

# MARKTPRINZIP UND SOZIALE MARKTWIRTSCHAFT IM WIDERSTREIT DAS INTEGRATIVE PARADIGMA VON WIRTSCHAFTSETHIK

*PD Dr. Ulrich Thielemann*

Veranstalter: Exzellenzcluster ›Die Herausbildung normativer Ordnungen‹  
in Kooperation mit dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaften  
und der Arbeitsstelle Wirtschaftsethik

Goethe-Universität, Frankfurt, 3. November 2010

3. November 2010

# Ausgangspunkte

- Wirtschaftsethik ist kein „Thema“.
  - ▣ „Nachhaltigkeit ist für die Deutsche Bank von geschäftspolitischer Bedeutung. So fließen *neben* ökonomischen Kriterien auch ökologische, soziale *und* ethische Überlegungen in unsere internen Prozesse und unternehmerischen Entscheidungen ein.“ *Deutsche Bank (2005)*
- „Die Wirtschaft als solche hat vom ethischen Standpunkt als neutral zu gelten.“ *Müller (2002)*
- Es gibt kein Jenseits von Richtig und Falsch.
- Alles Handeln ist „Parteinahme“ (Max Weber)
- Wirtschaftsethik ist die kritische Reflexion der unausweichlichen Normativität des Wirtschaftens und der Theorien, die dieses leiten und begrifflich „als etwas“ fassen.

# Das integrativ-ethische Paradigma

- „Ökonomie ist Ethik“ – zumeist allerdings bloß eine „implizite“, „verschwiegene“ Ethik. *Brodbeck (2002)*.
- Es kommt darauf an, Ökonomik als explizite Ethik zu betreiben.
- „Politik gehört nicht in den Hörsaal.“ *Weber (1919)*
- „Werterhellung“ (*Jöhr 1981; Riklin 1982*) statt Wertentscheidung:
  - ▣ Aufweis der möglicherweise übergangenen Wert- und Normenkonflikte
  - ▣ Klärung der ‚politisch‘ anstehenden Fragen
- Grundfrage: Was steht mit der "freien" Entfaltung der Marktlogik ethisch auf dem Spiel?

# Drei Paradigmen der Wirtschaftsethik

1. Separierung: Die Marktlogik ist ethisch neutral.
  - Reflexionsstopp (impliziter Ökonomismus): Ethik „unter den Bedingungen“ (*Karl Homann*) des Marktes
2. Identität: Marktlogik und ethische Vernunft fallen zusammen.
  - Ökonomismus: „Vernünftig ist, was rentiert.“ (*Max Frisch*)
3. Integration: Die Marktlogik bedarf der ethischen Einbettung und Moderierung – auf verschiedenen institutionellen Ebenen.
  - Vernunftethik des Wirtschaftens: Markt als Gegenstand (und Adressat) ethischer Reflexionen

# Marktinteraktion als Tausch

Markt als Geflecht von Tauschkontrakten: Käufer und Verkäufer

“The political principle that underlies the market mechanism is unanimity. In an ideal free market resting on private property, no individual can coerce any other, all cooperation is voluntary, all parties to such cooperation benefit or they need not participate.” *Friedman (1970)*

- Markt = Win-Win
  - „Wirtschaftsethik“ als Programm der „Freisetzung von Win-Win-Potentialen“, um „der Marktlogik wechselseitiger Besserstellung zum Durchbruch zu verhelfen“. Pies (2008).
- Aber sind die Tauschgewinne und die Lasten der Erzeugung der Wertschöpfung fair verteilt?

# Was ist Ökonomismus?

- Ökonomismus ist eine ethische Konzeption. Und zwar diejenige, die versucht, striktes Eigeninteressestreben (Nutzen- bzw. Gewinnmaximierung) und damit die Logik reinen Vorteilstauschs zu rechtfertigen.
- „Unternehmen können auch beim politischen Agieren nicht anders, als ihren eigenen Vorteil im Auge zu behalten.“ *Homann/Blome-Drees (1992)*
- Ethik ohne Moral
- Ökonomismus ist der Versuch, das Prinzip Markt zum Moralprinzip zu erheben.
- „Die Beschäftigung mit Unternehmensethik ist überflüssig... Betriebswirtschaftslehre ist [bereits] Unternehmensethik.“ Die Aufgabe des Managements besteht darin, „den Kapitalwert des Unternehmens zu maximieren.“ *Albach (2005)*

# Gewinnmaximierung

- ... ist unter gar keinen Umständen rechtfertigungsfähig.
- Gewinnmaximierung heißt, alles daran zu setzen, dass die Gewinne insgesamt so hoch wie möglich ausfallen.
- Zwei Missverständnisse
  - ▣ Gewinnmaximierung ist in sich bereits langfristig ausgelegt. „Langfristige Gewinnmaximierung“ ist ein Pleonasmus. „Kurzfristige Gewinnmaximierung“ ein Widerspruch in sich.
  - ▣ Es geht um die langfristige („nachhaltig“ durchsetzbare) Erfolgsbilanz des Investors, nicht um den dauerhaften Bestand des Unternehmens.

# Die Zurückweisung der *Gewinnmaximierung*

- Nicht das Gewinnprinzip, sondern das *Moralprinzip* soll letztlich massgeblich sein.
- Wer Gewinne maximiert, behandelt andere nach Massgabe ihrer Macht, den Gewinn positiv oder negativ zu beeinflussen. Damit verletzt er das *Moralprinzip* unmittelbar und frontal.
- „Handle so, dass du die Menschheit, sowohl in deiner Person als auch in der eines jeden anderen, jederzeit zugleich als Zweck, niemals bloss als Mittel brauchst.“ *Kant (1785)*
- Wer sich „auf das Gefühl, sein inwendiges Orakel, beruft, ist ... gegen den, der nicht übereinstimmt, fertig; er muss erklären, dass er dem weiter nichts zu sagen habe, der nicht dasselbe in sich finde und fühle; mit anderen Worten, er tritt die Wurzel der Humanität mit Füßen.“ *Hegel (1806)*



# Gewinnerzielung statt Gewinnmaximierung

- Gewinn ist kein digitales Kriterium.
  - ▣ „Arbeitgeber sind keine Altruisten. Sie stellen einen Arbeiter nur ein, wenn der Überschuss der von ihm erwirtschafteten Erträge über seine Lohnkosten positiv und nicht kleiner ist als der entsprechende Überschuss, den ein ausländischer Arbeiter oder eine Roboter erzeugen könnte.“ *Sinn (2006)*
- Gewinnstreben vs. Gewinnmaximierung („Gewinnprinzip“).
- Gewinn ist ein Gesichtspunkt neben anderen, aber nicht die letzte Massgabe „guten“ unternehmerischen Handelns.
- Man kann auch erfolgreich sein, ohne alles daran zu setzen, so erfolgreich wie möglich zu sein.

# Die Präsenz rentabilitätsfremder Gesichtspunkte

- Der (Vorteils-)Tausch ist die Basisoperation des Marktverkehrs. Daraus folgt nicht, dass der Vorteil alles sei, was in der Marktinteraktion faktisch zählt.
- Wenn Smith davon sprach, dass wir unser Brot nicht „vom Wohlwollen des Bäckers erwarten, sondern davon, dass der Bäcker seine Interessen verfolgt,“ so hatte Smith dabei nicht im Auge, „dass der Bäcker den Ofen erst ab fünfundzwanzig Prozent Rendite anheizt, oder nur, wenn er die Löhne der Gesellen minimieren darf.“ *Hagelüken (2008)*
- These: Die Marktinteraktion ist von zahlreichen markt- bzw. rentabilitätsfremden Gesichtspunkten (der Fairness und der Sinnhaftigkeit) durchdrungen. Diese bilden den Kern der „sozialen Marktwirtschaft“.

# Gedanke der „Einbettung“ (Karl Polanyi)

- „Die Marktwirtschaft ist nicht alles. Sie muss in einen höheren Gesamtzusammenhang eingebettet sein, der nicht auf Angebot und Nachfrage, freien Preisen und Wettbewerb beruhen kann.“ (*Wilhelm Röpke*)
- „Custom stands its ground against competition ... where people are content with smaller gains... Custom is the most powerful protector of the weak against the strong.” (*John Steward Mill*)
- „There's one thing securities analysts will never understand, and that's business . They believe that companies make money. Companies make shoes.“ (*Peter Drucker 1989*)

# Die neue Radikalität im Management

- „Wertgenerierung“ ist als „Leitziel aller Managementanstrengungen“ „konsequent“ zu etablieren. Dafür ist „völlig unbefangen – mit mehr Abstand und losgelöst von historischen Entwicklungen“ – auf die Unternehmen zu blicken. Für das „Setzen radikaler Schnitte ... gibt es noch viel Potenzial.“ *McKinsey (2001)*
  - ▣ Was haben die Unternehmen vorher gemacht?
- „Unsere Stärke liegt im Aufspüren von in sich betrachtet guten, soliden Unternehmen, deren Eigentümer zu wenig dafür tun, das volle Potenzial zu erschließen... Ein solches Unternehmen muss manchmal durch radikale Veränderungen hindurch... Gelingen die Pläne, kann erheblicher Mehrwert geschaffen werden.“ *Pinkerton/Joy (2004)*

# Die „schöpferische Zerstörung“ der sozialen Marktwirtschaft

- Hier wird mit dem Postulat der „Gewinnmaximierung“ ernst gemacht. (Opportunitätskostendenken, Economic Value Added)
  - ▣ „Wenn Manager die Wohlfahrt ihrer Aktionäre maximieren“ sollten, zumindest „einige Aktionäre [aber] weniger reich sind, als sie sein könnten“, so wird „Wert“ „in den Rhein geschüttet.“ *Mueller (2007)*.
- „Entdeckung“ (Hayek) bislang unausgeschöpfter Gewinnmöglichkeiten und damit „schöpferische Zerstörung“ (Schumpeter) von Beschäftigungen, die nicht vollständig auf Rentabilität ausgerichtet sind.
  - ▣ Handwerker berichten von einem „nie da gewesenen Ausmaß“ an „Hektik, Konkurrenzdenken und Individualismus“. „Der permanente Zeitdruck verunmöglicht es ihnen, ihren Beruf entsprechend den Vorstellungen, die sie mit einer gelungenen Werktaetigkeit verbinden, weiterhin sauber, korrekt und stimmig auszuüben.“ *Schallberger (2005)*
- Ökonomisierung der Lebens- und Marktverhältnisse
  - ▣ „Der Wettbewerb ist ein Prozess der Erziehung, der den Menschen antreibt, dem rationalen Menschen – und damit dem ‚homo oeconomicus‘ – ähnlich zu werden.“ *Arndt (1975)*

# Revitalisierung der sozialen Marktwirtschaft

- „Moralisierung der Märkte“ (Nico Stehr)
  - ▣ Neues Zusammenspiel zwischen Unternehmen und Zivilgesellschaft in der Münze des ethisch besseren Arguments.
- „Sozialunternehmen“
  - ▣ Yunus (2008): „Das Ziel ist in erster Linie nicht höchst möglicher Gewinn, sondern höchst möglicher Nutzen für die Menschen.“
  - ▣ Spiegel: „Und Sie glauben, dass das zwei sich widersprechende Anreize sind? Die von Ihnen gegründete Grameen Bank ist doch auch sozial und maximiert Profite?“
  - ▣ Yunus: „Es ist ein soziales Unternehmen, das Gewinn macht, aber nicht die Maximierung des Gewinns zum Ziel hat.“
- Fair Trade
  - ▣ Robin Cornelius (2007): „Wegen 20 Rappen Preisdifferenz ordern wir nicht in Bangladesch oder Vietnam und lassen unseren indischen Lieferanten im Stich.“ Interviewfrage: „Verdirbt Ethik nicht das Geschäft?“ Cornelius: „Vom Standpunkt der Gewinnmaximierung aus gesehen schon.“

# Revitalisierung der sozialen Marktwirtschaft

- „Humanisierung des Marktes“; „Voll und ganz menschliche Marktwirtschaft“ *Caritas in Veritate* (2009)
  - ▣ „In den geschäftlichen Beziehungen (müssen und können) das Prinzip der Unentgeltlichkeit und die Logik des Geschenks als Ausdruck der Brüderlichkeit im normalen wirtschaftlichen Leben Platz haben... Die Unterscheidung zwischen gewinnorientierten (profit) Unternehmen und nicht gewinnorientierten (non profit) Organisationen [ist] nicht mehr imstande ist, über die tatsächliche Situation vollständig Rechenschaft zu geben oder zukünftige Entwicklungen effektiv zu gestalten.“

# Individual- *und* Ordnungsethik

## 1. Individualethik: „Moralisierung der Märkte“

- In großräumigen sozialen Wirkungsgeflechten, wie insbesondere im (globalen) Wettbewerb, gerät die moralische Verbindlichkeit systematisch an Grenzen.

## 2. Ordnungsethik: „Globalisierung gestalten“

- Die Marktintegrität ist ordnungspolitisch durch Rechtsverbindlichkeit zu stärken (nicht: zu erübrigen).
- Sicherstellen, dass verantwortungsbewusst und integer handelnde Akteure im Wettbewerb nicht als unzumutbar zu beurteilende Nachteile zu gewärtigen haben.
- Regulierung als Ausdruck politischer Freiheit.



# „Globalisierung gestalten“

- „Es ist die Zeit, in der die Welt ihre Lektion endlich lernen muss. Sie lautet, dass sich bestimmte Prinzipien weltweit entfalten müssen... Das Grundprinzip heißt: fairer Wettbewerb in einem ordnenden Rahmen... Wir wollen, dass die Welt in einer menschlichen Marktwirtschaft lebt... Dabei geht es nicht nur um die Wünsche von Millionen. Hier geht es um die Wünsche von Milliarden. Sie warten darauf, dass die Weltwirtschaft einen Ordnungsrahmen bekommt, der ihnen – und zwar allen, denn die Würde eines jeden Menschen ist unteilbar – ein würdiges Leben ermöglicht, der sie vor Exzessen schützt und der ihre Lebensgrundlagen bewahrt... Deshalb braucht die Welt eine Weltwirtschaftsordnung.“  
*Angela Merkel (2008)*

# Literatur

- Albach, H.: Betriebswirtschaftslehre ohne Unternehmensethik, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft, Jg. 75, Nr. 9, 2005, S. 809–831, S. 809.
- Arndt, H.: Wettbewerb der Nachahmer und schöpferischer Wettbewerb, in: Herdzina, K. (Hrsg.), Wettbewerbstheorie, Köln 1975, S. 246-274, S. 257.
- Benedikt XVI: Enzyklika Caritas in Veritate, 2009, [www.vatican.va](http://www.vatican.va).
- Brodbeck, K.-H.: Beiträge zu Ethik und Wirtschaft, 3. Aufl., Gröbenzell 2002, [www.fhwuerzburg.de](http://www.fhwuerzburg.de), S. 16, 18 ff.
- Cornelius, R.: „Mit der Erde dürfen wir nicht spielen“, Interview, Kirchenbote der Evangelisch-reformierten Kirche des Kantons St. Gallen, 2007, Nr. 3, S. 3 f., [www.kirchenbote-sg.ch](http://www.kirchenbote-sg.ch).
- Deutsche Bank: Gesellschaftliche Verantwortung. Bericht 2005, [www.db.com](http://www.db.com), S. 19.
- Drucker, P.: Peter Drucker Takes The Long View (Interview), in: Fortune Magazine, 28. September 1998, <http://money.cnn.com>.
- Friedman, M.: The social responsibility of business is to increase its profits, The New York Times Magazine, 13. September 1970.
- Frisch, M.: Schweiz als Heimat?, Frankfurt a.M. 1990, 465.
- Hagelüken, A. (2008): Die Zeit der Gier ist vorbei, in: Süddeutsche Zeitung, 18. Mai.
- Hegel, G.W.F.: Phänomenologie des Geistes, Werke Bd. 3, Frankfurt a.M. 1986, 64 f.
- Homann, K./Blome-Drees, F.: Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen 1992, S.41.
- Ihring, J./Kerschbaumer, G.: Erfolgreich umstrukturieren mit Private Equity, Dezember 2001, [www.mckinsey.de](http://www.mckinsey.de)
- Jöhr, W. A.: Ein Beitrag zur Werturteilsproblematik, in: Wirtschaft und Recht, 1981, S. 9-38, S. 31.
- Kant, I.: Grundlegung der Metaphysik der Sitten. Kritik der praktischen Vernunft, Werkausgabe, Bd. VII, Frankfurt a.M. 1968 (1785), S. 61.
- Merkel, A.: Rede auf dem CDU-Parteitag, 1. Dezember 2008, [www.angelamerkel.de](http://www.angelamerkel.de).
- Mill, J.S.: Principles of Political Economy, Collected Works, Bd. 2, Toronto 1965, S. 239 f., 242.
- Mueller, D.C.: Wettbewerb und Leistung auf zwei ungewöhnlichen Märkten, in: Perspektiven der Wirtschaftspolitik, Band 8, 2007, Sonderheft, S. 133-140, S. 133, 135.
- Müller, W.: Ethik der Kapitalanlage, in: Student Business Review. 1/2002, S. 6-7, hier S. 7.
- Pies, I.: Unternehmensethik für die Marktwirtschaft, Diskussionspapier Nr. 2008-1, Lehrstuhl für Wirtschaftsethik an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Halle2008, S. 2
- Pinkerton, D./Joy, A.: „Private equity ist effizienter als der öffentliche Aktienmarkt“, Interview, in: Finanz und Wirtschaft, 5. Mai 2004, S. 23.
- Polanyi, K.: The Great Transformation, Frankfurt a.M. 1978 (1944), S. : 68 ff., 81, 86, 93, 101.
- Riklin, A.: Wissenschaft und Ethik, Aulavorträge der Hochschule St. Gallen, Nr. 17, St. Gallen 1982, S. 13.
- Röpke, W.: Jenseits von Angebot und Nachfrage, 4. Aufl., Erlenbach-Zürich 1966, S. 146.
- Schallberger, P.: Zwischen Panik und Euphorie. Fallrekonstruktive Befunde zum subjektiven Erleben der „neoliberalen“ Transformation, in: Imhof, K./Eberle, Th.S. (Hrsg), Triumph und Elend des Neoliberalismus, Zürich 2005, S. 142-155, S. 148 f.
- Sinn, H.-W.: Arbeit für alle, in: Die Welt, 1. März 2006, S. 9.
- Weber, M.: Die „Objektivität“ sozialwissenschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis, in: ders., Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre, 5. Aufl., Tübingen 1982, S. 146-214 (1904), S. 150.
- Weber, M.: Wissenschaft als Beruf, in: ders., Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre, 5. Aufl., Tübingen 1982, S. 582-613 (1919), hier S. 600.
- Yunus, M.: „Der Kapitalismus ist zum Spielcasino verkommen“, Interview, Spiegel-Online, 9. Oktober 2008.