit komme ich zu meiner zweiten These:

These 2: Ökonomisierung bedeutet Ausweitung und Intensivierung von Tauschbeziehungen.

Die Beziehung zwischen Kunden und Anbietern, Produzenten oder Leistungserbringern ist eine Tauschbeziehung. Die zunehmende Rede von „Kunden“,

betrachtete Marktsegment vorausgesetzt, jedoch wieder sinken (wenn auch nicht für alle Kundensegmente) und sich das Leistungsniveau erweitern (und verändern), insoweit sich hiermit Profitabilitätschancen eröffnen. Auf diese langfristig preissenkende Wirkung des Wettbewerbs stellt der Endbericht zu Handen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (Ewers et al. 2001: 29) ab, wenn er angesichts der Kritik an den gestiegenen privaten Gewinnen aus der Wasserversorgung formuliert: „Die Gewinne machten aber auch deutlich, dass man die Ineffizienz des alten Systems unterschätzt hatte.“

48 Dass der Druck des Wettbewerbs letztlich den Produktionsfaktor (selbständiger oder unselbständiger) „Arbeit“ trifft, hängt letztlich damit zusammen, dass Wettbewerbsfähigkeit basaler ist als Zahlungsfähigkeit. Nur wer wettbewerbsfähig ist, verfügt auch über Kaufkraft (von Transferzahlungen natürlich abgesehen). Diese Kausalbeziehung gilt umgekehrt nicht.

49 Vgl. Mayer (2000: 10).

50 Ebd.

„Produkten“, „Benchmarking“, „Qualitätsmanagement“ usw., das nahegelegte Selbstverständnis von Institutionen aller Art als „Unternehmen“, überhaupt die Verwendung eines neuen, „Management“-orientierten Vokabulars und die Umdeutung von Begriffen (z.B. „Modernisierung“) – all dies soll systematisch gesehen signalisieren: Tendenziell alle Interaktionsbeziehungen, nicht nur in der Wirtschaft, sollen als *Tauschbeziehungen* begriffen werden, als Beziehungen, die nach dem Prinzip von Leistung und Gegenleistung strukturiert sind.

Die allgemeine, untergründige Rechtfertigung für diese Sicht, die selten ausgesprochen wird, liegt darin, dass Tauschgeschäfte eo ipso wechselseitig vorteilhaft sind: Beide Seiten „mutually gain from exchange, or else it would not take place.“⁵¹ Der Tausch senkt nicht etwa, er erhöht vielmehr den Nutzen der beteiligten Tauschpartner. Der Kundennutzen steigt ebenso wie die „Autonomie“ bzw. die Entscheidungsfreiheit auf Seiten der Anbieter, beispielsweise hinsichtlich der Option „make or buy“,⁵² aber auch hinsichtlich der Nutzung erweiterter Einkommenschancen.⁵³ Es werden Arbeitsplätze geschaffen, Einkommen erzielt, Produkte und Dienstleistungen erworben, die vorher nicht verfügbar waren. Die Verhinderung von Tauschchancen muss, zumindest aus der Sicht der Beteiligten, umgekehrt als Zwang begriffen werden. Beiden Seiten würden Vorteile vorenthalten, die sie sonst nutzen könnten. Warum sollte man dies also wollen? Schließlich ist der Tausch nicht nur wechselseitig vorteilhaft, sondern auch freiwillig. Der „Austausch“ von Leistungen sozusagen mit vorgehaltener Pistole ist kein Tauschgeschäft, sondern Raub oder Diebstahl.⁵⁴

Natürlich ließe sich noch die Verteilungsfrage aufwerfen, d.h. die Frage nach der Verteilung der nur gemeinsam, nämlich arbeitsteilig erzielbaren Wertschöpfung.⁵⁵ Doch selbst wenn man die Verteilung der Wertschöpfung

51 Buchanan, J.M./Tullock, G.: *The Calculus of Consent*, Ann Arbor 1965, S. 270.

52 Vgl. beispielsweise Schedler/Proeller (2000: 166).

53 Häufig waren und sind die Aktionäre und die Manager die eigentlichen Gewinner von Privatisierungsübungen. So stiegen die jährlichen Gewinne im Bereich der Wasserversorgung in Grossbritannien inflationsbereinigt innerhalb von acht Jahren um 142 Prozent. Und die jährlichen Vergütungen für das Top-Management stiegen innerhalb von sieben Jahren um 50 bis 200 Prozent. Vgl. Lobina, E./Hall, D.: *UK Water privatisation - a briefing* www.walkertoninquiry.com/part2info/partieswithstanding/pdf/CUPE18UKwater.pdf, gefunden am 10. November 2002, S. 13 ff. Auch Mayer (2000: 11) kommt für die Busbetriebe zu dem Ergebnis: „Die einzigen, wahren Gewinner (der Privatisierung, d.V.) waren die obersten Kader, die Direktoren und natürlich die Aktionäre.“

54 Vgl. zur Freiwilligkeit des Tausches Thielemann, U.: *Das Prinzip Markt. Kritik der ökonomischen Tauschlogik*, Bern/Stuttgart 1996, S. 167 ff.

55 Vgl. zum systematischen Stellenwert der Frage der Verteilungsgerechtigkeit knapp, dem Anspruch nach grundlegend, Thielemann, U.: *Globale Konkurrenz, Sozialstandards und*

problematisiert, ändert dies nichts an der doch allem Anschein nach begründbaren Eigenschaft des Tausches, nämlich seiner wechselseitigen Vorteilhaftigkeit. Durch das Aufwerfen von Verteilungsfragen wird lediglich gesagt: das Geschäft ist für die eine Seite *zu wenig*, für die andere *übergebührlich* vorteilhaft. Aber man rüttelt nicht am Tauschprinzip selbst. Allenfalls relativiert man es durch außerökonomische Gesichtspunkte, setzt dabei aber die Legitimität der Tauschlogik und die Wünschbarkeit ihrer Ausbreitung stillschweigend oder ausdrücklich voraus.

Möglichen Bedenken, die uns unsere Intuition nahelegen mag, erhärten sich, wenn wir danach fragen, *warum* denn ein Tauschgeschäft wechselseitig vorteilhaft ist. Die Antwort lautet: Weil und insoweit sich die Beteiligten an ihrem jeweiligen Vorteil orientieren. Der Vorteil muss aktiv gesucht, die „Chance“ „entdeckt“ (Hayek) werden; sie ist kein Zufallsprodukt. Und der Nachteil, gemessen an anderen verfügbaren Alternativen, also berechnet nach Opportunitätskostenkalkülen, muss aktiv vermieden werden. Wenn die Tauschbeziehung nicht mehr wechselseitig, sondern nur noch einseitig vorteilhaft ist, also Qualität und Preis einerseits, Aufwand und Ertrag andererseits nicht mehr „stimmen“, dann wählt die eine Seite die Exit-Option: Sie wandert ab, betreibt „voting by feet“, wechselt den Anbieter, entläßt, senkt Kosten usw. Zumindest tut sie dies, wenn sie sich konsequent an ihrem eigenen Interesse orientiert. Sie bringt damit gegenüber der anderen Seite die „Grenzen, die durch die Bedingungen wechselseitigen Vorteils gegeben sind,“⁵⁶ zur Geltung bzw. Wirkung.

Im reinen Tausch interessiert die Tauschpartner aneinander nur ihre Eigenschaft als (Dienst-) Leistende, sei diese Leistung nun dinglicher oder pekuniärer Natur. Es interessiert allein ihre Funktion, ihre Fähigkeit, und d.h.: ihre Fähigkeit, erwünschte *Wirkungen* zu erzeugen.⁵⁷

These 3: Der Limeswert der Ökonomisierung ist die wechselseitige Funktionalisierung (Verdinglichung) der Tauschpartner.

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, hier S. 211 ff. Vgl. mit Blick auf aktuelle Ereignisse im Bereich der Gratifikation von Top-Managern Thielemann, U.: *Das Gesetz des Dschungels. Die Gehälter von Managern als Frage der Verteilungsgerechtigkeit*, in: *St. Galler Tagblatt*, 27. Februar 2002, S. 2, www.tagblatt.ch.

⁵⁶ Buchanan, J.M.: *Politische Ökonomie als Verfassungstheorie*, Privatdruck der Bank Hofmann AG Zürich, Zürich 1990, S. 47.

⁵⁷ Hier liegt die tiefere Bedeutung des Begriffs der „Wirkungsorientierten Verwaltungsführung“.

Verkäufer sind an den Zahlungen der Käufer (Kunden, Abnehmer, Konsumenten) interessiert; Käufer an den Leistungen der Verkäufer (Anbieter, Produzenten, Mitarbeiter). Im *reinen* Tausch ist dies *alles*, was sie aneinander interessiert. Es zählen allein die (im Wortsinne) objektiven Eigenschaften der Tauschpartner. Es gilt das Prinzip von Leistung und Gegenleistung, und d.h.: Wer nicht genügend kaufkräftig ist, der kommt nicht in den Genuss des Produktes oder der Dienstleistung; wer nicht genügend produktiv, „effizient“, „flexibel“, kurzum: wettbewerbsfähig ist, der wird nicht mit Kaufkraft ausgestattet. These 3 lässt sich daher auch folgendermaßen fassen:

These 4: In reinen Tauschbeziehungen gilt nichts als das Prinzip von Macht und Gegenmacht.

Leistungen (einschließlich Zahlungen) geben oder vorenthalten zu können ist eine besondere Form von *Macht*. Dabei verstehe ich Macht physikalisch, objektiv bzw. „interobjektiv“, nicht intersubjektiv.⁵⁸ Macht kommt von Machen bzw. von „Mögen“ (im Sinne von „etwas vermögen“).⁵⁹ Macht zu haben heißt, etwas in der objektiven Welt (Natur) oder als objektiv vorgestellten sozialen Welt *bewirken* zu können.

Die Macht, die hier im Spiel ist, ist negativer, nicht positiver Natur.⁶⁰ Positive Macht ist die Einwirkung auf Andere, im Grenzfall die Gewaltanwendung. Die ökonomische Theorie hat hierfür den Begriff „externer Effekte“ geprägt, womit nahegelegt werden soll, dass Macht dem (wettbewerblichen) Markt

58 Umgangssprachlich wird „Macht“ zumeist intersubjektiv verstanden, d.h. als *Herrschaft*. Herrschaft ist ein intentionales Über- und Unterordnungsverhältnis und zumeist mit Macht amalgamiert. Herrschaft ist stets „Herrschaft kraft Autorität“, Macht im sozialen Raum hingegen ist „Herrschaft kraft Interessenkonstellation“. Diese ist jener „polar entgegengesetzt“, weil ihr, so Max Weber, aller „Gehorsam“ fehlt. Vgl. Weber, M.: *Wirtschaft und Gesellschaft*, 5. rev. Aufl., Tübingen 1972, S 542 ff.

59 Vgl. Kluge, F.: *Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache*, 23. Aufl., Berlin 1995, S. 453, 458.

60 Vgl. zur Unterscheidung verschiedener Formen und Ausprägungen von Macht Thielemann, U.: *Ökonomismus – Oder wie das Prinzip Markt sich der Lebenswelt bemächtigt. Versuch einer wirtschaftsethischen Werterhellung*, in: *forumEB, Beiträge und Berichte der evangelischen Erwachsenenbildung*, Nr. 2, 1999, S. 5-12, hier S. 6 f.; www.iwe.unisg.ch/-org/iwe/web.nsf/wwwPubLiteraturLadbar/22552CDEB09D09E7C12569A1004F89D2, gefunden am 26.4.02.

gegenüber äußerlich bleibt.⁶¹ Doch sind die *internen Effekte* des Tauschverkehrs ebenfalls eine Form von Macht, nämlich der negativen Macht, Vergünstigungen gewähren oder entziehen zu können.⁶² Diese prinzipiell gewaltfreie Form der Macht ist für den Tauschverkehr konstitutiv:

- Käufer verfügen über hinreichende *Kaufkraft* oder eben nicht. Nicht hinreichende Kaufkraft heißt: Sie können die Verkäufer nicht dazu bewegen, ihnen die von ihnen erwünschte oder benötigte Leistung zu geben. Andere, kaufkräftigere Kunden, werden an ihre Stelle treten. Dies ist Nachfragerwettbewerb.
- Verkäufer sind produktiv bzw. wettbewerbsfähig oder eben nicht. Wenn sie im Vergleich zu anderen Anbietern bzw. – aus der Sicht der Käufer ihrer Arbeitsleistungen – zu anderen „Chancen“ nicht produktiv oder „effizient“ genug sind, wird sich der Umfang des Zahlungsstroms an sie verringern. Im Grenzfall werden sie einkommenslos.

These 5: Im rein gedachten Markt gilt das Recht des Stärkeren.

Im rein gedachten Markt, also unter der Bedingung strikt eigeninteressierten Markthandelns, erhält der im Vergleich zu seinen Konkurrenten marktmächtigere (der zahlungskräftigere, der wettbewerbsfähigere) den Zuschlag. Er bekommt genau so viel, wie er durchzusetzen in der Lage ist. Es gilt mithin das Recht des Stärkeren (selbstverständlich: ohne Anwendung von Gewalt). Diese These folgt unmittelbar aus dem bislang Gesagten und bedarf keiner weiteren Erläuterung. Allerdings sind die ethischen Schlussfolgerungen zu ziehen:

These 6: Der reine Tausch verletzt den kategorischen Imperativ.

These sechs ist unmittelbar einleuchtend, wenn wir uns den Wortlaut der Zweckformel des kategorischen Imperativs vergegenwärtigen:

⁶¹ Darum bezeichnet Franz Böhm den Wettbewerb als „das grossartigste und genialste Entmachtungsinstrument der Geschichte.“ Böhm, F.: Freiheit und Ordnung in der Marktwirtschaft, Baden-Baden 1980, S. 22.

⁶² Hier liegt der Grund dafür, dass Max Weber die Markt- bzw. Vertragsfreiheit eine bloß „formale Freiheit“ nannte. Vgl. Weber (1972: 439 f.).

„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.“⁶³

Es ist zu vermuten, dass diese Formulierung Kants bzw. diese Version des kategorischen Imperativs unmittelbar auf die sich bereits zu seiner Zeit andeutende Ausbreitung der Logik des (wechsel- oder einseitigen) Vorteilstausches bzw. auf deren normative Überhöhung im Ökonomismus zugeschnitten war. Kant hatte Smith ebenso wie Hobbes studiert. So heißt es bei Hobbes knapp und bündig:

„Die Geltung oder der Wert eines Menschen ist wie der aller anderen Dinge sein Preis. Das heißt, er richtet sich danach, wieviel man für die Benützung seiner Macht (sic!) bezahlen würde und ist deshalb nicht absolut, sondern von dem Bedarf und der Einschätzung eines anderen abhängig.“⁶⁴

Gleichsam als Antwort darauf ist die berühmte, mit der Zweckformel im Zusammenhang stehende Passage zum Unterschied zwischen „Preis“ und „Würde“ zu deuten:

„Im Reich der Zwecke 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.“⁶⁵

Selbstverständlich „braucht“ derjenige, der an nichts als an den (für ihn nützlichen) *Wirkungen* anderer interessiert ist (an ihrer Kaufkraft oder an ihrer Produktivität), diese anderen „als Mittel“. Aus der Sicht vorteilsorientierter Tauschpartner ist die Gesellschaft nicht etwa das „Reich der Zwecke“ (Kant), sondern, ebenso wie die Natur, ein „Reich von Constraints“.⁶⁶ Gesellschaft, so John Rawls in einer vermutlich eher für das Werk James M. Buchanans typi-

63 Kant, I.: Kritik der praktischen Vernunft. Grundlegung zur Metaphysik der Sitten, Werkausgabe Bd. VII, Frankfurt a.M. 1974 (1786), S. 61.

64 Hobbes, Th.: Leviathan, Frankfurt a.M. 1984 (1651), S. 67.

65 Kant (1786), S. 68.

66 „Individuen maximieren ihren Nutzen unter Restriktionen.“ So die prägnante Fassung der Standardauffassung der ökonomischen Theorie durch Karl Homann und Andreas Suchanek (Ökonomik. Eine Einführung, Tübingen 2000, S. 29). Die Notwendigkeit der Einführung von „Restriktionen“ (Constraints, Widerständen) bei der Explikation der Logik strikter Vorteilsmaximierung ergibt sich daraus, dass ohne solche Widerstände der Nutzen des „unbändig“ (Homann) nach Vorteilen aller Art strebenden Homo oeconomicus unendlich betragen müsste. Es gäbe nur Gewinne, aber keine Kosten. Zu den Constraints zählen dabei nicht nur die Fähigkeiten anderer, sondern auch die je eigene Macht, Erwünschtes tatsächlich durchsetzen zu können.

schen Passage, ist ein „Unternehmen zur Förderung des gegenseitigen Vorteils“⁶⁷ - und sonst nichts. In den Worten James M. Buchanans:

„Menschen leben zusammen, weil die gesellschaftliche Organisation ihnen effiziente Möglichkeiten eröffnet, ihre jeweiligen Ziele zu erreichen, und nicht, weil sie mit Hilfe der Gesellschaft die transzendentalen Ziele einer gemeinsamen Glückseligkeit erreichen wollen.“⁶⁸

Als sei dies die Alternative.

Aber was ist denn die Alternative zur wechselseitigen oder auch zur einseitigen Funktionalisierung bzw. Verdinglichung? Kant deutet diese Alternative, für die er strikte („kategorische“) Verbindlichkeit reklamiert, mit der Formulierung, andere „als Zweck“ zu „brauchen“, eher an, als dass er sie expliziert. In moderner, diskursethisch reformulierter Sprache bedeutet die Behandlung bzw. *Achtung* anderer „als Zweck“: die Gründe, die das Handeln unserer Interaktionspartner (selbstverständlich einschließlich unserer Tauschpartner) leiten, argumentativ ernst zu nehmen. Wir dürfen ihnen nicht gleichgültig gegenüberstehen – den Gründen ebensowenig wie damit zugleich den Personen in ihrer Integrität oder „Würde“ (Kant). *Maßgeblich* sollen also (möglichst gute) Gründe sein – und nicht die Macht, die im Spiel ist. Insofern lässt sich der kategorische Imperativ reformulieren: Nicht Macht, sondern gute Gründe sollen unser Verhältnis zu anderen bestimmen.

Nun ließe sich allerdings einwenden, dass die täglich doch milliardenhaft stattfindenden kleinen und großen Tauschgeschäfte den kategorischen Imperativ keineswegs verletzen. Schließlich seien günstige Preise und attraktive Angebote doch auch „gute Gründe“. Dies können und sollen wir durchaus – sozusagen im vorausweisenden Wohlwollen – so sehen. Allerdings sind Kaufkraft und Effizienz sicher nicht die einzigen guten Gründe. Entscheidend ist daher die Frage danach, was in einer Interaktionsbeziehung letztlich *maßgeblich* ist. *Entweder* gilt das Prinzip von Macht und Gegenmacht, *entweder* ist *letztlich* die Macht der Beteiligten maßgeblich, *oder* es sind eben die guten Gründe und Gegenstände, denen dann auch ökonomische Gesichtspunkte wie Kaufkraft und Produktivität *eingeeordnet* werden. Sie werden dann nach Maßgabe ihrer Begründbarkeit (Legitimierbarkeit) verfolgt. Unter der Ägide wechselseitig vorteilhaften Tausches wird im Unterschied dazu allen möglichen Wertgesichtspunkten nach Maßgabe ihrer Zweckdienlichkeit bzw. Funktionalität für ein möglichst vorteilhaftes Geschäft Rechnung getragen.

67 Rawls, J.: Eine Theorie der Gerechtigkeit, Frankfurt a.M. 1979, S. 20.

68 Buchanan, J.M.: Die Grenzen der Freiheit. Zwischen Anarchie und Leviathan, Tübingen 1984, S. 1.

Letzteres zeigt sich etwa darin, dass eine konsequente „Kundenorientierung“ streng *opportunistisch* verfahren muss. Schließlich kommt Opportunismus von Opportunität bzw. „Chance“. Und sich bietende „Chancen“ wollen genutzt sein. Wer nicht opportunistisch verfährt, wer zu wenig das, was er tut, als „Produkt“ begreift, das auf bestimmte „Kundenwünsche“ zuzuschneiden ist, sondern sich an der Sache, an eigenen Überzeugungen orientiert und an diesen festhält, auch wenn diese den zahlungskräftigen Kunden als „unattraktiv“ erscheinen, dem laufen die Kunden davon.⁶⁹ Diese Grenze zwischen der intrinsischen Motivation an der Sache, dem Produkt, in dem man sich entäußert und das die Käufer (im Idealfall) erwerben, weil sie sich, ebenso wie der Produzent, dafür begeistern, und das *auch*, aber eben nicht nur, der Einkommenserzielung dient, einerseits, der extrinsischen Motivation allein an der „Wirkung“, am „Nutzen“, an der Kaufkraft, an die man herankommen möchte, andererseits, ist gewiss subtil und kaum, etwa durch Indikatoren, empirisch messbar. Allerdings handelt es sich beim Übergang vom einen zum anderen Verständnis um einen wesentlichen Wandel im Interaktionsverhältnis. Im einen Fall können beide Seiten, Konsumenten und Produzenten, die Plätze tauschen; im anderen Fall ist dies hingegen nicht oder nur scheinbar der Fall, und die Werbung muss die Suggestion erzeugen, dass die Begeisterung auf beiden Seiten vorherrscht.⁷⁰

69 Aus der Bedienungsanleitung für das „Stereo-Tonbandgerät G36“ der Firma Revox aus dem Jahre 1963 spricht weniger „Kundenorientierung“ als eher die Diskrepanz zwischen den technischen Profis, die ein „Präzisionsinstrument zur Aufzeichnung von stereophon und monauralen Schallereignissen“ (S. 1) erschaffen haben und den unwissenden, vielleicht staunenden Laien. Die Sprache, die heute wohl ein gewisses Amusement auslöst, ist teilweise von Belehrungen geprägt. So heisst es auf S. 23: „Es kann nicht Aufgabe dieser Bedienungsanleitung sein, das umfangreiche Gebiet der Stereo-Aufnahme- und Wiedergabetechnik erschöpfend zu behandeln. Hierfür sei auf die Spezialliteratur verwiesen.“

70 Ein solcher Opportunismus, der den Austausch der Perspektiven zwischen Akteur (Autor) und Adressat ausschließt, zeigt sich etwa auch dann, wenn die Ökonomisierung selbstreflexiv wird, also auch noch die Diskussionen um ihr eigenes Konzept ökonomisiert. So sah der „Masterplan wif! [wirkungsorientierte Führung, A.d.V.] Kommunikation“ des Kantons Zürich vor, alle „Kommunikationsaktivitäten“, „die auf der strategischen Ebene das Image von wif! oder sich auf den Erfolg der Projektumsetzung auswirken können“, vermittels einer „straffen Informationsführung“ so zu gestalten, dass „möglichen Störfaktoren im Meinungsmarkt“ der Wind aus den Segeln genommen werden kann. Zit. nach Pelizzari (2001: 127). In diesem kommunikationsstrategischen Sinne ist wohl auch der Hinweis im Endbericht zur Liberalisierung der Wasserversorgung in Deutschland (Ewers/u.a. 2001, S. 27) zu deuten, dass „Berichte über Korruptionsskandale [in Frankreich, A.d.V.] sowie die seit 1996 stark gestiegenen Preise ... die Akzeptanz privater Versorgungslösungen bei den Verbrauchern“ beeinträchtigen.

Wie ist nun diese Unterscheidung begrifflich klarer zu treffen? Oben hatten wir gesehen, dass Ökonomisierung als ein Prozess zu begreifen ist. Wenn es da etwas zu ökonomisieren gibt, dann muss es vorher etwas gegeben haben, das noch nicht ökonomisiert war. Oder: Wenn nun der „Weg zur konsequenten Marktausrichtung“⁷¹ eingeschlagen werden soll, dann muss vorher ein anderer Weg gegangen worden sein oder dieser weniger konsequent. Das Prozesshafte der Ökonomisierung lässt sich in der folgenden These fassen:

These 7: Ökonomisierung ist der Prozess der Elimination marktfremder Gesichtspunkte.

Max Weber hat die moderne Unternehmung durch ihre Orientierung an „nachhaltiger Dauer-Rentabilität“ charakterisiert,⁷² was nichts anderes heißt als: an Gewinnmaximierung.⁷³ Diese Orientierung bedeutet zugleich und logisch zwingend: Ausschaltung aller „betriebsfremder Interessenten“ bzw. Gesichtspunkte.⁷⁴ In Anlehnung und Erweiterung an die Begriffswahl Webers ließe sich von *marktfremden Gesichtspunkten* sprechen. Darunter verstehe ich alle nur denkbaren Wertgesichtspunkte, die unser Handeln leiten – bis eben auf den Gesichtspunkt der Kaufkraft einerseits, der „Effizienz“ bzw. Produktivität andererseits.

Die Notwendigkeit der Einführung dieser Kategorie ergibt sich aus folgender Überlegung: Wenn sich alle Marktteilnehmer bereits vollständig an ökonomischen Gesichtspunkten orientierten, dann könnte es keine Effizienzsteigerung, keine „Verbesserung“, keine „Modernisierung“ mehr geben. Der Wachs-

71 So der Titel des Geschäftsberichts 2000 der von Roll Group, www.renteria.ch/download/pdf_files/von_roll_18047_gb_2000_d.pdf, gefunden am 26.04.02.

72 Weber (1972: 79).

73 *Gewinnmaximierung* heisst, *alles* daran zu setzen, dass die Gewinne *so hoch wie möglich* sind. Diese Sinn- und Handlungsorientierung ist daher definitionsgemäß langfristig oder „nachhaltig“ ausgerichtet. Oftmals, ja beinahe regelmässig, wird Gewinnmaximierung jedoch als „kurzfristig“ charakterisiert. Demgegenüber ist festzuhalten, dass der Begriff „kurzfristige Gewinnmaximierung“ eine *contradictio in adjecto* darstellt, denn wenn der Gewinn *bloß* kurzfristig, *nicht* aber langfristig gesteigert wird, dann fällt der Gesamtgewinn ja kleiner aus, als er sein könnte, oder er wird gar negativ. „Langfristige Gewinnmaximierung“ ist hingegen ein Pleonasmus. Ebenfalls ist hervorzuheben, dass sich Gewinnmaximierung nicht auf das *Objekt* der Investition bezieht (etwa eine Unternehmung, deren Titel man dauerhaft hält), sondern auf das *Subjekt* (den Investor) und *seine* Vorteile. Eine vorteilhafte Strategie kann selbstverständlich aus vielen kurzfristigen Investitionen bzw. Deinvestitionen („Hit-and-Run-Strategie“) bestehen.

74 Ebd.

tums- und Wettbewerbsprozess wäre an seinem hypothetischem Endpunkt angelangt. Es gäbe nichts mehr zu „entdecken“,⁷⁵ es gäbe keine Spielräume mehr für die Ausschöpfung von Gewinnchancen, denn alle Marktteilnehmer würden sich an nichts als an ihrer marktlichen Performance orientieren und sich so gegenseitig vollständig in Schach halten.⁷⁶

Jedoch gibt es hier und heute nach wie vor Wachstum; der Wettbewerb ist alles andere als zum Stillstand gekommen, und wir müssen folgern: Wir setzen nicht *alles* daran, unseren ökonomischen Nutzen zu steigern und unsere Marktposition zu verbessern. Wir nutzen nicht alles aus, was wir zu unserem eigenen ökonomischen Vorteil ausnutzen *könnten*. Uns interessiert nicht *nur* noch, was der Andere zu leisten oder zu zahlen in der Lage ist – und nun ließe sich spekulieren warum: aus Nachlässigkeit, Skrupel oder weil wir ein flexibles, „unternehmerisches“ Leben in Dauerkalkulation unserer „Chancen“ angesichts gegebener „Constraints“ nicht führen *wollen*; weil der gegenwärtige Zustand gar nicht so schlecht ist, dass er weiter „verbessert“ werden müsste. Denn die „Verbesserung“ bzw. die Ökonomisierung ist – ökonomisch gesprochen – mit „Kosten“ verbunden: mit der Umstellung der eigenen Lebensführung hin zu einer vermehrten Ausrichtung auf die eigene marktliche Performance („Flexibilisierung“); mit der Anstrengungen, ständig nach „Chancen“ und „Risiken“ Ausschau zu halten und dabei die Chancen zu nutzen und die Risiken zu meiden; überhaupt mit dem Zwang, eine kalkulatorische Einstellung dem Leben gegenüber einzunehmen, sowohl dem eigenen als auch dem unserer Interaktionspartner.⁷⁷

Die dem Markt- und Wettbewerbsprozess am besten angepasste Art der Lebensführung lässt sich mit dem Begriff des Unternehmertums fassen. *Unternehmertum* ist der innere (und natürlich äußere) Kampf gegen all diejenigen Werte und Normen, die der Verbesserung der eigenen ökonomischen Perfor-

75 Ich spiele an auf Hayeks Begriff des „Wettbewerbs als Entdeckungsverfahren“. Vgl. den gleichnamigen Beitrag in: Hayek, F. A. von: *Freiburger Studien*, Tübingen 1969, S. 249-265.

76 Dies entspricht dem Wettbewerbsverständnis der Neoklassik („vollständige Konkurrenz“) im Unterschied zum dynamischen Verständnis der österreichischen Schule der Ökonomik.

77 Dass sich gegenüber dem damit angesprochenen Zwang zum Unternehmertum kein oder praktisch kein Widerstand rührt, ergibt sich wesentlich aus der Instanzlosigkeit des Markt- und Wettbewerbsprozesses, seinem systemischen Charakter also. Die Anpassungszwänge scheinen keinem verantwortlichen Verursacher zurechenbar. Sie erscheinen vielmehr als unpersönliche, quasi-natürliche Bedingungen, gegen die sich aufzulehnen so „sinnvoll (ist), wie sich über das schlechte Wetter zu beschweren.“ Piper, N.: *Angstfaktor Weltmarkt*, in: *Die Zeit*, 5. April 1996, S. 17–18, hier S. 18. Vgl. zur Instanzlosigkeit und zum Systemcharakter des Marktes, der die Quelle des Wachstums bildet, Thielemann (1996: 20 ff., 288 ff.)

mance im Wege stehen. Es ist der Kampf gegen marktfremde Gesichtspunkte. Diese müssen also vorhanden sein, wenn erfolgreiches Unternehmertum gerade darin besteht, die Gegenwart dieser Werte zu „entdecken“ und sie aktiv zu eliminieren.⁷⁸ So durchkämmen beispielsweise kalifornische Pensionsfonds die Welt nach „Ineffizienzen“ (Indiz: Eigenkapitalrendite unter 10%),⁷⁹ um in die „ineffizienten“ Firmen zu investieren und dabei natürlich auf den Einsatz eines Managements zu pochen, das den notwendigen Biss hat, die Ineffizienzen zu eliminieren, d.h. „überflüssige Stellen“, Outsourcingpotentiale, unrentable Leistungsangebote usw. ausfindig zu machen. Die entsprechenden Kostensenkungs- und Umsatzsteigerungspotentiale gab es natürlich schon vorher. Aber man hat sie nicht ausgeschöpft. Marktfremden Gesichtspunkten hat man offenbar größeres Gewicht beigemessen – und man war darum „ineffizienter“ bzw. weniger wettbewerbsfähig als man es hätte sein können.

Auch das New Public Management bietet Anschauungsmaterial für diesen Entdeckungsdrang. Dem bereits erwähnten Kanton Zürich „tat sich, als ihm einmal die Augen aufgegangen waren“ und er die Möglichkeit der Einführung oder Erhöhung diverser Gebühren erkannt hatte – von Beglaubigungen über die Benutzung von Hörsälen bis hin zur Ausstellung von Fischpatenten –, „ein überaus ergiebiges Feld auf; er musste es nur bewirtschaften.“⁸⁰ Ob es sich hierbei allein um eine Neigung, also ein Wollen, handelt, muss allerdings als fraglich gelten. „Und dass ihm (dem Kanton, A.d.V.) die Augen aufgingen, dafür sorgten die finanziellen Engpässe der letzten Zeit. Sechs Jahre Defizitwirtschaft machen findig.“⁸¹ Nicht nur Individuen und Unternehmen, auch Kantone, Länder, Gebietskörperschaften, Staaten ebenso wie Universitäten,

78 Erhellend in diesem Zusammenhang erscheint mir die Definition der Unternehmung durch Erich Gutenberg, dem Begründer der „Betriebswirtschaftslehre“. Das „psycho-physische Subjekt“, d.h. das Management und die Mitarbeiter (soweit letztere nicht bereits dem „Material“ zuzuschlagen sind), wird im (handlungsleitenden?!) Konzept Gutenbergs „als ‚konstitutives Element‘ in der Unternehmung als Gegenstand betriebswirtschaftlicher Theorie eliminiert.“ Denn die handelnden Personen mit all ihre je individuellen Wertvorstellungen und Neigungen können den „reibunglosen Vollzug der betriebswirtschaftlichen Grundprozesse“ nur stören. Vgl. Gutenberg, E.: Die Unternehmung als Gegenstand betriebswirtschaftlicher Theorie, Berlin 1929, S. 26, 42. Vgl. auch Thielemann, U.: Die Unternehmung als ökologischer Akteur? Ansatzpunkte ganzheitlicher unternehmensethischer Reflexion. Zur Aktualität der Theorie der Unternehmung Erich Gutenbergs, in: Freimann, J. (Hrsg.), Ökologische Herausforderung der Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden 1990, S. 43-72, hier S. 49 ff.

79 Vgl. Martin, H.-P./Schumann, H.: Die Globalisierungsfalle, Reinbeck 1996, S. 181.

80 Bieri (1997).

81 Ebd.

Schulen und Krankenhäuser stehen im Wettbewerb – oder angeblich im Wettbewerb.⁸² Sie geraten unter Druck und „müssen“ ökonomisieren, um weiter bestehen zu können. Ob Wollen oder Müssen für die Ökonomisierung bzw. das Unternehmertum den Ausschlag gibt, diese Frage hatte bereits Max Weber aufgeworfen – und sich dabei *letztlich* für das Müssen entschieden.⁸³

Betrachten wir den Zusammenhang doch zunächst etwas genauer. Bislang war ja vom Wettbewerb noch gar nicht systematisch die Rede. Wie entsteht der Wettbewerb aus dem für den Markt einzig konstitutiven Handlungstypus, dem Tausch? Nun, wenn die Marktteilnehmer bzw. die Tauschpartner Ökonomisierungschancen nutzen, dann bedeutet dies systematisch, dass eine Seite die Exit-Option wählt, und zwar zugunsten einer anderen Entry-Option, d.h. einer vorteilhafteren Tauschbeziehung. Die bisherige Tauschbeziehung wird aufgelöst, oder, was nur einen graduellen Unterschied bedeutet, die Terms of trade verschlechtern sich, ohne dass die Vertragsbeziehung aufgelöst wird (es wird weniger gezahlt bzw. die Kosten gesenkt, oder das Leistungsangebot wird beschnitten). Dieses Zugleich von Vorteilen für die neu sich zusammenfindenden Tauschpartner einerseits, Nachteilen für den ‚Entlassenen‘, dem gegenüber die Exit-Option gewählt wurde andererseits, lässt sich treffend mit der Schumpeter’schen Formel des Wettbewerbs als Prozess „schöpferischer Zerstörung“ fassen.⁸⁴

These 8: Ökonomisierung ist ein Prozess „schöpferischer Zerstörung“.

Der Begriff der „schöpferischen Zerstörung“ wird von Ökonomen üblicherweise in rechtfertigender Absicht gebraucht. Der Markt habe zwar qua Wettbewerb ein „zerstörerisches“ Moment, schaffe also Wettbewerbsverlierer, jedoch handele es sich insgesamt um einen „schöpferischen“ Prozess, der allen

82 Alessandro Pelizzari (2001: 37 ff.) ist mit Blick auf den Kanton Zürich der Ansicht, dass die Finanzkrise durch eine „Politik der leeren Kassen“ (d.h. durch leichtfertige Steuersenkungen) gezielt herbeigeführt wurde, um so die Basis für die Akzeptanz der Einführung des New Public Management zu legen.

83 „Der Puritaner *wollte* Berufsmensch (Unternehmer, Ökonomisierer, A.d.V.) sein, – wir *müssen* es sein.“ Weber, M.: Die protestantische Ethik 1. Eine Aufsatzsammlung, 6. Aufl., Tübingen 1981. S. 188. Vgl. hierzu auch Thielemann (1996: 335 ff.).

84 Vgl. Schumpeter, J.A.: Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie, 7.Aufl., Tübingen 1993 (1942), S. 134 ff.

zum Vorteil gereicht oder in der Summe „mehr nützt als schadet“.⁸⁵ Genau genommen handelt es sich jedoch um zwei Seiten der gleichen Medaille. Das „Schöpferische“ ist das wechselseitig vorteilhafte, das neue Tauschgeschäft, das „attraktivere“ Angebot, die „geschaffenen“ Arbeitsplätze.

Eine Entry-Option kann jedoch nur gewählt werden, wenn zugleich eine Exit-Option gewählt wurde. Keine Zuwanderung ohne Abwanderung; keine „Schöpfung“ ohne „Zerstörung“. Sonst ließe sich das neue Geschäft nämlich schlechterdings nicht finanzieren.⁸⁶ Die unvermeidliche Rückseite der „Schöpfung“ neuer Tauschchancen ist also die Zerstörung bisheriger Tauschbeziehungen. Die „Schaffung“ von Arbeitsplätzen führt daher unvermeidlich zu einem Druck hin zu einer „Zerstörung“ von Arbeitsplätzen an anderen Orten. Dieser Zusammenhang lässt sich auch am Begriff der Kostensenkung illustrieren. Diesem wird ja zumeist etwas pauschal „Positives“ zugesprochen. Natürlich sind Kostensenkungen vorteilhaft, „effizient“. Es fragt sich allerdings: *für wen?* Die schlichte Antwort lautet: für denjenigen, der von nun an bei gleicher Gegenleistung Kosten spart. Was jedoch für den einen Kosten sind, dies entspricht exakt dem Einkommen oder dem entsprechenden Einkommensanteil eines Anderen. Es handelt sich um die gleiche Zahlung, nur von einem anderen Blickwinkel aus betrachtet. Für diese Anderen ist die Kostensenkung selbstverständlich nicht vorteilhaft. Ihr entspricht vielmehr eine entsprechende Einkommensminderung. Auch dies ist „Zerstörung“, Zerstörung von Einkommenspositionen.

4 Integrative Wirtschaftsethik – als Werterhellung des Ökonomisierungsprozesses und als Kritik des Ökonomismus

Ich habe versucht, ein schlaglichtartiges und dabei zugleich dem Anspruch nach zumindest in Ansätzen systematisches Bild der Entwicklungstendenz zu geben, die unsere Zeit „mit überwältigendem Zwang bestimmt und vielleicht bestimmen wird, bis der letzte Zentner fossilen Brennstoffs verglüht ist“⁸⁷ – der Ökonomisierung. Ökonomisierung lässt sich zusammenfassend begreifen

85 Ich lasse es hier einmal unthematisiert, ob die Pareto-ökonomische oder die utilitaristische Argumentationsvariante gewählt wird. Vgl. zur Unterscheidung Thielemann (1996: 40 ff., 51 ff., 280 ff.).

86 Vgl. im Einzelnen Thielemann (1996: 279).

87 Weber (1981: 188).

- als Ausrichtung des Handelns, überhaupt der individuellen Lebensführung auf ein Ziel: der marktlichen Performance,
- damit als Elimination aller abweichenden, „marktfremden Gesichtspunkte“,
- als zunehmende Purifizierung der Tauschbeziehungen bis hin zum Limeswert vollständiger wechselseitiger Funktionalisierung
- und als Prozess „schöpferischer Zerstörung“, der systematisch Gewinner und Verlierer schafft.

Was ist nun von diesem Prozess zu halten? Wie sollen wir uns dem Ökonomisierungstrend gegenüber stellen? Sollen wir ihn ungebremst, ohne jede Relativierung weiter ablaufen lassen? Sollen wir ihm dabei eine Rahmenordnung geben, welche Leitplanken festlegt, aber seine Eigendynamik nicht berührt? Oder sollen wir ihn darüber hinaus gar begrenzen und verlangsamem („Entschleunigung“)? Welche Antwort gibt die (akademische) Wirtschaftsethik?

Was die letzte Frage anbelangt, so muss eine seriöse Disziplin Wirtschaftsethik ein Publikum, welches eine definitive Antwort auf diese Frage erwartet (womöglich: plus der dazugehörigen, am besten enttäuschungsresistenten Rezepte), leider enttäuschen. Die Formulierung von Wilhelm Rieger, dem Begründer der „Privatwirtschaftslehre“,⁸⁸ scheint mir hier treffend:

„Die Privatwirtschaftslehre fühlt sich nicht berufen, diese und hundert andere Fragen, die sich angesichts der gegenwärtigen Entwicklung aufdrängen, zu beantworten; aber sie wirft sie auf.“⁸⁹

Dies gilt auch bzw. allgemeiner für die Wirtschaftsethik. Bei den oben gestellten Fragen handelt es sich nämlich systematisch um *politische* Fragen, um teleologisch-ethische Fragen danach, wie wir leben wollen, einerseits, um deontolo-

88 Wilhelm Rieger legte mit der „Einführung in die Privatwirtschaftslehre“ (Tübingen 1929) übrigens eine Art Gegenentwurf zu der (im gleichen Jahr publizierten) „Betriebswirtschaftslehre“ („Die Unternehmung als Gegenstand betriebswirtschaftlicher Theorie“) Gutenbergs vor, der sich allerdings nicht etablieren konnte.

89 Rieger (1929: 70 f.), Hvh.d.V. Bei den durch die Wissenschaft bzw. die „Privatwirtschaftslehre“ aufzuwerfenden aber nicht auch noch zu beantwortenden Fragen handelt es sich übrigens genau um Fragen der Beurteilung der Ökonomisierung: „Rationalisierung ist zur Zeit die grosse Mode... Ob dabei nicht manche ‚Werte‘ vernichtet werden, ob nicht Mechanisierung und Verflachung damit Hand in Hand gehen können? Sollte denn der Sinn des Lebens sich darin erschöpfen, dass die Produktion – gleichgültig von was – andauernd gesteigert wird, dass aller Scharfsinn darangesetzt wird, überall Rekordzahlen zu erreichen? Sollte die Antwort auf die berühmte Katechismusfrage wirklich so lauten: Der Mensch ist auf Erden, um die Wirtschaftlichkeit zu fördern?“ Ebd.

gisch-ethische Fragen des gerechten Zusammenlebens andererseits. Antworten auf beide Fragenkomplexe, wie auf "moralisch-praktische Fragen" im Allgemeinen, müssen "die Betroffenen ... in eigener Regie finden".⁹⁰ Hierin besteht der elementare Grundgedanke der autonomen Selbstbestimmung mündiger Bürger, den eine Demokratie auszeichnet.

Für die evaluativen (teleologisch-ethischen) Fragen, die dem Kriterium der Authentizität unterliegen, besteht hierbei wohl kaum ein Zweifel. Was ein "gutes", ein geglücktes Leben ist, dies zu entscheiden bzw. zu entwerfen, dafür ist jede und jeder selbst die letzte Instanz.⁹¹ Dies gilt auch für die mit der Ökonomisierung aufgeworfenen (bzw. angesichts ihrer kritisch aufzuwerfenden) moralischen (deontologisch-ethischen) Fragen des gerechten und fairen Zusammenlebens. Dabei geht es insbesondere um Fragen der Verteilung der allein arbeitsteilig erzielbaren Wertschöpfung zwischen den Beteiligten – des "Sozialproduktes" auf der Ebene der Volks- und Weltwirtschaft ebenso wie auf der Ebene der Unternehmung. Hier geht es aber auch um die kaum je so aufgeworfene Frage der Legitimität des Drucks, den die Wettbewerbsstarken und Selbstbehauptungswilligen (im Verein mit den Kapitalanlegern) auf die weniger Wettbewerbsfähigen und –willigen ausüben, die dadurch schuldlos schlechter gestellt werden und zunehmend zu einer unternehmerisch-kalkulatorischen Lebensform der individuellen, „selbstverantwortlichen“ marktlichen Selbstbehauptung „diszipliniert“ werden.⁹²

Für die Selbstbescheidung der Ethik als akademischer Disziplin gibt es mehrere Gründe. Sie nimmt nicht Partei in moralischen Rechtsstreitigkeiten über konkrete Normen, also in Fällen, in denen man durchaus unterschiedlicher

90 Habermas, J.: Erläuterungen zur Diskursethik, Frankfurt a.M. 1991, S. 30.

91 Damit ist kein privatistisches Glückskonzept nahegelegt. Bloß in einem „pragmatischen Sinne ist jeder selbst die letzte Instanz für die Beurteilung dessen, was wirklich in seinem Interesse liegt.“ Habermas, J.: Moralbewusstsein und kommunikatives Handeln, Frankfurt a.M. 1983, S. 78. Ansonsten bestünde die Gefahr der Projektion des eigenen Lebensentwurfs (beispielsweise auch des Wirtschaftsethikers) auf denjenigen eines anderen bzw. der „perspektivisch verzerrten Deutung der jeweils eigenen Interessen durch andere.“ Bloß „pragmatisch“ bleibt der Einzelne die letzte Instanz der Beurteilung seines Lebensentwurfs als authentisch, weil „Bedürfnisse ... im Lichte kultureller Werte interpretiert (werden)“; und diese sind „immer Bestandteil einer intersubjektiv geteilten Überlieferung.“ Ebd. Im übrigen lassen sich (eo ipso intersubjektiv aufgeworfene) Fragen des guten Lebens sinnkritisch letztlich der deontologischen Ethik zuweisen, insbesondere der positiven Gerechtigkeit bzw. der Solidarität. Denn ohne Anteilnahme am Wohlergehen des anderen (oder: ohne die Erwartung, dass die anderen dem eigenen Wohlergehen nicht gleichgültig gegenüberstehen) macht die Thematisierung von Fragen des guten Lebens schlechterdings keinen Sinn.

92 Vgl. im Einzelnen Thielemann (1996: 323 ff.).

Auffassung sein kann und in denen die eigene Position, so gut sie auch begründet sein mag, stets moralisch prekär bleibt. Die Ethik, auch die Wirtschaftsethik, möchte die beanspruchte Stringenz ihrer Aussagen – auf der Ebene der Prinzipien und des Reflexionswissens – nicht durch Urteile auf der Ebene handlungsbezogener, situativer Normen schwächen. Überdies sind moralische (deontologisch-ethische) Fragen stets mit evaluativen Fragen amalgamiert.⁹³ Ob die Wettbewerbsverlierer oder eine bestimmte Anzahl unter ihnen (jeder unterliegt ja dem Anpassungsdruck) nicht letztlich doch ein vermehrt “unternehmerisches” Leben führen *wollen*, obwohl sie hierzu de facto zunächst *gezwungen* werden (in freilich nicht durchschaubarer, durch die “unsichtbare Hand” verdeckter Weise), oder ob sie dies, auch eingedenk der geringeren Konsumchancen einer begrenzten Wettbewerbsdynamik, *nicht* wollen, sie also weniger ihrer Lebensenergie auf die marktliche Selbstbehauptung zu verlegen und damit eine “Entschleunigung” statt eine weitere Beschleunigung wünschen, dies ist eine durchaus deontologisch-ethische Frage und m.E. eine wesentliche, wenn nicht die wesentlichste wirtschaftsethische Frage unserer Zeit. Die Wirtschaftsethik als akademische Disziplin kann sie nicht beantworten.

Doch kann und soll sie diese Frage aufwerfen! Denn die Fragen drängen sich den Betroffenen keineswegs von selbst auf. Hierzu bedarf es vielmehr nicht nur der Durchdringung der komplexen marktökonomischen Wirkungszusammenhänge, sondern auch deren adäquater begrifflicher Erfassung. Die Kategorien ins Spiel zu bringen, d.h. in den praktischen wirtschaftsethischen und wirtschaftspolitischen Diskurs der Betroffenen einzubringen, mit denen die Probleme überhaupt erst *als solche* wahrgenommen und die anstehenden praktischen Fragen formuliert und aufgeworfen werden können, darin scheint mir eine der wesentlichen Aufgaben einer integrativ ansetzenden Wirtschaftsethik zu liegen. Die Wirtschaftsethik betreibt so „Werterhellung“, d.h. sie zeigt kritisch Wertdimensionen auf, die bei der Beantwortung praktischer Fragen bzw. bei praktischen Urteilen über das Wirtschaften typischerweise übersehen oder übergangen werden und die bei der Abwägung folglich unberücksichtigt bleiben.⁹⁴ Dieses Vorgehen, das eher Fragen aufwirft als Antworten gibt, ist nicht

93 Soweit elementare Menschenrechte berührt sind, schwindet der evaluative Anteil der Beurteilung allerdings auf ein praktisch zu vernachlässigendes Niveau.

94 Der Begriff der “Werterhellung” wurde von Jöhr geprägt (Jöhr, W. A.: Ein Beitrag zur Werturteilsproblematik, in: *Wirtschaft und Recht*, 1981, S. 9-38, hier S. 31). Allerdings versteht dieser darunter vor allem technische Kritik, also die Analyse der Folgen bzw. der “Chancen der Realisierung eines bestimmten Wertes”. Hier wird demgegenüber der Begriff im Sinne Riklins verstanden, der unter „Werterhellung“ die „Klärung, das Bewusstmachen jener Werte“ begreift, „die durch ein bestimmtes ... Handeln oder Unterlassen erfüllt oder

etwa kriteriologisch leer oder „zahnlos“, sondern erlaubt durchaus die Zurückweisung von Positionen und themenspezifischen Stellungnahmen als verkürzt, eben weil sie bestimmte Gesichtspunkte übergehen bzw. – weniger wohlwollend formuliert – unterschlagen.

So bleibt beispielsweise in der Formel: „Wettbewerb ist solidarischer als Teilen“⁹⁵ das im Sinne Schumpeters „zerstörerische“ Moment des Wettbewerbs vollkommen unberücksichtigt. Die These, die mit der Suggestion arbeitet, ein intensiverer Wettbewerb verbillige schließlich das Angebot und erhöhe doch die Qualität, weshalb er „zum Wohl der Allgemeinheit, der Konsumenten“ wirke, klammert aus, dass „die Allgemeinheit“ nicht nur aus „den Konsumenten“, sondern auch aus „den Produzenten“ besteht, und zwar in Personalunion (Transferzahlungen ausgeklammert). Letztere geraten durch den (Anbieter-) Wettbewerb selbstverständlich unter Druck, werden im Grenzfall einkommenslos und fallen damit auch als Konsumenten aus. Überdies haben wir es hier mit einer Argumentation durch die Begrenzung der Alternativen zu tun: Als sei das „Teilen“ die einzige Alternative zum offenbar ungebremsten Wettbewerb – und nicht schlicht ein Weniger an Wettbewerb. Festhalten lässt sich in diesem Zusammenhang nur, dass die Ausweitung und Intensivierung des Wettbewerbs im Interesse der Marktbehauptungswilligen und darum Wettbewerbsfähigen (und der Kapitalanleger) liegt. Dies aber ist strenggenommen keine Aussage mit Informationsgehalt, sondern ein analytisches Urteil, das bereits in der Definition von Wettbewerb steckt. Informativ hingegen wäre es zu erfahren, wie die Betroffenen selbst das Verhältnis zwischen – schlagwortartig – dem „schöpferischen“ und dem „zerstörerischen“ Moment des Wettbewerbs sehen, und zwar wäre es informativ für die Betroffenen selbst bzw. für den praktischen, im weiteren Sinne wirtschafts- bzw. ordnungspolitischen Selbstverständigungsdiskurs. Dafür müssten jedoch die Werte erhellt werden, die in dem Prozess im Spiel sind bzw. mit ihm auf dem Spiel stehen.

Mit der Werterhellung ist allerdings erst die eine der beiden Kernaufgaben der Wirtschaftsethik umrissen. Die erste, grundlegendere Aufgabe, die Kritik des *Ökonomismus*, ergibt sich daraus, dass die Logik ökonomischen Handelns – als formale Logik des Vorteilsstrebens bzw. der „Nutzenmaximierung“ – zum *Prinzip* der praktischen Vernunft überhaupt erhoben werden kann bzw. de facto wird. Dies ist der Punkt, an dem Ökonomisierung konzeptionell in Ökonomismus umschlägt. Ökonomisierung ist eine Entwicklungstendenz mit weitrei-

verletzt werden.“ Riklin, A.: Wissenschaft und Ethik, Aulavorträge der Hochschule St. Gallen, Nr. 17, St. Gallen 1982, S. 13.

95 Homann, K./Blome-Drees, F.: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen 1992, S. 26.

chenden Konsequenzen für die Gesellschaft und das Leben eines jeden Einzelnen, der man befürwortend oder ablehnend gegenüberstehen kann. Und der Diskurs über die Zukunft dieser Entwicklung sollte möglichst im Bewusstsein der involvierten Ansprüche und ihrer möglichen Gefährdungen geführt werden. Ökonomismus hingegen ist eine ethisch-normative Position, die Ökonomisierung, d.h. das „unbändige Vorteilsstreben“, für das der Name *Homo oeconomicus* steht,⁹⁶ zum *Prinzip* der praktischen Vernunft erhebt. Hierbei geht es nicht um eine Meinungsverschiedenheit innerhalb der großen oder kleinen praktischen Diskurse (die als Diskurse selbstverständlich den kategorischen Imperativ achten), sondern um einen anderen Modus der Thematisierung selbst.

Geltungslogisch bedeutet dies ein Votum für eine Ethik des Rechts des Stärkeren. Es ist hier nicht der Platz, den Ökonomismus in seinen verschiedenen Erscheinungsformen systematisch darzulegen. Gemeinsam ist all diesen Versuchen, dass sie das ethisch Richtige unter der Hand (selten offen) durch das Selbstbehauptungsstreben des *Homo oeconomicus* definieren – und damit dessen Handlungsrationale als ethisch-normativ verbindlich zu erweisen versuchen.⁹⁷ Oder das ethisch Richtige wird durch das Zusammenspiel der *Homines oeconomici*, den Wettbewerb also, definiert. Hierbei ist nicht nur an den Wettbewerb auf Märkten im engeren Sinne geldvermittelten Tausches zu denken, sondern auch an den (vorgestellten oder tatsächlichen) Wettbewerb in der Gesellschaft (einschließlich der Wirtschaft), die so als Inbegriff von Constraints und „Chancen“ begriffen wird. Allgemein gilt, dieser Konzeption zufolge, dass die „Implementierung“, d.h. die Durchsetzbarkeit einer „Norm“ auf ihre „Geltung“ bzw. „Gültigkeit“ „durchschlägt“.⁹⁸ Mit anderen Worten: Das, was sich durchsetzt bzw. unter Berücksichtigung der „Kosten“ (der bewerteten Constraints) durchsetzen lässt, gilt als ethisch richtig; was sich nicht durchset-

96 Vgl. Homann, K.: Sinn und Grenze der ökonomischen Methode in der Wirtschaftsethik, in: Aufderheide, D./Dabrowski, M. (Hrsg.), *Wirtschaftsethik und Moralökonomik*, Berlin 1997, S. 11-42, hier S. 37: „Unbändiges Vorteilsstreben bildet den Kern aller Moral – und sogar des christlichen Liebesgebotes.“ Warum dies so sein sollte, muss allerdings wohl ein Geheimnis Homanns bleiben.

97 Natürlich kann dies ohne performativen Widerspruch nicht gelingen. (Vgl. Thielemann, U.: *Wirtschaftsethik als Anstrengung zur Überwindung von Philosophievergessenheit*, in: Koslowski, P. (Hrsg.), *Wirtschaftsethik – Wo ist die Philosophie?* Heidelberg 2001, S. 145-178, hier S. 172 f.) Der konsequente Vertreter des Ökonomismus wäre keiner mehr. Er würde nicht mit Geltungsanspruch seine Position argumentativ vertreten (es sei denn, er hätte dafür zufällig eine Präferenz), sondern praktisch zum Vorteilsstreben übergehen, also *das tun*, was die Theorie empfiehlt. Aber die Theorie selbst wäre unproduktive Zeitvergeudung.

98 Vgl. Homann/Blome-Drees (1992: 197); Homann (1997: 16).

zen lässt, muss auch als illegitim verworfen werden. Die Illegitimität „zeigt sich“ sozusagen am Misserfolg; sie kann im Wettbewerb „entdeckt“ (Hayek) werden.

Dieses soziologisch gesehen als sozialdarwinistisch zu qualifizierende Denken finden wir auch in den offensiven Bestrebungen der Ökonomisierung des „service public“, beispielsweise im Bildungsbereich. Dies lässt sich gut am Begriff der „Qualität“ von Lehre und Forschung festmachen. So wird die „beste Universität“ als diejenige definiert, „welche durch ihren Lehrkörper und ihre organisatorische und technische Infrastruktur für die Studierenden am attraktivsten ist.“⁹⁹ Und natürlich sollen die Studierenden die ‚besten Universitäten‘ wählen und dementsprechend von den ‚schlechten‘ Universitäten abwandern, denen dann weniger Mittel zugesprochen werden. „Konkurrenz belebt das Geschäft und verbessert die Qualität des Studiums.“¹⁰⁰ Vorauszusetzen ist dabei, dass die Universitäten über die ‚Autonomie‘ verfügen, ein möglichst ‚attraktives‘ Angebot anzubieten. Und wenn die Universitäten „selbstständiger wirtschaften und ihr eigenes Profil entwickeln dürfen, *dann können sie nur besser werden.*“¹⁰¹

Dieses Denken tritt mit metaphysischen Gewissheiten auf, die ansonsten nur in Offenbarungsreligionen beobachtet werden können. Der ökonomistische Knackpunkt liegt nicht darin, dass so die Universitäten bzw. die ‚Bildungsangebote‘ offerierenden Professoren unter Druck geraten. Vielmehr besteht er in der Ablösung der Wahrheitstheorie durch die Wettbewerbstheorie. Haben bislang die Disziplinen in ihren verschiedensten paradigmatischen Ausrichtungen darum gerungen und argumentativ dafür gestritten, wie Wissenschaftlichkeit und letztlich Wahrheit (Gültigkeit) zu bestimmen ist – sowohl auf allgemeiner, philosophischer Ebene als auch auf der Ebene der jeweiligen Disziplinen –, so werden all diese Dispute nun mit einem Streich erübrigt: Richtig ist diejenige Theorie, die sich im ‚Bildungswettbewerb‘ am besten zu behaupten vermag. Die Wissenschaft ist nicht mehr, was bisher zu den selbstverständlichen, konstitutiven Merkmalen der Wissenschaften quer durch alle Schulen und Paradigma gehörte, der Wahrheit verpflichtet; vielmehr richten die Wissenschaftler der verschiedenen Disziplinen ihre Texte und ihre Veranstaltungen opportunistisch auf die jeweils vorherrschenden „Kundenbedürfnisse“ aus. Was bislang als Beitrag zum wissenschaftlichen Diskurs verstanden wurde, ist nun

99 Fischer, G.: „Unsere Studenten sind unwahrscheinlich initiativ.“ Ein Gespräch mit Georges Fischer, in: Schweizer Monatshefte, 5/1998, S. 17-21, hier S. 18 f., Hvh.d.V.

100 Glotz (2002).

101 Ebd. Hvh.d.V.

ein auf die "Nachfrage" zuzuschneidendes "Produkt", mit dem man sich im "Bildungsmarkt" und im Reputationswettbewerb positioniert.

Diese Ablösung, die sich allenfalls dann noch selbst thematisieren könnte, wenn diese Thematisierung auf eine (zahlungskräftige?) Nachfrage stieße, wird noch verstärkt, indem der Wettbewerb ein zweites mal ins Spiel kommt. Denn die Studierenden fragen nicht, gleichsam 'willkürlich', irgendwelche Bildungsgehalte nach, sondern solche, die ihre *eigene* "Attraktivität" bei den "Abnehmern (sic!) der Absolventinnen und Absolventen" bzw. ihre "Chancen auf dem Arbeitsmarkt" erhöhen.¹⁰² Schließlich stehen sie selbst unter dem Druck, nicht plötzlich mit den ‚falschen‘ Bildungsgehalten oder gar mit einem ‚falschen‘ Denken ausgestattet und so aller Chancen für eine respektable berufliche Karriere beraubt zu sein. Daher hat sich die Universität, haben sich Lehre und Forschung „den Bedürfnissen der Nachfragenden (d.h. der Studierenden, A.d.V.) bzw. den Anforderungen, die sie auf dem Arbeitsmarkt werden erfüllen müssen“, anzupassen.¹⁰³ Entsprechend ist der Gesichtspunkt „Beschäftigungsgrad der Absolventinnen und Absolventen nach einem oder mehreren Jahren“ in den Katalog der Kriterien für die „Qualitätssicherung“ der Lehre aufzunehmen.¹⁰⁴

Die Kritik dieses, hier exemplarisch am Beispiel der Universität skizzierten, als *ökonomistisch* zu klassifizierenden Denkens kann eindeutiger ausfallen als die Kritik an einer eventuell zu weit getriebenen Ökonomisierung. Denn sie berührt die ethisch-normativen Grundprinzipien einer sich kognitivistisch verstehenden Ethik selbst. Es handelt sich nicht bloß um eine Kontroverse unter der selbstverständlichen Voraussetzung der Geltung des (diskursiv-ethisch verstandenen) Moralprinzips – und d.h. der Geltung des kategorischen Imperativs –, sondern um eine Außerkraftsetzung dieses Prinzips. Natürlich ließe sich fragen, ob die Klassifizierung einer Position als ökonomistisch tatsächlich trifft oder ob es sich bloß um eine, vielleicht ja besonders rigorose, Stimme im Ökonomisierungsdiskurs handelt, die das (formale) Diskursprinzip durchaus als verbindlich voraussetzt und nicht etwa verletzt. Jedoch ist die Gefahr einer solchen Verletzung unseres humanistischen Selbstverständnisses als Personen, die sich wechselseitig Respekt zollen, durchaus gegeben, nämlich dann, wenn Ökonomisierung in Ökonomismus umschlägt.

102 Vgl. Fischer (1998: 18 f.).

103 Kubli, R./Latzel, G.: Studierende als Nachfragemacht – Motor für Reformen, in: Neue Zürcher Zeitung, 21. Oktober 1997, S. 93, Hvh.dV.

104 Vgl. Schenker-Wicki, A.: Evaluation von Hochschulleistungen, Wiesbaden 1996, S. 112. Konsequenter wäre wohl der Gesichtspunkt ‚Einkommen der Absolventinnen und Absolventen nach einem oder mehreren Jahren‘.

Literatur

- Bieri, H.-P.: Der Kanton langt immer kräftiger hin. In: Tagesanzeiger vom 14. April 1997, www.tages-anzeiger.ch/archiv/97april/970414/246700.HTM, gefunden am 18. April 2002.
- Böhm, F.: Freiheit und Ordnung in der Marktwirtschaft. Baden-Baden 1980.
- Breyer, F.: Subjekthilfe statt Markt Eingriff oder Quersubvention. In: Lamsdorff, O. Graf: Freiheit und soziale Verantwortung. Grundsätze liberaler Sozialpolitik. Frankfurt a.M. 2001, S. 223-239.
- Brinkmann, H.: Die neue Freiheit der Universität. Berlin 1998.
- 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.: Politische Ökonomie als Verfassungstheorie. Privatdruck der Bank Hofmann AG Zürich, Zürich 1990.
- Buchanan, J.M./Tullock, G.: The Calculus of Consent. Ann Arbor 1965.
- Eucken, W.: Grundsätze der Wirtschaftspolitik. 6. Aufl., Tübingen 1990.
- Ewers, H.-J./u.a.: Optionen, Chancen und Rahmenbedingungen einer Marktöffnung für eine nachhaltige Wasserversorgung. Endbericht. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Juli 2001, www.bmwi.de/textonly/Homepage/download-wirtschaftspolitik/Wasserversorgung1.pdf, gefunden am 25. April 2002.
- Fischer, G.: "Unsere Studenten sind unwahrscheinlich initiativ." Ein Gespräch mit Georges Fischer. In: Schweizer Monatshefte, 5/1998, S. 17-21.
- Glötz, P.: Wettbewerb bringt Qualität. www.chancenfueralle.de/www/standpunkte/standpunkte_2/glötz.html, gefunden am 18. April 2002.
- Gutenberg, E.: Die Unternehmung als Gegenstand betriebswirtschaftlicher Theorie. Berlin 1929.
- Habermas, J.: Moralbewusstsein und kommunikatives Handeln. Frankfurt a.M. 1983.
- Habermas, J.: Erläuterungen zur Diskursethik. Frankfurt a.M. 1991.
- Hall, D.: Water in Public Hands. Public sector water management – a necessary option. University of Greenwich, June 2001, www.psuru.org/reports/2001-06-W-public.doc, gefunden am 25. April 2002.
- Hayek, F. A. von: Wettbewerbs als Entdeckungsverfahren. In: ders.: Freiburger Studien. Tübingen 1969, S. 249-265.
- Hobbes, Th.: Leviathan. Frankfurt a.M. 1984 (1651).
- Homann, K.: Sinn und Grenze der ökonomischen Methode in der Wirtschaftsethik. In: Aufderheide, D./Dabrowski, M. (Hrsg.): Wirtschaftsethik und Moralökonomik. Berlin 1997, S. 11-42.

- Homann, K./Blome-Drees, F.: Wirtschafts- und Unternehmensethik. Göttingen 1992.
- Homann, K./Suchanek, A.: Ökonomik. Eine Einführung. Tübingen 2000.
- Institut für Geistiges Eigentum: Kostendeckende Gebühren. Pressemitteilung vom 22. Mai 1996, www.admin.ch/cp/d/1996May22.190129.5977@idz.bfi.admin.ch.html, gefunden am 26. April 2002.
- Jöhr, W. A.: Ein Beitrag zur Werturteilsproblematik. In: *Wirtschaft und Recht*, 1981, S. 9-38.
- Kant, I.: Kritik der praktischen Vernunft. Grundlegung zur Metaphysik der Sitten. Werkausgabe Bd. VII, Frankfurt a.M. 1974 (1786).
- Kappeler, B.: Soziales Unternehmertum schafft Freiheitsgrade. In: *VEBO Fenster*, 1/2000, www.vebo.ch/fenster/archiv/fenster_1_00/00_1_gastautor.html, gefunden am 22. April 2002.
- Kluge, F.: Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache. 23. Aufl., Berlin 1995.
- Kubli, R./Latzel, G.: Studierende als Nachfragemacht – Motor für Reformen. In: *Neue Zürcher Zeitung*, 21. Oktober 1997, S. 93.
- Lobina, E./Hall, D.: UK Water privatisation - a briefing. www.walkertoninquiry.com/part2info/partieswithstanding/pdf/CUPE18UKwater.pdf, gefunden am 10. November 2002.
- Martin, H.-P./Schumann, H.: Die Globalisierungsfalle. Reinbeck 1996.
- Mayer, M.: Privatisierung und Deregulierung der städtischen Busbetriebe in Grossbritannien. Hrsg. vom Schweizerischen Verband des Personals öffentlicher Dienste (vpod), Zürich 2000.
- Mises, L. von: Markt. In: *Handwörterbuch der Sozialwissenschaften*. Bd.7, Tübingen 1961, S. 131-136.
- Müller, W.: Ethik der Kapitalanlage. In: *Student Business Review*. Wirtschaftsmagazin der studentischen Unternehmensberatung Esprit, 1/2002, S. 6-7.
- Nethöfel, W.: Gebet und Controlling. Die Chancen des Unternehmens Kirche. In: Brummer, A./Nethöfel, W. (Hrsg.): *Vom Klingelbeutel zum Profitcenter? Strategien und Modelle für das Unternehmen Kirche*. Hamburg 1997, S. 15-24.
- Nethöfel, W.: Unternehmen Kirche? Bedeutung und Perspektiven einer Begriffsbestimmung. In: Thomé, M. (Hrsg.), *Theorie Kirchenmanagement. Potentiale des Wandels*, Bonn 1998, 58-66.
- Pelizzari, A.: Die Ökonomisierung des Politischen. *New Public Management und der Angriff auf die öffentlichen Dienste*. Konstanz 2001.
- Piper, N.: Angstfaktor Weltmarkt. In: *Die Zeit*, 5. April 1996, S. 17-18.
- Rawls, J.: Eine Theorie der Gerechtigkeit. Frankfurt a.M. 1979.
- Revox: Bedienungsanleitung für das Stereo-Tonbandgerät G36. Regensburg o.J..
- Rieger, W.: Einführung in die Privatwirtschaftslehre. Tübingen 1929.
- Riklin, A.: Wissenschaft und Ethik. Aulavorträge der Hochschule St. Gallen, Nr. 17, St. Gallen 1982.
- Schedler, K.: Ansätze einer wirkungsorientierten Verwaltungsführung. 2. Aufl., Bern/Stuttgart/Wien 1996, S. 186.

- Schedler, K./u.a.: Kostenrechnungsmodell für Bildungsinstitutionen. Bern 1998, S. 8, www.edk.ch/PDF_Downloads/Dossiers/D51A.pdf, gefunden am 18. April 2002.
- Schedler, K./Proeller, I.: New Public Management. Bern 2000.
- Schenker-Wicki, A.: Evaluation von Hochschulleistungen. Wiesbaden 1996.
- Schmidtchen, D.: Ökonomik der Religion. Volkswirtschaftliche Reihe der Universität des Saarlandes, Nr. 0003, Saarbrücken 2000, www.wiwi.uni-sb.de/economics-wp/pdf/wp0003.pdf, gefunden am 18. April 2002.
- Schramm, M.: „Täglich auf dem Markt“ (Apg 17,17). Religionsökonomische Überlegungen zum „Unternehmen“ Kirche. Rektoratsrede zum Albertus-Magnus-Fest des Philosophisch-Theologischen Studiums Erfurt, 13. November 1998, www.uni-erfurt.de/theol/fachbereich_soz/rekt-red.htm, gefunden am 18. April 2002.
- Schumpeter, J.A.: Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie. 7.Aufl., Tübingen 1993 (1942).
- Staud, T.: Wasser – Wichtiger als Erdöl. In: Die Zeit, 3. Februar 2002, www.zeit.de/2002/06/Politik/staud_wasser.html, gefunden am 25. April 2002.
- Thielemann, U.: Die Unternehmung als ökologischer Akteur? Ansatzpunkte ganzheitlicher unternehmensethischer Reflexion. Zur Aktualität der Theorie der Unternehmung Erich Gutenbergs. In: Freimann, J. (Hrsg.), Ökologische Herausforderung der Betriebswirtschaftslehre. Wiesbaden 1990, S. 43-72.
- Thielemann, U.: Das Prinzip Markt. Kritik der ökonomischen Tauschlogik. Bern/Stuttgart 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.: Ökonomismus – Oder wie das Prinzip Markt sich der Lebenswelt bemächtigt. Versuch einer wirtschaftsethischen Werterhellung. In: forumEB, Beiträge und Berichte der evangelischen Erwachsenenbildung, Nr. 2, 1999, S. 5-12, hier S. 6 f.; www.iwe.unisg.ch/org/iwe/web.nsf/wwwPubLiteraturLadbar/22552C-DEB09D09E7C12569A1004F89D2, gefunden am 26.4.02.
- 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.: Das Gesetz des Dschungels. Die Gehälter von Managern als Frage der Verteilungsgerechtigkeit. In: St. Galler Tagblatt, 27. Februar 2002, S. 2, www.tagblatt.ch.
- Ulrich, P.: Der entzauberte Markt. Eine wirtschaftsethische Orientierung. Freiburg i.B. 2002.
- Ulrich, P.: Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie. 3. Aufl., Bern/Stuttgart/Wien 2001.

- Ulrich, P.: Wirtschaftsethik als Beitrag zur Bildung mündiger Wirtschaftsbürger. Zur Frage nach dem „Ort“ der Moral in der Marktwirtschaft. In: *Ethica. Wissenschaft und Verantwortung* 1 (1993), Nr. 3, S. 227-250.
- Von Roll Group: Geschäftsbericht 2000, Zürich 2001 der von Roll Group, www.renteria.ch/download/pdf_files/von_rol_18047_gb_2000_d.pdf, gefunden am 12.11.02.
- Weber, M.: *Wirtschaft und Gesellschaft*. 5. rev. Aufl., Tübingen 1972.
- Weber, M.: *Die protestantische Ethik 1. Eine Aufsatzsammlung*. 6. Aufl., Tübingen 1981.
- Woll, A.: *Bildungspolitik*. In: ders.: *Wirtschaftspolitik*. 2. Aufl., München 1992, S. 273-312.