

INTEGRATIVE WIRTSCHAFTSETHIK

4. DAS ANWENDUNGSPARADIGMA VON WIRTSCHAFTSETHIK :

UNTERNEHMENSETHISCHE DIMENSION: SPENDENETHIK UND UNMÖGLICHKEITSTHEOREM

Ulrich Thielemann

Drei mögliche Paradigmata der Normativität des Wirtschaftens

1. Separierung: Die Marktlogik ist ethisch neutral.
 - ➡ Reflexionsstopp, Naturalisierung (impliziter Ökonomismus)
2. Identität: Marktlogik und ethische Vernunft fallen zusammen.
 - ➡ Ökonomismus
3. Integration: Die Marktlogik bedarf der ethischen Einbettung und Moderierung – auf verschiedenen institutionellen Ebenen.
 - ➡ Vernunftethik des Wirtschaftens

Das separative Konzept

- Hintergrundannahme: Ethik und Wirtschaft sind getrennte Welten (Zwei Welten Theorie):
 - ▣ Die Ethik ist durch die Philosophie oder einen vorgegebenen Normenkatalog definiert.
 - ▣ Diese Normen sollen dann auf die Wirtschaft „angewendet“ werden.
- Logische Konsequenz:
Das Wirtschaften selbst wird für ethisch neutral erklärt.

Neutrale Wirtschaft?

- „Das Wirtschaften an sich ist frei von moralischem Gehalt.“ Erhard, Ludwig, Müller-Armack, Alfred : Soziale Marktwirtschaft. Ordnung der Zukunft, Frankfurt a.M. 1972, S. 54.
- “Der Lenkungsmechanismus der Verkehrswirtschaft, ... das Preissystem, ist neutral.” Eucken, W.: Grundsätze der Wirtschaftspolitik, 6. Aufl., Tübingen 1990 (1. Auflage 1952), S. 378.
- „Die Wirtschaft an sich hat keinen Eigenwert, sie ist wertneutral. Ihren Wert erhält sie durch die Zielsetzung, die durch die wirtschaftliche Betätigung realisiert werden soll, d. h. von der Befriedigung der Bedürfnisse mit materiellen und immateriellen Gütern.“ Wöhe, Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, 24. Aufl., München 2010, S. 1.
- Reflexionsstopp gegenüber dem Wirtschaften selbst (impliziter Ökonomismus): Die (Interaktions-) Logik der Wirtschaft wird der ethischen Reflexion entzogen.

Vgl. ausführlich: Thielemann, U.: Markt als Prinzip, als Instrument oder als besonderes Interaktionsfeld? Die Idee der Einbettung und Begrenzung des Wettbewerbs, in: Oetsch, W. (Hrsg.) Markt! Welcher Markt?, Marburg 2015, S. 361-396, MS. unter www.mem-wirtschaftsethik.de

Neutrale Wirtschaft? – weitere Beispiele

- „CSR – die Abkürzung für Corporate Social Responsibility, die soziale Verantwortung des Unternehmens heißt die Devise, bei der *neben der Gewinnmaximierung* gesellschaftlich verantwortliches Handeln und Bewahrung der Umwelt wichtige Grundlage der Unternehmensphilosophie werden.“ Ulrich Glauber, 26.06.2009 , Media Planet im Tages-Anzeiger, Themenbeilage
- „CSR fordert auf zu bestimmen, wofür Unternehmen über ihr Kerngeschäft hinaus Verantwortung haben.“ Neuhäuser, Ch.: Unternehmen als moralische Akteure, Frankfurt a.M. 2011, S. 21

Manifestation I: Spendenethik

- „Nur wer Überschüsse erzielt hat, kann sie guten Zwecken zuführen.“ Schneider, D.: Unternehmensethik und Gewinnprinzip in der Betriebswirtschaftslehre, in: Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 1990, S. 869-891, hier S. 870.
- „Geld hat für mich keinen Wert an sich... Nur das, was man mit dem Geld tut, unterliegt der moralischen Wertung.“ Karl-Ludwig Kamprath, Vorstandsvorsitzender der Kreissparkasse München-Starnberg, Süddeutsche Zeitung, 24. Dezember 2008.
- “Doing well is a precondition to doing good: an enabling policy environment (including adequate TRIPS-compliant intellectual property standards) is a prerequisite for a company to have the wherewithal to mount a major philanthropic programme like The Merck MECTIZAN Donation Program.” Jeffrey L. Sturchio, Executive Director, Public Affairs, Merck Pharmaceuticals, zit. nach Oxfam: Beyond Philanthropy, 2002.
- „Der IWF fordert, dass Kantonalbanken «ausschliesslich marktorientiert arbeiten» sollten und im operativen Bereich vor jeder politischen Einflussnahme geschützt werden müssten. Einzige übergeordnete Zielvorgabe dürfe «ausschliesslich die Gewinnmaximierung» sein. Ihre gesellschaftliche Funktion sollten die Kantonalbanken nicht im täglichen Geschäft wahrnehmen, sondern erst hinterher: indem sie ihre maximierten Gewinne an die öffentliche Hand abgeben.“ Erst die Gewinne, dann die Moral, Tagesanzeiger, 6. Juni 2007

Spendenethik – Beurteilung

- Die Verantwortung des Unternehmens bestünde darin, möglichst hohe Überschüsse zu erzielen – um diese dann zu spenden.
- Problem:
 - ▣ Die Geschäftspolitik wird als neutral gesetzt.
 - ▣ Je höher die Überschüsse, desto besser für ‚die Ethik‘.
 - ▣ Warum nicht reinvestieren, um die Überschüsse weiter zu steigern?
 - ▣ → Gewinnmaximierung wird legitimiert.
- Es kommt unternehmensethisch nicht vorrangig auf die Größe des „Gewinnkuchens“ an, sondern auf die ethische Qualität der Rezeptur, mit der er gebacken wird.
- “CR is often an add-on, leaving core business models and operations largely untouched.” www.sustainability.com/downloads_public/insight_reports/gearing_up.pdf

Spendenethik – Ablenkungsmanöver

- „In der Öffentlichkeit werden Unternehmen häufig dafür kritisiert, dass sie ihre Gewinne maximieren wollen. Dabei wird jedoch übersehen, dass Gewinne in einer funktionierenden Wettbewerbsordnung ein Zeichen dafür sind, dass die Wünsche der Konsumenten – also von uns allen – erfolgreich erfüllt wurden. Diejenigen Unternehmen, die besonders hohe Gewinne erzielen, haben letztlich die ihnen zugewiesene Aufgabe innerhalb unserer marktwirtschaftlichen Ordnung besonders gut erfüllt. Außerdem sind Gewinne die Basis für weiter gehendes, gesellschaftliches Engagement der Unternehmen. Gewinne sind somit die Pflicht, gesellschaftliches Engagement die Kür. Doch ohne eine gute Kür gewinnen z. B. Eiskunstläufer keinen Wettbewerb, und dies gilt in ähnlicher Weise auch für Unternehmen.“ Dominik H. Ernste, www.iwkoeln.de, 2010
- „Altruismus zeigt sich unter diesen Bedingungen nicht im Verzicht auf Gewinne, sondern in ihrer Verwendung. Nicht der Marktpartner ist es, dem man Gutes tun will, sondern jemand aus der eigenen Familie oder ein Freund oder ein Bekannter. Es ist sogar möglich, dass ein Mensch am Markt gezielt sein Einkommen zu erhöhen versucht, um zum Schluss im privaten Bereich möglichst wirksam zu helfen oder als öffentlicher Mäzen und Stifter möglichst viel spenden zu können.“ Roland Vaubel, www.nzz.ch, 2013

Spendenethik – Kritik

- „Philanthropy is commendable [lößlich], but it must not cause the philanthropist to overlook the circumstances of economic injustice which make philanthropy necessary.“ Martin Luther King, Jr.
- „It is justice, not charity, that is wanting in the world.“ Mary Wollstonecraft
- „Wohltätigkeit ist das Ersäufen des Rechts im Mistloch der Gnade.“ (Johann Heinrich Pestalozzi)
- “Philanthropic Colonialism... Inside any important philanthropy meeting, you witness heads of state meeting with investment managers and corporate leaders. All are searching for answers with their right hand to problems that others in the room have created with their left... As more lives and communities are destroyed by the system that creates vast amounts of wealth for the few, the more heroic it sounds to “give back.” It’s what I would call “conscience laundering” — feeling better about accumulating more than any one person could possibly need to live on by sprinkling a little around as an act of charity.” Peter Buffett, www.nytimes.com, 2013

Manifestation II: Unmöglichkeitstheorem

- “Wirtschaftsethik (bzw. Unternehmensethik) befasst sich mit der Frage, welche moralischen Normen und Ideale unter den Bedingungen der modernen Wirtschaft ... (von den Unternehmen) zur Geltung gebracht werden **können**.” Homann, K./Blome-Drees, F.: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen 1992, S. 14, Hvh.U.T.
- Mit seiner „Annahme der Einsichtsfähigkeit ‚guter‘, ‚aufgeklärter‘, ‚verantwortungsbewusste[r] Wirtschaftsbürger‘ ... schließt er [Peter Ulrich] von einem grundsätzlich unterstellten Wollen verkürzt auf die **Realisierungschance** einer solchen Ethik.“ Demele, U.: Kritische Finanzethik, zfwu 11/2 (2010), S. 139-159, hier S. 153., Hvh.U.T.
- Es gilt, „mit den relevanten Stakeholdern zu kommunizieren und deren Interessen, sofern legitimiert, im Rahmen der **Handlungsmöglichkeiten** der Unternehmung mit zu berücksichtigen.“ www.wiwiss.fu-berlin.de/institute/marketing/wir/mitarbeiter/Haase/zfwu_2_08_Haase.pdf, Hvh.U.T.
- “In einer auf Konkurrenz basierenden Wirtschaft ist es einem einzelnen Unternehmen nur im Ausnahmefall **möglich**, das dem Gemeinwohl Zutragliche zu tun, wenn dies einen wirtschaftlichen Nachteil für es bedeutet.” Höhle, V.: *Philosophie der ökologischen Krise*, München 1991, S. 104, Hvh.U.T.
- „In ihrer ‚Geschäftsethik‘ **können** die Unternehmen letztlich nur diejenige Ethik durchsetzen, die der unternehmerischen Rentabilität gehorcht.“ Lammers, J./Schmitz, O.: *Der moralische Handlungsspielraum von Unternehmen*, Marburg 1995, S. 44, Hvh.U.T.

Unzumutbarkeit, nicht Unmöglichkeit!

- Die Verantwortung des Unternehmens bestünde darin, nur dort verantwortungsvoll zu agieren, wo dies „möglich“ ist.
- Was nicht „möglich“ ist – bzw. erscheint – kann man stets (innerhalb der Grenzen der Naturgesetze) möglich machen.
- Das ethisch Richtige zu tun, kann niemals „unmöglich“ sein – aber es kann als *unzumutbar* zu beurteilen sein.
- Der Begriff der Zumutbarkeit markiert die moralischen Rechte des in Frage stehenden Pflichtensubjekts.
- Grundlegend sind Zwänge stets abhängig von Interessen (Ulrich, iWE, 2008, S. 168).
- Umöglichkeitsbehauptungen korrespondieren stets einem Reflexionsstopp vor der Legitimität involvierter Interessen – sei es des in Frage stehenden moralischen Subjekts oder eines weiteren Umkreises (Konkurrenten, etc.).

Das Zumutbarkeits-/Wettbewerbsproblem

- Wer macht die Einhaltung der fraglichen Norm „unmöglich“ bzw. unzumutbar? Wessen Interessen werden der Reflexion entzogen? Wer wird nicht adressiert?
 - a) Der Akteur selbst → Verschwiegene Rechtfertigung von Gewinnmaximierung
 - b) Seine Konkurrenten, etc. → Ditto

„Unmöglichkeit“ als Rechtfertigung von Gewinnmaximierung

- Blick allein auf das moralische Subjekt („Firma X“). → Naturalisierung des Wettbewerbsumfeldes (vgl. oben Höhle; Lammers, J./Schmitz, ...).
- „ultra posse nemo obligatur“: Über das Können hinaus kann niemand verpflichtet werden.
- „Können ist notwendige Bedingung, Voraussetzung des Sollens – dies haben die Ethik und die Wirtschaftsethik immer mitzubeachten.“ H. LENK / M. MARING: Einführung (1992), S. 12.
 - Primat des Könnens vor dem Sollen (und Wollen)?
- Pragmatizistischer Einwand dagegen: „Es ist offenbare Ungereimtheit, nachdem man ... (dem) Pflichtenbegriff seine Autorität zugestanden hat (und das hat man, sobald man nur schon eine ethische Frage aufwirft, U.T.), noch sagen zu wollen, daß man es doch nicht könne.“ I. KANT: Zum ewigen Frieden (1984), S. 228 f.
- Was man nicht kann, das kann man lernen. Strenggenommen ist (innerhalb der Grenzen der Naturgesetze) überhaupt nichts „unmöglich“; was hier und jetzt nicht „möglich“ ist, kann man möglich *machen*.
- Darin besteht gerade das Zumutbarkeitsproblem.

Moralisches Unternehmertum? – Negierung des Problems

- Es stellt sich die Frage nach der „Möglichkeit einer Unternehmensethik ... unter den ökonomischen Zwängen einer marktwirtschaftlichen Wettbewerbsordnung“ Steinmann/Löhr: Grundlagen der Unternehmensethik (1994), S. 145 ff.
- „Je mehr es ... gelingt, sich gegenüber der Konkurrenz durch eine geschickte Unternehmensstrategie immer wieder einen (dauerhaften) strategischen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen, umso eher wird ... eine Unternehmensethik möglich.“ Steinmann/Löhr: Grundlagen der Unternehmensethik (1994), S. 198f.
- Es bedarf einer besonders „geschickten Unternehmensstrategie“, um sich „Ethik“ leisten zu können *und* nicht verdrängt zu werden.
- „Ethik“ „unter den Bedingungen“ des Wettbewerbs „unternehmerisch“ möglich machen = moralisches Unternehmertum.
- Der Wettbewerbsdruck wird stillschweigend für legitim erklärt.
- Steinmann/Löhr geben also dem Widerstand, der sich im Begriff des Wettbewerbs zusammenfassen lässt, recht, und zwar ohne die Berechtigung der hinter diesem Widerstand stehenden Interessen auch nur ansatzweise zu erörtern.
- Auch der Druck, den „moralische Unternehmer“ auf andere ausüben, wird legitimiert: Wer wettbewerbsfähig ist, und sich darum auch noch „Ethik“ leisten kann, handelt richtig. Wer wettbewerbschwach ist und sich darum auch „Ethik“ nicht leisten kann, zählt doppelt zu den Verlierer.

Das „Durchschlagen“ – die ökonomistische Deutung des Problems

- „Unter den Bedingungen der Moderne (d.h. des Homo oeconomicus oder auch des globalen Wettbewerbs, U.T.) schlägt die Implementierung einer Norm auf ihre Geltung durch.“ Homann/Pies: Wirtschaftsethik in der Moderne (1994), S. 5
- ‚Widerlegung‘ der Norm durch die Gegenmacht: Nicht alle „moralisch motivierten Ideale“ bestehen den sogenannten „Homo-oeconomicus-Test“ oder kurz „H-O-Test“. „Die Ökonomik verweist auf empirische Befunde und theoretische Gründe, dass entsprechende Erwartungen wohl Illusion bleiben werden.“ K. HOMANN / F. BLOME-DREES: Wirtschafts- und Unternehmensethik, S. 99.
- Reflexions- und Argumentationsstopp gegenüber den „Bedingungen der modernen Wirtschaft“ (Homann): Naturalisierung der Handlungen anderer; derjenigen, die die „Bedingungen der Moderne“ erzeugen. Reifizierung zu einer „Tatsache“:
 - Es ist eine „Tatsache“, dass „die Unternehmen“ auf Lohnerhöhungen „mit verstärkter Rationalisierung reagieren [werden], also Arbeitskräfte durch Maschinen austauschen, oder mit der Verlagerung von Produktionsstätten...“ (Hamburger Appell, 2008). → Kontraproduktivitätsparadigma
- „Die Gültigkeit der Normen“ hängt von „der Bedingung“ ab, „die T. Hobbes in den Worten ‚vorausgesetzt, dass andere dazu auch bereit sind‘, formuliert hatte,“ (Homann/Blome-Drees: Wirtschafts- und Unternehmensethik, S. 107). Also von der Durchsetzbarkeit. → Ethik des Rechts des Stärkeren.

„Wettbewerb als Entdeckungsverfahren“ (Hayek)

- „Wettbewerb ist ..., wie das Experimentieren in der Wissenschaft, zuerst und vor allem ein Entdeckungsverfahren.“ Hayek (1981b: 100) Die „Hauptaufgabe des Wettbewerbs“ besteht darin „zu zeigen, welche Pläne falsch sind“. Hayek (1981: 160 f.)
- „Entdeckt“ wird Unterschiedliches:
 - Vorteile; was durchsetzbar ist
 - Ethische Richtigkeit
- Es wird „entdeckt“, was sich durchsetzen lässt – und dieser Theorie zufolge damit zugleich, was ethisch richtig ist. → Ethik des Rechts des Stärkeren

Wer erzeugt den Druck?

- Thematisierung / Adressierung des Drucks
- Wettbewerb allgemein
 - “Those who care about resolving ... externality [or ethical] issues will not succeed if they look to firms to resolve these issues voluntarily. Firms that try to do so either will be eliminated by competitors who choose not to be so civic minded, or will survive only by consuming their economic rents in this manner.” Jensen, M. C. 2002. *Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. Business Ethics Quarterly, 12: 235-256.*
 - „Ein Unternehmer, der aus moralischen Erwägungen heraus deutlich höhere Löhne zahlt oder erheblich mehr in den Umweltschutz investiert als seine Konkurrenten, wird in einer Wettbewerbswirtschaft seine Produkte zu deutlich höheren Preisen anbieten müssen. Nur wenige Nachfrager sind jedoch bereit, für das gleiche Produkt wegen des moralischen Handelns des Anbieters einen signifikant höheren Preis zu zahlen. Zwar gibt es gewisse Nischen, die ausgefüllt werden können, aber im Allgemeinen wird ein solcher Anbieter durch die Konkurrenz vom Markt verdrängt.“ Kirchgässner, G.: *Wirtschaftsethik als kritische Analyse des (moralischen) Handelns*, in: Breuer, M./Brink, A./Schumann O.J. (Hrsg.), *Wirtschaftsethik als kritische Sozialwissenschaft*, Bern u.a. 2003, S. 117-140, hier S. 129

Wer erzeugt den Druck?

□ Market for Corporate Control

- „Im Zeitalter des Superkapitalismus haben Unternehmen ihre Spielräume für sozial verantwortliches Handeln verloren.“ (Robert Reich, Superkapitalismus, S. 226.)
- „Vorstandsvorsitzende, die es versäumen, jede Möglichkeit zur Gewinnmaximierung für die Aktionäre zu nutzen, öffnen Finanzunternehmen Tür und Tor“ – zur feindlichen Übernahme nämlich. Daher „können“ sie sich den „Luxus nicht mehr leisten, sich auch um andere Dinge [wie die Legitimität und Verantwortbarkeit ihres Tuns, A.d.V.] zu kümmern. Verfehlen sie ihre ‚Zahlen‘ ..., dann werden sie ausgetauscht.“ Reich (2007: 100, 102).
 - CSR als Ideologie? „Big Business hat das Schlagwort der gesellschaftlichen Verantwortung mit Begeisterung aufgegriffen“, könne es so doch gelingen, „neue Gesetze und Verordnungen abzuwenden“. Reich (2007: 222).
- „Selbst wenn er wollte, der Chef von BP könnte gar nicht einfach auf die umstrittenen Tiefwasserbohrungen verzichten. Die einflussreichen BP-Aktionäre, die meisten von ihnen Pensionsfonds aus Großbritannien und den USA, würden ihn absetzen, wenn er Entscheidungen trifft, die ihre Dividenden schmälern oder den Aktienkurs einbrechen lassen.“ FTD, 6.8.2010
- „Wissen Sie, was passiert wäre, wenn ich in den guten Zeiten gesagt hätte, diese Papiere sind gefährlich? Man hätte mich rausgeschmissen.“ (Ex-Kapitalmarktchef der Dresdner Bank, 2010)

Die Notwendigkeit der Regulierung

- Grenzen der individuellethischen (unternehmensethischen, sogar nationalstaatlichen) Moralisierung der Märkte
- “Resolving externality ... [or ethical] problems is the legitimate domain of the government in its rule-setting function.” Jensen (2002)
- Allein Regulierung schafft einen Ausweg aus dem Zumutbarkeitsproblem.

Die Idee der Marktregulierung

- Warum bedarf es der Regulierung – eines modernen (liberalen) Rechtsstaates? Zwei mögliche Antworten:
 1. „Die Guten“ bestrafen „die Bösen“.
 - Diese Begründung ist nicht verallgemeinerungsfähig.
 - Auch „der Gestrafte“ (auch der Rechtsunterworfenen) müsste „selbst gestehen [können] ..., es sei ihm recht geschehen, und sein Los sei seinem Verhalten vollkommen angemessen“. Kant (1968: 150)
 - Der Mensch ist vernünftigerweise „nur seiner eigenen und dennoch allgemeinen Gesetzgebung unterworfen“. Zur „Idee der Würde eines vernünftigen Wesens“ gehört, „keinem Gesetz zu gehorchen als dem, das es sich zugleich selbst gibt.“ (Autonomieformel des kategorischen Imperativs)
 2. Der moderne Rechtsstaat soll das Zumutbarkeitsproblem lösen.
 - Dies ist die einzige Begründung, die mit dem Autonomiegebot vereinbar ist.
 - These: Jeder einzelne rein individualetisch handelnde Akteur wäre „der Dumme“, und zwar selbst dann, wenn alle Akteure verantwortungsvoll agierten.

Die Idee der Marktregulierung

- In modernen Großgesellschaften ist die *moralische Verbindlichkeit* allein zu schwach.
 - Beispiel Steuern: Man weiß nicht, ob die anderen mitziehen → der eigene Beitrag würde verpuffen → den Beitrag zu leisten wäre unzumutbar → er wird faktisch nicht geleistet. → Selbst ein Volk von „Heiligen“ braucht den Staat.
- Sie muss durch *Rechtsverbindlichkeit* (sanktionsbewehrte Regeln) unterstützt werden.
 - Der Staat ist, seiner wohlverstandenen Idee nach, Ausdruck unserer Freiheit (moderner liberaler Rechtsstaat). Wir binden uns durch diesen selbst – angesichts der Einsicht, dass wir ohne sanktionsbewehrte Regeln als einzelne alle hoffnungslos überfordert wären.

Individuelethik	vs.	Institutionenethik (Ordnungsethik)
Moralische Verbindlichkeit	vs.	Rechtsverbindlichkeit

- Die Rahmenordnung soll sicherstellen, dass der Verantwortungsbewusste nicht „der Dumme“ ist.
- Niemand kann sich herausreden, verantwortungsvoll zu handeln sei „unmöglich“.