

**SYSTEM
ERROR**

Warum der
FREIE MARKT
zur Unfreiheit
führt

Ulrich Thielemann

SYSTEM ERROR

Warum der freie Markt
zur Unfreiheit führt

WESTEND

Mehr über unsere Autoren und Bücher:
www.westendverlag.de

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie. Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.



ISBN 978-3-938060-41-4
2. Auflage 2009
© Westend Verlag Frankfurt/Main
in der Piper Verlag GmbH, München 2009
Satz: Fotosatz Amann, Aichstetten
Druck und Bindung: Pustet, Regensburg
Printed in Germany

Inhalt

1 Die neue Radikalität im Management – die nach dem Ende der Marktgläubigkeit ganz schön alt aussieht	7
Das Ende der Marktgläubigkeit	13
Wirtschaftsethik	21
Überblick	24
2 Den Markt verstehen	33
Die Logik des Vorteilstauschs	36
Der Wettbewerb als »Prozess schöpferischer Zerstörung«:	
Gewinner und Verlierer im Wettbewerb	41
Dient der Wettbewerb dem Wohlstand aller?	50
Utilitaristische Irrungen: Wie die Wettbewerbsverlierer weggerechnet werden	55
Das Geheimnis des Wachstums	61
3 Die Totalisierung des Marktes	65
Der Sündenfall der Ökonomik: Der Homo oeconomicus	66
Wie die Marktwirtschaft von marktfremden Gesichtspunkten durchdrungen ist	69
Die Elimination marktfremder Gesichtspunkte	72
Druck ohne Not	79
Eine neue Not – Manager als Getriebene oder als Treiber des Kapitals?	84
Die Instanzlosigkeit des Wettbewerbs und die Sachzwänge	90

4 Ethik, was ist das eigentlich ?	97
Das Primat der Ethik	98
Ethik und Moral	101
Gesinnungs- und Verantwortungsethik	103
Moderne versus vormoderne Ethik	106
Deontologische vs. teleologische Ethik	108
Dimensionen der Gerechtigkeit	110
Das Moralprinzip	120
Der kategorische Imperativ	121
Diskursethik und die Begründung des Moralprinzips	126
5 Warum Wirtschaftsethik? –	
Weil das Wirtschaften nicht neutral ist	131
Ökonomismus: Der Glaube in die höhere Vernunft des Marktes	132
Das separative Verständnis von Wirtschafts- und Unternehmensethik	150
Der integrative Ausweg: Geschäfts- und Ordnungsethik	163
6 Die unverstandene Rolle des Kapitals	188
»Vorfahrt für Arbeit« heißt Vorfahrt fürs Kapital	188
Die Finanzmarktkrise als Konsequenz der »Hofierung« des Kapitals	199
7 Die Kosten des Wachstums:	
Der Zwang zur unternehmerischen Lebensform	215
Warum das Leben immer stressiger wird	217
Wer zwingt zum Unternehmertum?	228
8 Die Zukunft der Marktwirtschaft: Weniger ist mehr	233
Anmerkungen	244
Literatur	245

1 Die neue Radikalität im Management – die nach dem Ende der Marktgläubigkeit ganz schön alt aussieht

Das BMW-Management hatte sich »ehrgeizige Ziele« gesetzt. »Number One« hatte der Konzern in unverhohlener Vermessenheit seine Strategie genannt. »Nummer eins«, das kann nur einer sein. Und dies sollte nach Ansicht des BMW-Vorstands natürlich das eigene Unternehmen sein. Acht bis zehn Prozent müsse die Umsatzrendite schon betragen. Wer also einen BMW kauft, solle zukünftig nicht wie bislang 6,3 Prozent, sondern zehn Prozent des Kaufpreises ans Kapital abführen. »Ehrgeizig« waren auch die Ziele für die Eigenkapitalrendite (*Return on Capital Employed*). Man strebe eine Steigerung von – an sich bereits beachtlichen – 21 Prozent auf 26 Prozent an. Die BMW-Aktionäre dürfte es freuen. Erlaubt ihnen diese Neuausrichtung des Unternehmens »konsequent auf Profitabilität und langfristige Wertsteigerung« doch eine Verdoppelung ihres Kapitals in ziemlich genau drei Jahren. Übrigens: Wenn die Finanzgemeinde von »Wert« spricht, meint sie einfach finanzielle Werte: Geld beziehungsweise Kapital. Alles andere ist ja auch ziemlich wertlos, nicht wahr? So leicht lassen sich Begriffe okkupieren.

Die Freude der Aktionäre beziehungsweise deren Vertreter und Zuarbeiter, etwa Analysten, die der BMW-Vorstandsvorsitzende Norbert Reithofer mit einem »Guten Morgen und herzlich willkommen in der BMW-Welt« begrüßte, war allerdings von

ziemlich einseitiger Natur. 8100 Beschäftigte des eigenen Unternehmens hätte Reithofer nämlich wohl besser mit »Guten Morgen und auf Wiedersehen« begrüßen müssen. Denn dies ist die Zahl der Stellen, die aus der BMW-Welt verabschiedet werden sollten. Aber er sprach ja nicht zu ihnen, sondern über sie, auch wenn er ständig in der Wir-Form redete.

»Ehrgeizig« waren vor allem die Ziele für die »Verbesserungen«, die »auf der Kostenseite« angestrebt wurden. »Besser« wird es dadurch allerdings nicht für alle, vor allem nicht für diejenigen, die von diesen »Kosten« leben – da es ihre Einkommen sind. »Besser« war dies alles vor allem nicht für die besagten Inhaber der 8100 Stellen, die im Zuge der »strategischen Neuausrichtung« abgebaut werden sollten. Das Management formulierte dies auf der »Roadshow« gegenüber der Finanzgemeinde so:

»Ein weiterer Schritt auf dem Weg zu den angestrebten Renditezielen ist die Reduzierung des Personalaufwands. Die umfangreichen Effizienzsteigerungen insbesondere im Produktionsbereich erlauben eine Reduzierung der Personalkapazitäten in der Größenordnung von mehreren tausend Mitarbeitern.«

»Erlauben«? Bislang war es üblich, den Abbau von Stellen als einen zwar bedauerlichen, aber um des Erhalts des Gesamtunternehmens willen notwendigen Schritt darzustellen. Nun aber wird die »Senkung des Personalaufwands« zu einem »weiteren Baustein der Strategie«. »Die Effizienzsteigerungen«, so BMW-Personalvorstand Ernst Baumann, haben dazu geführt, »dass wir Stellen einsparen konnten« – und also wollten. Ganz ohne Not. Einfach so. Einfach weil man sich »ehrgeizige Ziele« gesetzt hat.

Der Wille zum Personalabbau, so er profitabel möglich ist, ist eine logische Konsequenz der »konsequenten« Ausrichtung des

Unternehmens auf »Profitabilität und langfristige Wertsteigerung« und sonst gar nichts. Mitarbeiter – das sind aus dieser Sicht nicht »wir«, sondern andere. Leute, die Kosten verursachen. »Erfolgsfaktoren« nennt BMW sie. »Faktoren«, die für den »Erfolg«, sprich für den Gewinn oder den Shareholder-Value, »relevant« sind, negativ oder positiv relevant. Selbstverständlich steigt der Gewinn, wenn die Kosten gesenkt werden können. Ansonsten würde man ja »Wert vernichten«. Ansonsten würde man »Misserfolgsfaktoren« Geld hinterherwerfen. Ein Unternehmen ist ja schließlich keine Wohltätigkeitsveranstaltung, wird an dieser Stelle gerne betont.

Die öffentliche Empörung über solche oder ähnliche Fälle ist regelmäßig groß. »Trotz Rekordgewinnen streichen deutsche Unternehmen ihre Belegschaft zusammen«, so formulierte *Der Spiegel* (27.02.2008) den Unmut. Die überwiegende Mehrheit der Bürger dürfte dies auch so sehen: Es gilt als unanständig, Druck auf die eigenen Leute auszuüben, wenn es einem selbst doch eigentlich gut oder sogar sehr gut geht. Aus der Sicht des ökonomisch radikalisierten Managements ist diese Sicht der Dinge allerdings bestenfalls naiv oder »romantisch« – und ansonsten kontraproduktiv. Selbstverständlich besteht zwischen der Steigerung der Gewinne und den Entlassungen kein Gegensatz. Die Entlassungen werden aus dieser Sicht nicht etwa »trotz«, sondern gerade wegen der Gewinne ausgesprochen – auf dass diese weitere Rekordhöhen erklimmen. Das Motto lautet nicht: »Entlassungen trotz Rekordgewinnen«, sondern »Rekordgewinne [unter anderem] durch Entlassungen«.

Allerdings fiel das Ergebnis immer noch nicht rekordverdächtig genug aus. So sahen es jedenfalls die Analysten. Von den Ausführungen des BMW-Managements auf der »Roadshow« vom 6. Februar 2008 zeigten diese sich »enttäuscht« (Dow Jones Newswires). Verwundert reibt sich der Außenstehende die Augen. Ist dies alles noch nicht radikal genug? Genau dies. Schließ-

lich wurden diese Renditeziele und der Abbau von mehreren tausend Arbeitsplätzen bereits im September des vorangegangenen Jahres verkündet. Habt ihr nichts Neues zu bieten? Die Vertreter des Kapitalmarktes wären offenbar nur dann nicht »enttäuscht« gewesen, wenn der Abbau weiterer Stellen und damit noch höhere Rentabilitätsziele verkündet worden wären. Sofort sank der Kurs der BMW-Aktie um 4,4 Prozent. Der Kapitalmarkt kennt keine Rendite, die zu hoch wäre.

Von einem schlechten Gewissen scheinen die Akteure dabei nicht geplagt zu werden. Und wenn, dann helfen die Boni dabei, sie zu zerstreuen. In »Anreizplänen«, die das Management genau dazu »anreizen« sollen, alles zu tun, um den Shareholder-Value in ungeahnte Höhen zu schrauben. »Erfolgsabhängig« nennt man diese Art der Vergütung. Der Begriff wird häufig in rechtfertigender Absicht gebraucht, als sei mehr »Erfolg« irgendwie gut für alle. Dabei wird übersehen, dass »Erfolg« einfach Gewinn beziehungsweise Shareholder-Value meint. Einem Management, welchem es gelingt, mittels »Verschlankung« des Personalbestands die Kosten zu senken und damit den Gewinn zu steigern, kann sich über ein paar Millionen mehr auf dem eigenen Konto freuen.

Das schlechte Gewissen rührt sich aber vor allem darum nicht, weil die neue ökonomische Radikalität einfach damit ernst macht, was in jedem Lehrbuch der Betriebswirtschaftslehre steht – jedenfalls in praktisch keinem der kursierenden Lehrbücher zurückgewiesen wird: Bei der Unternehmensführung geht es um die Maximierung der Gewinne – womit bereits gesagt ist: Es geht um nichts anderes als um den Gewinn, und der kann niemals zu hoch sein. Dass dies ethisch ganz in Ordnung sei, wird dem Managementnachwuchs schon allein dadurch vermittelt, dass das Studium in nichts weiter besteht als in Instrumenten dafür, *wie* die Gewinne zu steigern sind. Was voraussetzt, dass sie gesteigert werden *sollen* und gesteigert werden *dürfen*. Lang-

fristig, versteht sich, denn kurzfristige Gewinne wären ja insgesamt tiefer, was nicht gerade klug wäre.

Wer dann noch die eine oder andere Vorlesung in Volkswirtschaftslehre besucht hat – was in der Regel zum Pflichtprogramm gehört –, der wird dort mit der beruhigenden Botschaft versorgt, dass der Wettbewerb, vor allem: dass mehr Wettbewerb, stets »positive Wirkungen« (Merz, 2005) hat – »positiv« für alle, versteht sich. Und natürlich gibt es umso mehr Wettbewerb, je nachdrücklicher die Akteure danach streben, ihre Gewinne beziehungsweise ihren ökonomischen Vorteil zu maximieren. Dadurch steige »der Wohlstand«, womit gemeint ist: der »Wohlstand für alle« (Ludwig Erhard). Sollte es im Wettbewerbskampf doch einmal den einen oder anderen Verlierer geben, so ist dies vielleicht »kurzfristig« ein Problem (Arndt, 1996, S. 93). »Langfristig« aber profitieren alle. Und überdies hülfe es eh nichts, gegen die globalen Wettbewerbszwänge aufzubegehren. »Jeder Versuch«, schreibt Hans-Werner Sinn (2005c), Präsident des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung, »die Löhne anders zu strukturieren, als es das Gesetz der Knappheit diktiert«, womit das »Gesetz« des globalen Wettbewerbs gemeint ist, »mündet zwangsläufig in Arbeitslosigkeit.« Und dies wäre ja nun auch nicht vorteilhaft für die Betroffenen, nicht wahr?

Die Manager und Unternehmer, die »trotz« gutem Geschäftsgang beziehungsweise um seiner willen Druck auf Beschäftigte (oder auch Zulieferer) ausüben, erfüllen also, ganz ungewollt, eine »dem Marktsystem inhärente List« (Schmidtchen, 1988, S. 123). Diese »List«, dieser Glaube an die »wohltätige« Wirkung der »unsichtbaren Hand«, die dem Markt unterstellt wird, geistert seit Adam Smith durch die Lehre von der Wirtschaft: »Tatsächlich fördert der Einzelne nicht bewusst das Allgemeinwohl«, schreibt Smith im *Wohlstand der Nationen* (1776, S. 371) – aber offenbar unbewusst.

»Er strebt lediglich nach eigenem Gewinn. Und er wird in diesen wie auch in vielen anderen Fällen von einer unsichtbaren Hand geleitet, um einen Zweck zu fördern, den zu erfüllen er in keiner Weise beabsichtigt hat.«

Nämlich den, »das Allgemeinwohl« und den »Wohlstand der Nationen« zu steigern.

Das Management von BMW, Nokia, Siemens, Henkel und vieler anderer Unternehmen, die ohne betriebliche Not Druck ausüben, ebenso wie die als »Heuschrecken« (Franz Müntefering) titulierte Private-Equity-Fonds und deren Management, ebenso wie Beratungsunternehmen wie McKinsey, die den Unternehmen »Wertsteigerung als Leitziel aller Managementanstrengungen« anempfehlen und zeigen, wie das geht – sie alle können sich beruhigt zurücklehnen. Sie sind Meister des Wohlstands, des Gemeinwohls. Ihnen gebühren eigentlich Orden. Und da die Gesellschaft ihnen diese gemeinhin verweigert, nehmen sie auch gerne Orden anderer Form entgegen – in der geldwerten Form Millionen messender Boni nämlich.

»Deutschland ist das einzige Land,« so der berühmte Ausspruch Josef Ackermanns während des Mannesmann-Prozesses (2004), »wo diejenigen, die erfolgreich sind und Werte schaffen, deswegen vor Gericht stehen.« Dabei sollte diesen Meistern des »Erfolgs«, diesen Kriegerern des Kapitals und *damit* des allgemeinen Wohls, doch gehuldigt werden. Die Gewinnmaximierung, die sie betreiben und selbstverständlich für die Investoren »langfristig« vorantreiben, ist »nicht ein Privileg, für das sie sich ständig entschuldigen müssten, es ist vielmehr ihre moralische Pflicht, weil genau dieses Verhalten ... den Interessen der Konsumenten, der Allgemeinheit, am besten dient« (Homann/Blome-Drees, 1992, S. 38f.). So formuliert der als Wirtschaftsethiker auftretende Ökonom und Philosoph Karl Homann, der bis vor

kurzem einen der wenigen Lehrstühle in Wirtschaftsethik innehatte (an der LMU München), prägnant wie kaum ein anderer den Kernsatz aller Marktgläubigen.

Das Ende der Marktgläubigkeit

Szenenwechsel. Epochenwechsel. Diese Marktgläubigkeit wurde mit der Finanzkrise, die im Frühjahr 2007 begann und ihren eigentlichen Ausbruch im September 2008 fand (mit der Pleite von Lehman Brothers), sichtbar und praktisch erschüttert. Es ist im Grunde ein unverhofftes Scheitern der ja bereits seit langem grassierenden Marktideologie. Unverhofft jedenfalls für diejenigen, die nicht mit sogenannten Subprime-Titeln handelten oder diesen Handel überwachen und kritisch hätten beobachten sollen. Denn hierbei ging es nicht, jedenfalls nicht im Kern, um das Verhältnis der Gewinnmaximierungslogik zur Realwirtschaft. Vielmehr spielte sich der Prozess innerhalb der Finanzmarkt-gemeinde ab. Der eine Akteur hat den anderen Akteur über den Tisch zu ziehen versucht. Dieses Nullsummenspiel der sich wechselseitig Abzockenden, das für sich betrachtet in der Tat ein Casino-Spiel ist, müsste diejenigen, die da nicht mitspielen wollten oder konnten, eigentlich gar nicht besonders kümmern. Doch ist das Finanz- und Bankensystem nun einmal mit der Realwirtschaft in vielfältiger Weise verbunden und vernetzt. Darum betraf das Platzen der Blase uns alle. Und zwar ganz real: Durch die Sicherheiten gigantischen Ausmaßes, die wir mit real und hart erarbeiteten Steuergeldern geben mussten, durch das weitere Anwachsen der Staatsverschuldung und durch die Weltwirtschaftskrise, von der bis zuletzt nicht abzusehen ist, wie gravierend sie ausfallen wird.

Die Bekenntnisse zum »freien« Markt, dem möglichst freier Lauf zu lassen ist oder der die Blaupause für »gute« Politik abge-

ben solle, sind seltener geworden. Wer heute noch »Mehr Kapitalismus wagen« möchte, löst vor allem Kopfschütteln aus. Unter diesem Titel veröffentlichte der ehemalige stellvertretende Vorsitzende der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, Friedrich Merz, im Oktober 2008 sein »visionäres« Buch – am gleichen Tag, an dem die Bundesregierung ein hundert Milliarden Euro schweres Rettungspaket für die Banken verkündet hatte. Das Buch trägt den Untertitel: »Wege zu einer gerechten Gesellschaft«. Die *Berliner Zeitung* merkte an (04.10.2008), das Werk verdiene »schon allein für den Titel alle Gurkenauszeichnungen dieser Welt«.

Natürlich gibt es immer noch massenhaft Marktgläubige. Denn eine derart tiefsitzende Weltanschauung, die jahre- und jahrzehntelang führend war, verflüchtigt sich nicht von heute auf morgen. Wahrhafter Glauben lässt sich bekanntlich durch Erfahrung nicht erschüttern. Sie treffen sich in sektenhaft anmutenden Blogs, die sich etwa bissige-liberale.com, libertaere-plattform.de, liberty.li, oder mises.org nennen. Oder sie wählen Parteien, die sich als »liberal« oder »freiheitlich« bezeichnen. Diese erhalten einen regen Zulauf. Denn die Marktgläubigkeit der großen Volksparteien ist zweifelhaft geworden. Nicht mehr und nicht weniger, denn ausdrückliche Distanzierungen vom Marktglauben fehlen bislang weitgehend. Durch die Volksparteien scheint ein Riss zu gehen, der selten thematisiert wird. Eine der wenigen Ausnahmen bildet eine Äußerung der Vorsitzenden der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, Volker Kauder (*Spiegel*, 10.03.2009):

»Teile der Union, vor allem der Wirtschaftsflügel, sind mit der Bewältigung dieser Finanzkrise überfordert. Die wollen nicht einsehen, dass die Marktgläubigkeit die Todsünde des Kapitalismus war. Man muss den Mut haben, den Kapitalismus, der nie die Philosophie der CDU war, als Ursache der Krise zu benennen.«

Bemerkenswert ist allerdings, dass sich da ein breiter Stimmungswandel vollzogen hat, der die politische Landschaft verändert hat. Josef Stiglitz etwa, Nobelpreisträger der Ökonomie und ehemaliger Chefökonom der Weltbank, kann es sich »nicht vorstellen, dass in Zukunft noch jemand, ohne das Gesicht zu verziehen« – oder ohne das Gesicht zu verlieren? –, »behaupten kann, die uneingeschränkte Freiheit der Märkte sei das beste System« (*Stuttgarter Zeitung*, 26.03.2009). »Das vormals so laute Geschrei nach freien Märkten ist verstummt« (Prantl, 2008). Frank Schirrmacher verkündet den »Bankrott der Metaphysik des Marktes« (*FAZ*, 11.09.2008).

Nicht nur *Die Zeit* (25.09.2008) ist der Ansicht, mit dem »Debakel an der Wall Street« seien »mehr als nur Bankenimperien zusammengesunken. Es ist ein ganzes Weltbild eingestürzt, dessen Haupt- und Kernthese lautete: Der Markt heilt sich selbst.« Auch der erste Vorstandsvorsitzende der Deutschen Bank, Josef Ackermann, kann nicht mehr so recht »an die Selbstheilungskräfte des Marktes glauben« – wobei man sich natürlich fragt, in Hinblick worauf hier eine »Heilung« erwünscht ist, etwa mit Blick auf die Erzielung weiterer Gewinne für die Bank(en)? Auch die britische Finanzmarktaufsichtsbehörde (FSA, 2009) verabschiedet sich von der Annahme »rationaler« (was immer dies heißt) und »selbst-regulierender« Märkte – »selbst-regulierend« offenbar mit Blick auf ihr *gutes* Funktionieren, wie immer dies im Einzelnen zu definieren wäre. Und selbst die *Neue Zürcher Zeitung*, bislang eine Art *Prawda* des Marktliberalismus, spricht vom »Versagen einer überbordenden Markt-Ideologie«, das nun »offenkundig« geworden sei (11.10.2008). Ebenso entlarvt die *FAZ* (18.09.2008) die bis vor kurzem von Wirtschaftsvertretern noch gebetsmühlenhaft angestimmten Verweise auf die »höhere Vernunft des Marktes« als »billige Rede«.

Auch bedeutende Exponenten der Politik haben sich von der Marktgläubigkeit verabschiedet. Im richtungweisenden »Blair-

Schröder-Papier« (1999) hatte die Sozialdemokratie noch verkündet, dass auch auf ihrer Seite die frohe Botschaft angekommen sei, dass die Märkte nicht »behindert« werden dürften, sondern durch die Politik allenfalls zu »ergänzen und zu verbessern« seien – offenbar nach Maßgabe der Markt- und Wettbewerbslogik selbst. Nicht die Politik habe dem Markt eine Rahmenordnung vorzugeben. Vielmehr sei die Politik »in einem neuen, auf den heutigen Stand gebrachten wirtschaftlichen Rahmen zu betreiben« – auf dass die Politik beziehungsweise die Gesellschaft im Ganzen im globalen Wettbewerb »wettbewerbsfähiger« werde. Auch auf die Korrektur »schädlichen Marktversagens« solle verzichtet werden – offenbar da »flexible Märkte« nicht »versagen« beziehungsweise nicht »schädlich« sein können, weshalb ihre Gewährleistung oder Herstellung ein »modernes sozialdemokratisches Ziel« sei. Garniert wurde diese Sicht mit dem Hinweis, man unterstütze zwar »eine Marktwirtschaft, nicht aber eine Marktgesellschaft!« Allerdings fanden sich keinerlei Hinweise darauf, was denn dagegen sprechen könnte, dass die Marktlogik die Gesellschaft im Ganzen bestimmen solle. Vermutlich wollten die Parteistrategen, die teilweise wie Marketingstrategen daher kamen, ihre Kunden (die Wählerinnen und Wähler) nicht vergraulen. Denn für diese dürfte das »Markenzeichen« Sozialdemokratie, dessen sich die ökonomisch euphorisierten Parteistrategen bedienten, zumindest intuitiv mit einer »Marktgesellschaft« unvereinbar sein.

Erstaunlicherweise kommt die kräftigste Abkehr vom Marktprinzip häufig von konservativer Seite. Horst Seehofer, Ministerpräsident des Freistaates Bayern und Vorsitzender der CSU, registriert mit »großer Genugtuung, dass dieses Gesellschafts- und Wirtschaftsbild der letzten Jahre zusammengebrochen ist« (*Der Spiegel*, 16.02.2009). Zur Charakterisierung dieser verfehlten und nun erschütterten Vorstellung von einer guten Wirtschaft und Gesellschaft wählt Seehofer den (zutreffenden)

Schlüsselbegriff der »Gewinnmaximierung – diese fast ausschließliche Orientierung an Haushaltszahlen, an Renditen, an Gewinnen, an Zuwächsen, losgelöst von jeder Wertbindung, losgelöst von menschlichen Schicksalen.«

Dem reinen Markt sind Schicksale in der Tat gleichgültig. In ihm zählen allein Kaufkraft und Wettbewerbsfähigkeit. Nur getrauten sich die Exponenten der öffentlichen Meinungsbildung, so sie nicht als links, sozusagen als politisch randständig, abgestempelt werden wollten, erst nach dem sichtbaren Scheitern einer radikalisierten Variante marktökonomischen Vorteilsstrebens – nämlich des Blasenkapitalismus – dies zumindest im Ansatz öffentlich auszusprechen. Galt bis vor kurzem noch das Mantra, dass die »Soziale Marktwirtschaft« von allein »sozial« sei oder je »sozialer« sei, je reiner und umfassender die Marktlogik zur Entfaltung gelangt – in dieser (angeblichen) Erkenntnis bestand das »Neue« an der »Sozialen Marktwirtschaft« –, so wird die »soziale Marktwirtschaft«, die Bundeskanzlerin Angela Merkel (2008) auch eine »menschliche Marktwirtschaft« nennt, nun (wieder) zu einer politischen Gestaltungsaufgabe. Und zwar, da derzeit eine Art *window of opportunity* bestehe, zu einer globalen Gestaltungsaufgabe welthistorischen Ausmaßes.

»Wir wollen, dass die Welt in einer menschlichen Marktwirtschaft lebt. Damit das möglich wird, wollen wir mit den Völkern der Welt zusammenwirken. Ich sage: Wir haben die historische Pflicht, dieses Ziel zu befördern ... 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.«

»Le laissez-faire, c'est fini.« Mit diesen Worten hatte ein weiterer Konservativer, der französische Staatspräsident Nicolas Sarkozy, das Ende der Marktgläubigkeit verkündet.

»Die Idee von der Allmacht des Marktes, der durch keinerlei Regulierung behindert werden dürfe, ist eine verrückte Idee. Die Idee, dass der Markt immer recht hat, ist eine verrückte Idee.«

Dies aber war offenbar der Geist, der bis dahin geherrscht hatte, und dem sich Sarkozy auch vorher nicht entgegenstellte – oder sich nicht entgegenzustellen getraute? Nun aber ist alles ganz anders. Jedenfalls programmatisch, was durchaus nicht nichts, sondern eine ganze Menge ist. In seiner Rede am 25. September 2008 in Toulon, aus der die obigen Zitate stammen, plädierte Sarkozy jedenfalls für eine «Neufundierung des Kapitalismus auf der Basis einer Ethik der Leistung und Arbeit».

Dies ist immerhin ein Anfang. Doch wie soll es weitergehen? Und was genau ist am Markt eigentlich problematisch? Jedenfalls sollte man sich keinen Illusionen hingeben. Denn die Marktgläubigkeit, das heißt die Annahme, dass die Marktlogik dem guten Leben und dem fairen Zusammenleben dienlich ist – je reiner sie etabliert ist, desto mehr –, ist viel zu tief in den ökonomischen Wissenschaften verwurzelt, als dass sie durch ein singuläres Ereignis, und sei es auch so explosiv und krisenhaft zu Tage getreten wie die Finanzmarktkrise, von heute auf morgen erschüttert werden könnte.

Durch die Schule der ökonomischen Wissenschaften, durch die Schule der VWL oder BWL, laufen praktisch alle, die sich professionell mit »der Wirtschaft«, und das heißt ja immer: mit der Marktwirtschaft, auseinandersetzen. Und diese prägen dann, als Akteure der Wirtschaft oder der Politik (etwa als Berater oder Journalisten), diese Wirtschaft und kommentieren sie – zumeist als eine erfreuliche oder als sachzwanghaft hinzunehmende Er-

scheinung. Nach dem Platzen der Blase wird nun jedoch hier und dort gefragt, ob an den Wirtschaftsfakultäten vielleicht die falschen Lehren verbreitet werden – und die Lehrbücher umzuschreiben seien. Vielen, aber nicht allen, ist klar, dass »ein neues Denken nötig« ist, und zwar, wie Edmund S. Phelps, Nobelpreisträger der Wirtschaftswissenschaften anfügt, »in jedem Fall« (*Der Spiegel*, 10.11.2008), womit zugleich gesagt ist, dass noch reichlich unklar ist, in welche Richtung dieses »neue Denken« über Markt und Wettbewerb gehen müsse.

In der Tat bildeten die Lehrbücher der »politischen Ökonomie« – die sich heute allerdings ganz und gar unpolitisch und wertfrei wähnt – die »Drehbücher der gegenwärtigen Krise«. Doch, fragt Christian Geyer (*FAZ*, 08.04.2009), »wo bleibt die fundierte Kritik an der Wissenschaft der politischen Ökonomie?« Das »naturgesetzliche Gebaren dieser Wissenschaft« gelte es »nachhaltig zu erschüttern«.

»Aber wer macht den Erschütterer? Wer sagt: Die politische Ökonomie ist nackt, ihre Lehrbücher müssen umgeschrieben werden?«

Die Lehrbücher der Ökonomik können in dem vorliegenden Bändchen selbstverständlich nicht umgeschrieben werden. Doch kann und soll die Notwendigkeit aufgezeigt werden, warum sie und in welche Richtung sie umgeschrieben werden müssten, warum die Standardauffassungen über die generell »positiven« Eigenschaften, die Markt und Wettbewerb zugeschrieben werden, falsch sind. Diese Theorien und Sichtweisen prägen unser aller Denken über die Marktwirtschaft. Wir mögen gegenüber bestimmten Sichtweisen, die irgendwie als »pro Markt« daherkommen (selbst dies festzustellen ist gar nicht so einfach), ein Unbehagen empfinden. Aber warum genau diese Sichtweisen falsch sind, das lässt sich nicht so leicht aus dem Är-

mel schütteln. Hier ist professionelle Reflexionsarbeit angesagt. Dies ist denkerische Knochenarbeit.

Falsch ist das *Prinzip Markt* (Thielemann, 1996), das heißt die Überhöhung der Marktlogik zum Prinzip des guten Lebens und des fairen Zusammenlebens – nicht nur in der Wirtschaft, sondern generell, wobei das Wirtschaften ja sowieso einen (bedeutenden) Teil unseres Lebens bildet. Falsch ist also nicht »die Marktwirtschaft«. Denn es gibt beim besten Willen keine Alternative zur Marktwirtschaft. Sollte etwa das Kaufen und Verkaufen generell abgeschafft werden? Eine abwegige Vorstellung. Nicht »der Markt ist am Ende«, wie die *NZZ am Sonntag* (15.02.2009) angesichts der Reaktionen auf die Finanzmarktkrise besorgt mutmaßt, sondern die Marktgläubigkeit. In Frage steht nur – allerdings – die Frage, welchen relativen Status die Marktlogik in unserem Leben spielen soll. Dies ist eine Frage von menschheitsgeschichtlicher Bedeutung. Allerdings ist sie, so meine ich, bislang nicht überzeugend beantwortet, geschweige denn überhaupt klar gestellt worden.

Die Bedeutung dieser Frage ergibt sich daraus, dass sich die Marktlogik, so sie in ihrer Problematik unverstanden bleibt, ganz von allein zum alles beherrschenden Prinzip aufschwingt. Adam Smith, der als Begründer der Volkswirtschaftslehre gilt, hatte im *Wohlstand der Nationen* (1776, S. 582) den Marktprozess als das »einsichtige und einfache System der natürlichen Freiheit« bezeichnet. Es ist eben ganz »einfach« einzusehen, dass es für jeden Einzelnen vernünftig ist, sich den Zwängen des Wettbewerbs anzupassen und hierfür über die nötigen Handlungsspielräume zu verfügen. Deutlich schwieriger einzusehen ist hingegen, dass dies eine schale Freiheit ist, die, wenn sie zum Inbegriff von Freiheit erkoren wird, nur eine Scheinfreiheit markiert, wie noch zu zeigen ist. Schwierig einzusehen ist auch, dass die mit dem »einsichtigen und einfachen System der natürlichen Freiheit« verbundene Gesellschaft inhuman wäre.

Übrigens – Adam Smith war primär Moralphilosoph. Sein ethisches Hauptwerk war die *Theorie der ethischen Gefühle* (1759). Ob zwischen seinen moralphilosophischen und markttheoretischen Ausführungen ein Gegensatz besteht, darüber herrscht seit jeher ein Streit unter Fachleuten (sogenanntes »Adam-Smith-Problem«). Es kursiert die These, dass Smith im letzten Hauptwerk zum Thema Recht und Staat, das allerdings unveröffentlicht blieb, eine Klarstellung zwischen dem »liberalen«, genauer: libertären Grundtenor des *Wohlstands der Nationen* und der moralisch geprägten *Theorie der ethischen Gefühle* versuchen wollte. Vielleicht hätten wir heute eine anders ausgerichtete Volkswirtschaftslehre, hätte Smith dieses Manuskript nicht kurz vor seinem Tode vernichten lassen.

Wirtschaftsethik

Welchen Stellenwert soll die Marktlogik in unserem Leben einnehmen? Dies ist selbstverständlich eine normative, eine ethische Fragestellung. Die Ethik ist die Theorie, die sich mit dem Sollen beschäftigt, mit der Frage also, was richtig oder falsch, legitim oder illegitim, fair oder unfair, verantwortbar oder unverantwortlich ist. Die Wirtschaftsethik beschäftigt sich mit der gleichen ethischen Grundfrage mit Blick auf den Gegenstand »Wirtschaft«.

Ethik ist eine kritische Wissenschaft, eine Reflexionswissenschaft. Die Schlüsselfrage der Ethik lautet: Wird eine Handlungsweise *zu Recht* mit dem Etikett »ethisch richtig« versehen, also als fair, legitim, verantwortbar und so weiter klassiert. (Zumeist erfolgen solche Klassierungen oder Rechtfertigungen allerdings unter der Hand – man benutzt etwa Begriffe wie »optimal«, »rational«, »besser«, »sinnvoll«, »innovativ« und so weiter. All dies sind ethische beziehungsweise normative Begriffe.

Es kommt darauf an, ihren ethischen Gehalt systematisch zu Tage zu fördern.) Man erkennt, die Ethik ist nichts Abgehobenes. Denn ob eine Handlungsweise ethisch richtig ist, darum drehen sich letztlich alle öffentlichen beziehungsweise politischen Diskussionen, die wir führen oder die wir – als Staats- und Wirtschaftsbürger – verfolgen. Und die Frage ist nur, ob wir dies systematisch tun. Nur dann gewinnen wir Klarheit.

Man kann auch gar nicht umhin, eine Ethik zu vertreten, wenn man über die soziale Welt, über unser Zusammenleben spricht (wozu natürlich auch das Wirtschaften gehört). Denn ansonsten wäre dieses Reden sinnlos. Dies gilt natürlich auch für Theorien über das Wirtschaften. Daher sind alle ökonomischen Theorien im Kern Wirtschaftsethiken. »Ökonomik ist Ethik«, so hat der an der Fachhochschule Würzburg lehrende Ökonom Karl-Heinz Brodbeck (2002) diese Grundeinsicht des Ansatzes Integrativer Wirtschaftsethik (Ulrich, 2008) auf den Punkt gebracht. Im Guten wie im Schlechten, ist damit natürlich gemeint. Doch glauben die Ökonomen in ihrer überwiegenden Mehrheit immer noch, dass sie eine »wertfreie«, ethisch »neutrale« Wissenschaft betreiben. Wo doch jeder, der mit VWL oder BWL in Berührung kommt oder Stellungnahmen von Ökonomen oder ökonomisch ausgebildeten Experten vernimmt, zumindest intuitiv spürt, dass da, jedenfalls typischerweise, eine ganz bestimmte Position vertreten wird, nämlich darüber, wie in wirtschaftlichen oder überhaupt in allen sozialen Angelegenheiten *richtigerweise* zu verfahren sei, was »aus ökonomischer Perspektive« die *richtige* Sicht der Dinge ist. Und diese »richtige Sicht« ist immer, nämlich definitionsgemäß, die *ethisch* »richtige Sicht«, jedenfalls dem eigenen Geltungsanspruch nach.

Der Vorwurf, der Ökonomen zu machen ist, ist also zunächst der, dass sie eine bloß »implizite Ethik« (Brodbeck) vertreten. Ob diese verschwiegene Ethik der Ökonomik dem kritischen Urteil standhält, wenn man sie explizit und damit beurteilbar

macht, dies wird hier allerdings bezweifelt. Die folgenden Ausführungen sollen im Einzelnen zeigen, warum diese Position falsch ist.

Worin besteht nun diese ethisch verschwiegene Sicht der Ökonomik? Ihr Kern ist im Prinzip der Gewinnmaximierung oder allgemeiner: der Nutzenmaximierung zu suchen. Dieses wird auf mehr oder minder komplexen Pfaden zu legitimieren versucht. Das, was der Volksmund »Gier« nennt, nennen Ökonomen »Rationalität«. Und wer möchte denn schon für Irrationalität plädieren? Das Eigeninteressenstreben, für das der Name Homo oeconomicus steht, wird so kurzerhand zum Inbegriff des Vernünftigen und damit Richtigen erklärt – einfach *qua* begrifflicher Qualifizierung. Wer nicht seine eigenen Interessen verfolgt, wie immer diese definiert sein mögen, wer es folglich für richtig hält, dass auch die Interessen anderer berücksichtigt werden sollten, und zwar einfach, weil diese Beachtung verdienen, der sieht sich auf die Seite der Irrationalität gestellt – oder vielleicht als »Gutmensch« verunglimpft?

Neuerdings sieht er sich mit »Animal Spirits« ausgestattet (Akerlof/Shiller, 2009). Hierzu gehört Akerlof und Shiller zufolge ausdrücklich auch ein Sinn für Fairness. Dies ändert allerdings nichts an der Klassierung dieser anderen Orientierungen im Ganzen als »irrational«. Die Menschen handeln eben nicht immer »rational«, so wird dann gesagt, das heißt nicht immer ihrem durchsetzbaren Eigeninteresse gemäß, wie immer sie dieses definieren.

Im umfassenden Sinne vernünftig ist die Gewinnmaximierung aus der Sicht der ökonomischen Standardauffassung aber vor allem, da sie dem Wohle aller dienen soll, der »unsichtbaren Hand« (Adam Smith) des Marktes sei Dank. Diese Annahme bildet den Kern der ökonomischen Ideologie, des Ökonomismus, der Marktgläubigkeit. Ich verwende all diese Begriffe synonym, vermeide aber den in der Öffentlichkeit für dieses Denken gebräuchlichen

Begriff des »Neoliberalismus«. Denn die Neoliberalen, das waren ursprünglich die Väter der sozialen Marktwirtschaft, die nicht nur von Marktgläubigkeit geprägt waren, sondern teilweise auch von Marktskepsis. Zur Abgrenzung haben sie sich später »Ordoliberalen« genannt.

Marktgläubigkeit ist der buchstäbliche Glaube, dass die Marktlogik, die Ergebnis des Eigeninteressestrebens des Homo oeconomicus ist, zahlreiche ethisch »positive« Eigenschaften besitzt oder gar den Inbegriff der ethischen Vernunft markiert. Es ist der Glaube, dass alles gut wird, wenn nur der Markt regiert. Der Witz ist dabei immer, dass die Handlungsakteure – etwa strikt nach Rendite strebende Unternehmen – das Gute (angeblich) bewirken, ohne es bewirken zu wollen. Dass dieses Denken weit verbreitet ist, zeigt sich etwa in der Volksweisheit: »Gut ist das Gegenteil von gut gemeint.«

Leider ist der Ökonomismus im Ganzen ein irrationales Unterfangen. Er ist noch vormodernem Denken verhaftet und hat noch nicht wirklich die Aufklärung durchlaufen. Er glaubt, sich mit der Rhetorik der Freiheit schmücken zu dürfen, repräsentiert aber ein Modell einer Gesellschaft von letztlich Unfreien. Nur merken sie es nicht oder sollen es nicht merken. Und es ist auch nicht einfach, es zu merken.

Überblick

Um den Ökonomismus zu verstehen, müssen wir den Markt und dessen eigenartige Logik der Interaktion besser und genauer verstehen. Es ist dies die Interaktionslogik von Tauschpartnern, von Käufern und Verkäufern, die sich allein durch Verträge binden, die zum Zwecke der Vorteilsmaximierung geschlossen werden. Zwar lässt sich bezweifeln, ob dies eine zutreffende Charakterisierung der sozialen Marktwirtschaft ist, wie wir sie kennen.

Doch wird damit eben die reine Logik des Marktes benannt, die ja dann auch von den Marktgläubigen verteidigt wird.

Die Klärung der Marktlogik (Kapitel 2) bildet die Klammer der wirtschaftsethischen Erkenntnisreise, die im Folgenden unternommen werden soll. Zunächst steht der Vorteilstausch im Zentrum, das Kaufen und Verkaufen von was auch immer: Konsumgüter, die eigene Arbeitskraft, vielleicht ganze Unternehmen. Es schließt sich die Frage an, was denn daran, dass da zwei Seiten zusammenkommen und beide einen Vorteil erzielen, ethisch falsch sein könnte. Es ist doch Win-win, wie man so sagt. Nur leider wird die Rechnung ohne den Wettbewerb gemacht. Wie bitte? Die Ökonomen sind doch die Spezialisten für den Wettbewerb, er bildet neben dem Vorteilstausch das Allerheiligste der ökonomischen Theoriebildung. Und diese Ökonomen sollen die Wirkungsweise des Wettbewerbs nicht verstanden haben?

Genau dies. Oder sie wissen um diese dunkle Seite des Marktprozesses, aber verheimlichen sie. Wir müssen den Wettbewerb verstehen, um zu verstehen, was mit dem Marktprozess (der den Wettbewerb einschließt) ethisch auf dem Spiel steht. Eine ganze Menge nämlich. Er sorgt in der Tat für Wachstum und einen stetig steigenden Konsumwohlstand – der allerdings zunehmend ungleicher verteilt wird (Kapitel 6) –, aber er sorgt auch dafür, dass wir zunehmend zu seinen Gefangenen werden (Kapitel 7). Es ist kein Zufall, dass das Leben immer stressiger wird. Getrieben werden wir dabei von einer sozusagen dritten Macht, die ganz »natürlich« daherkommt – nämlich von den »unsichtbaren« Sachzwängen des globalen Wettbewerbs als eines Prozesses »schöpferischer Zerstörung« (Josef A. Schumpeter). Diese führen dazu, dass wir zunehmend zu »Lebensunternehmern« unseres eigenen »Humankapitals« werden, in das es »lebenslang« zu investieren gilt. Ansonsten finden wir uns bald auf der Verliererstraße wieder.

Ob dies dem guten Leben noch dienlich ist und ob der Konsumwohlstand noch die lebensunternehmerischen Anstrengungen aufwiegt – diese Fragen nur schon zu stellen, bedeutet, den Ökonomismus im Ansatz zu überwinden. In der Konsequenz müsste der Wettbewerb in die Werte und Normen der Bürger eingebettet und das heißt immer auch: begrenzt werden. Das genaue Gegenteil ist in den letzten Jahren passiert. Die Politik wurde zunehmend auf Standortpolitik reduziert (Kapitel 6). Und sie agierte wie eine Art Unternehmung im Großformat – mit allen Bürgern als ihren Beschäftigten und Erfolgsfaktoren. Nur ja attraktiv sein oder noch attraktiver werden für das global vagabundierende Kapital. Denn nur dieses schafft ja die dringend benötigten Arbeitsplätze. Der damit verbundene, aus politisch-liberaler Sicht unerhörte Freiheitsverlust machte Volkssouveränität zur Farce und führte zu einer massiven Verschiebung des Wohlstands hin zu den Kapitaleinkommen und auch zu einer Prekarisierung der Arbeit. Dieser unerklärte Abschied vom Wohlstand für alle ergibt sich vor allem daraus, dass die Rolle, die das Kapital im Prozess »schöpferischer Zerstörung« spielt, vollständig unverstanden geblieben ist (Kapitel 6). Zugleich wurde mit dem »Hofieren« des Kapitals (Hans-Werner Sinn) die Grundlage für die Finanzmarktkrise gelegt.

Wie »ticken« eigentlich die Entscheidungsträger der Wirtschaft, Unternehmer und Manager, die die Sachzwänge sei es exekutieren oder die Folgen des eigenen Vorteils- beziehungsweise Renditestrebens (etwa in Form von Entlassungen) als Sachzwang verkaufen (Kapitel 3)? Natürlich soll man hier keine Pauschalurteile abgeben. Deutschland ebenso wie andere Ländern haben eine ganze Reihe verantwortungsvoll agierender Unternehmer und Manager. Doch gab es da in den letzten Jahren einen Trend – nicht nur hin zur ökonomischen Radikalisierung, sondern auch zu Managervergütungen, die alle bisherigen Vorstellungen sprengten (Kapitel 4). Alles eine »Neiddiskussion«? Es

gibt immer noch einige, die dies behaupten. Die überwiegende Mehrheit der Bürger findet Vergütungen dieser Größenordnungen allerdings unanständig beziehungsweise unfair. Und sie liegen mit ihrer Intuition ganz richtig.

Dazu müssen wir uns zweierlei klarmachen. Einkommen werden nicht auf dem Mond erzielt. Das Wirtschaften spielt sich vielmehr zwischen den Menschen ab – auch im anonymen Weltmarkt, Sachzwänge hin oder her. Bezweifelt dies jemand? Wohl kaum, jedenfalls nicht explizit. Doch wird, gerade von Ökonomen, häufig so getan, als hätten wir es mit objektiven, ethisch »neutralen« Preisbewegungen zu tun, die personenunabhängig, den Bewegungen der Planeten gleich, durch einen menschenleeren Raum driften, was dann »die Wirtschaft« genannt wird (Kapitel 5). Womit die dahinterliegenden Schicksale, ebenso übrigens wie die Gier, die zumindest einige antreibt, in Vergessenheit geraten beziehungsweise unthematisiert bleiben.

So kann, zweitens, auch eine der Kernfragen der Wirtschaftsethik, nämlich die nach der Fairness der Gestaltung der Arbeitsteilung zwischen den Menschen, sei es auf betrieblicher, volkswirtschaftlicher oder letztlich weltwirtschaftlicher Ebene, nicht wirklich in den Blick geraten. Die Fairnessfrage zu stellen soll den Anlass bilden, nach der Ethik im Allgemeinen zu fragen (Kapitel 4). Welche Dimensionen der Gerechtigkeit lassen sich unterscheiden und welche Grade der Verbindlichkeit kommen diesen jeweils zu? Und lässt sich eine solche verbindliche Perspektive überhaupt festmachen und begründen? Ja, durchaus. Wir müssen uns aber von vormodernen Vorstellungen einer Ethik lösen, die moralische Verbindlichkeit aus einem Normenkatalog zu schöpfen können meint. Eine moderne Ethik, die sich auf Einsichten Kants und der Diskursethik stützt, kann durchaus Orientierungssicherheit bieten – und danach suchen wir alle –, aber nur auf der Ebene von Prinzipien, nicht auf der Ebene von

Normen, die nur noch »angewendet« werden müssten, und erst recht nicht in Form »fester Werte«.

Warum kursieren eigentlich derart viele verquere Theorien über gutes und richtiges Wirtschaften? Einerseits, weil die Funktionseigenschaften des Wettbewerbsprozesses weithin unverstanden bleiben, andererseits, weil es an den ethischen Grundlagen hapert. Noch schwieriger ist es, beides zusammenzubringen. Dieses geschieht in der Wirtschaftsethik. Deren Aufgabe besteht darin, in das zumeist bloß implizite wirtschaftsethische Denken Ordnung zu bringen. Die drei grundlegenden Paradigmata, wie Ethik und Wirtschaft zusammenzudenken sind – Separatismus, Ökonomismus und Integration – werden in Kapitel 5 vorgestellt und kritisch beleuchtet. Die ersten beiden werden verworfen, und zwar aus der Perspektive des Ansatzes der integrativen Wirtschaftsethik. Dabei wird sich zeigen, dass die Marktapologetik nicht bloß frontal zur Geltung gebracht wird – in Form des Ökonomismus nämlich –, sondern auch indirekt, nämlich dadurch, dass das Wirtschaften stillschweigend als »neutral« hingestellt wird. Dieses Denken wird als separative Wirtschaftsethik bezeichnet.

Es ist sinnvoll, derart nach grundlegenden Konzepten und typischen Denkweisen über das (angeblich) ethisch richtige Wirtschaften zu fragen, weil man merken wird, dass mit diesem Denken in verschiedenen Zusammenhängen immer wieder die gleichen Fehler gemacht werden. Das Sachzwangdenken, welches die Unausweichlichkeit der Anpassung an die Marktzwänge behauptet, ist im Kern dem Separatismus zuzuordnen. Für die Unternehmensethik, die einen gewichtigen Teil der Wirtschaftsethik bildet, manifestiert sich dieses Denken im Glauben, dass es zumindest teilweise »unmöglich« sei, die Geschäfte »unter den Bedingungen des Wettbewerbs« ethisch verantwortungsvoll zu führen. Separativ-ethisch ist auch die Annahme, Unternehmensethik ließe sich in Form von Spendenethik betreiben.

Auf Unternehmensebene manifestiert sich der Ökonomismus in der Annahme, dass sich »Ethik« langfristig auszahle. Man müsse nur langfristig genug denken. Nicht nur Manager und Unternehmer denken mehrheitlich so – wie schön, wir können mit der Gewinnmaximierung fortfahren, denn ethisch falsch machen können wir ja dann nichts. »Ethik zahlt sich langfristig aus« ist auch eine Art »moderne« Volksweisheit. Man meint, damit den Stein der Weisen gefunden zu haben, der alles so lässt, wie es ist und diese Welt des ökonomischen Vorteilsstrebens doch mit den Vorgaben der Ethik vereinbar macht.

Nur leider ist die Annahme falsch. An ihrer Widerlegung lässt sich demonstrieren, was den Ökonomismus im Ganzen auszeichnet: Er vertritt nämlich letztlich eine Ethik ohne Moral und damit eine »Ethik« – beziehungsweise eine Anti-Ethik – des Rechts des Stärkeren.

Die Sorge, die viele beschleicht, dass sich diese Logik des Auszahlens in allen Lebensbereichen der Gesellschaft breitmacht, ist also durchaus berechtigt. Die damit angesprochene Ökonomisierung der Lebensverhältnisse (Kapitel 3 und 7) manifestiert sich etwa darin, dass Schüler, Studenten, Patienten oder Klienten zunehmend zu »Kunden« werden. Damit verschieben sich die Relevanzen. Was vorher Zweck war und dem eigenen beruflichen Handeln Sinn verlieh, wird nun zum Mittel eines einzigen Zwecks: der eigenen ökonomischen Performance.

Die Ökonomisierung hat mehrere Ursachen: der globale Wettbewerbsdruck, der statt nach Bildung nach der Ausbildung der für den Wettbewerbskampf nötigen »Skills« verlangt – und übrigens auch nach den entsprechenden marktapologetischen Einstellungen. Zudem dürften in den Köpfen der Akteure ökonomistische Hintergrundannahmen herumschwirren: Was sich auszahlt, das kann ja doch nicht falsch sein. Mit Max Frisch gesprochen: »Vernünftig ist, was rentiert.«

Wenn der Markt nicht zum Prinzip des Guten und Richtigen

erhoben werden kann, was soll dann an seine Stelle treten? Die Antwort hat Karl Polanyi bereits in den vierziger Jahren des letzten Jahrhunderts im Kern gegeben: An die Stelle des Marktprinzips tritt die Einbettung des Marktes in unsere wohlverwogenen Werte und Normen. Der Markt tritt sozusagen ein Glied zurück. Nicht ihm kommt das Primat zu, sondern unserer moralischen und politischen Autonomie.

Im Kern ist damit kein neues Konzept benannt, sondern ein altbekanntes: nämlich die Soziale Marktwirtschaft, die freilich zu erneuern und im emphatischen Sinn zu modernisieren ist (Kapitel 8). Dies ist eine Daueraufgabe, deren Notwendigkeit allerdings erst ersichtlich wird, wenn wir uns von der Marktgläubigkeit verabschiedet haben.

Die Soziale Marktwirtschaft, das sind nicht nur die sozialen Sicherungssysteme. Das ist auch das verantwortungsvolle Handeln von uns allen als Wirtschaftsbürgern – sei es als Konsumenten, Beschäftigten, Investoren (ja, auch diese) oder Entscheidungsträgern an den Schalthebeln wirtschaftlicher Macht. Hier hat sich in den letzten Jahren eine ganze Menge getan. »Fair Trade«, »Social Responsible Investment«, »Corporate Social Responsibility« sind die aktuellen Stichworte dazu. Nico Stehr (2007) spricht von der »Moralisierung der Märkte«. Diese ist Teil der »menschlichen Marktwirtschaft« (Angela Merkel).

Einigermaßen unbemerkt von einer breiteren Öffentlichkeit bekennen sich heute beinahe alle großen Unternehmen zu »Unserer Verantwortung in der Gesellschaft« – zumeist prominent auf den Unternehmenswebsites. Vieles davon ist noch vom alten instrumentalistischen Geist infiziert – aber nicht alles. Hier zeichnet sich ein neues Zusammenspiel ab zwischen Zivilgesellschaft – das sind wir alle als engagierte (Wirtschafts-)Bürger – und Unternehmen, welches das Gesicht der Wirtschaft »nachhaltig« verändern könnte. Das ist soziale (oder sozial-ökologische) Marktwirtschaft von unten – erneuert und frisch betrieben.

Die Gretchenfrage ist auch hier: In welchen Konzepten wird all dies wahrgenommen und praktisch betrieben? Und sind Unternehmen, die es mit der Geschäftsintegrität ernst meinen, im Wettbewerb nicht hoffnungslos auf der Verliererstraße? Nicht unbedingt. Das Konzept verdienter Reputation weist einen Ausweg (Kapitel 5).

Allerdings nur einen partiellen. Zu den Grundbotschaften integrativ verstandener Wirtschaftsethik gehört die Einsicht, dass die Ethik des Wirtschaftens an verschiedenen Orten der Moral zu verwirklichen ist. Individualethik und Institutionenethik, Geschäftsethik und Ordnungsethik müssen zusammen gedacht werden und zusammen wirken. Warum genau ist Ordnungsethik und natürlich eine praktisch betriebene Regulierung des Wirtschaftens nötig? Und widerspricht Regulierung nicht der Freiheit der Bürger? Dies glauben nur Libertäre – das sind diejenigen, die Willkürfreiheit mit Freiheit verwechseln. Wahrhaft Liberale wie etwa Ralf Dahrendorf (1929–2009) betonen hingegen die Bedeutung der politischen Freiheit. Bereits der Begriff ist für Libertäre ein Widerspruch in sich.

Doch es hilft alles nichts. Unterhalb der Schwelle einer Weltordnungspolitik werden alle Staaten zu (mehr oder minder) stillen Befehlsempfängern des global zirkulierenden Kapitals. Politische Autonomie – und das heißt für Demokratien: Volkssouveränität – lässt sich in Zeiten des globalen Wettbewerbs nur weltinnenpolitisch zurückgewinnen (Kapitel 8). Es geht nicht darum, den globalen Marktwettbewerb abzuschaffen, wohl aber den Wettbewerb zwischen den Politiken der Staaten. Es geht darum, das Primat der Politik zurückzuerobern (welches mit einem Primat der Politiker nicht zu verwechseln ist), denn ansonsten herrscht das Primat des Wettbewerbs beziehungsweise das Recht des Wettbewerbsstärkeren – und des Kapitals.

Zum Glück haben weite Teile der Politik die Notwendigkeit der Regulierung der Märkte – nicht nur der Finanzmärkte – auf

der Ebene einer »Weltinnenpolitik« (Willy Brandt) erkannt. Die Politik hat erkannt, dass sie sich hat entmündigen lassen – und dass sie damit auf dem ökonomistischen Holzweg war.

Wie eine »menschliche Marktwirtschaft«, wie sie Angela Merkel anvisiert, aussehen könnte, dazu möchte dieses Buch einen Beitrag leisten. Seine Hauptstoßrichtung besteht darin, sozusagen den Schutt beiseitezuräumen, um sich dieser Frage unvoreingenommen zuzuwenden. Und dieser Schutt, das ist der Ökonomismus, das ist die Marktgläubigkeit, die immer noch in den Köpfen der Ökonomen (jedenfalls in ihrer Mehrheit) steckt. Diese sehen sich nach wie vor als die »konsequentesten Fürsprecher des Marktes« (Breyer, 2008, S.128). Immerhin erkennen sie, dass »der Rest der Bevölkerung« das Marktprinzip »eher skeptisch« sieht. Diese Skepsis ist berechtigt. Das vorliegende Buch möchte dazu beitragen, diese Skepsis besser begründen zu können.

2 Den Markt verstehen

Was ist der Markt? Jene Maschinerie, die diesen gigantischen Wohlstand schafft, wie wir ihn heute kennen, sagen die Ökonomen. Eine Maschinerie, die Ausdruck unserer Freiheit ist und der als einzige Wirtschaftsform das Etikett »freiheitlich« gebührt. Entweder sei die Wirtschaft marktförmig organisiert, oder es herrsche Zwang.

Zugleich ist der Markt nach vorherrschender Lehrbuchmeinung der Ort, an dem Angebot und Nachfrage zusammentreffen. Dies trifft in der Tat zu. Doch zugleich ist diese Charakterisierung schrecklich nichtssagend. Gibt es da vielleicht etwas zu verbergen mit der Marktlogik?

Was tun die Leute eigentlich da im Markt miteinander? Sie tauschen. Natürlich nicht Brötchen gegen Zahnpasta (dies wäre Naturaltausch), sondern Brötchen oder Zahnpasta gegen Geld. Eine Marktwirtschaft ist eine Tauschwirtschaft. Der eine gibt, der andere zahlt. Dabei ist einerlei, ob Computer, ein Haarschnitt, Autos, Brote, die eigene Arbeitsbereitschaft oder ganze Unternehmen gegeben werden. All dies sind Leistungen, und wer sie anbietet, ist ein Verkäufer, wer sie bezieht, ist ein Käufer. Die Gegenleistung besteht im Geld, mit dem man die Leistung erwirbt. Der Markt ist mithin die Summe all dieser Beziehungen zwischen Käufern und Verkäufern, Zahlenden und