

Vertrauen und Verantwortung

Grundlagen einer Gesellschaftsanalyse

Teil II: Wirtschaft

Christoph Noebel

4.10 Humanes Wirtschaften: Theorie und Praxis

4.10.1 Wirtschaftsethik: Konzepte moralischen Handelns

Bevor wir uns mit einigen Konzepten der *Wirtschaftsethik* befassen, sollte kurz der Unterschied zwischen *Moral* und *Ethik* geklärt werden. Obwohl die Begriffe der Moral und Ethik oft gleichbedeutend genutzt werden, besteht ein konzeptioneller Unterschied zwischen den existierenden Normen der Moral und einer Auseinandersetzung mit der Vielzahl alternativer Wertesysteme. Da sich die Ethik mit unterschiedlichen Formen und Motiven der Moral beschäftigt, entspricht sie einer übergeordneten *Reflexionsebene*, auf der die Beschaffenheit und Sinnhaftigkeit diverser *Wertesysteme* erörtert wird. Wie der Begriff bereits verdeutlicht, deckt die Wirtschaftsethik nur einen Teilbereich der Moralphilosophie ab und ist daher als Anwendung allgemeiner Moralvorstellungen auf den Wirtschaftsbereich zu verstehen. Diesbezüglich sei erneut auf die in Deutschland gängige Wahrnehmung einer Trennung zwischen den Disziplinen der Ökonomik und Wirtschaftsethik hingewiesen. Diese fragwürdige Spaltung schlägt sich besonders in der populären Charakterisierung des *Homo oeconomicus* nieder, die ihm die Fähigkeiten zu moralischem Verhalten abspricht [K4.2]. Obwohl wir mit unserem universellen Gegenmodell die vermeintliche Unvereinbarkeit zwischen Wirtschaft und Moral auflösen, ist es dennoch sinnvoll, sich näher mit einigen Ansätzen der Wirtschaftsethik zu beschäftigen. Nicht nur verschafft dieser Bereich einen Einblick in die Moralphilosophie, er ermöglicht auch eine entsprechende Einordnung unseres Konzepts der *integrativen Wirtschaftslehre*. Darüber hinaus dient diese Abhandlung als Vorbereitung der Analyse alternativer Wirtschaftsmodelle [K4.10.3] und als Vorlage für das vergleichbare Konzept einer *Staatsethik* [K5.10].

In der Beschreibung unterschiedlicher Verantwortungsformen wurde bereits auf die Differenzierung zwischen individueller, institutioneller und systemischer Verantwortung hingewiesen [K2.2]. Im Bereich der Wirtschaftsethik spiegelt sich diese Gliederung in den sogenannten *Mikro-, Meso- und Makroebenen* wieder. Im Folgenden konzentrieren wir uns nur auf die beiden ersten Bereiche und widmen uns der übergeordneten Frage nach der Moral des gesamten Marktsystems in einer separaten Untersuchung [K4.10.2]. Auf der Mikroebene liegt es nahe, eine Verbindung zwischen den Konzepten der *persönlichen Verantwortung* und *Individuethik* herzustellen. Obwohl wir in der Charakterisierung des *Homo oeconomicus* bereits auf einige Aspekte der Individuethik eingegangen sind, sollen im Folgenden vier der wichtigsten Moralprinzipien noch einmal aufgeführt werden. Generell beschäftigt sich die Ethik mit zwei wesentlichen Fragen: Wie manifestiert sich moralisches Handeln? Auf welche Motive ist moralisches und sozial verantwortliches Verhalten zurückzuführen?

Das Konzept der *Tugendethik* basiert ursprünglich auf den Ausführungen des griechischen Philosophen Aristoteles. Sie bezieht sich auf moralische Positionen und Handlungen, von denen anzunehmen sei, dass sie den natürlichen Charaktermerkmalen des Menschen entsprechen. Amoralisches Handeln wie Betrug oder Mord betrachtet Aristoteles als Widerspruch zur menschlichen Natur. Generell unterscheidet sein Ansatz zwischen zwei Tugendarten. Zu den *Verstandestugenden* zählen die Eigenschaften der Ver-

nunft, Rationalität, Klugheit und Weisheit, während die *Charaktertugenden* aus Tapferkeit, Gerechtigkeit, Mäßigung, Großzügigkeit und Fürsorglichkeit bestehen. Als Hauptmotiv für moralisches Handeln diene das Streben nach individuellem *Glück*, denn dieser Zustand speise sich primär aus der geistigen Reflexion über Sinn und Beschaffenheit tugendhaften Verhaltens. Der Mensch erlangt demnach die höchste Form des Glücks, wenn er die maximale Stufe der Kontemplation und Weisheit erlangt. Zu den wichtigsten Bedingungen für das Erreichen dieses geistigen Glückszustands zählt nicht nur die Vernunft, sondern auch die Wahrnehmung äußerer Umstände. Aristoteles war daher bereits insofern modern, als er den Einfluss sozialer Herkunft und moralischer Sensibilisierung durch Erziehung und Bildung erkannte. Für die Wirtschaftsethik bedeutet die klassische Tugendethik ein persönliches Streben nach Integrität, Vertrauenswürdigkeit, Zufriedenheit und einem *guten Leben*.

Im Gegensatz zur Tugendethik stellt Immanuel Kant die Moral in einen *gesellschaftlichen Kontext*. Sein kategorischer Imperativ dient als festes Regelwerk, das dem Einzelnen ermöglicht, als Mitglied der Gesellschaft konsequent moralisch handeln zu können. Der Wirtschaftsakteur verhält sich also nur dann sittlich, wenn er jeden Akt anhand des Imperativs auswertet und reziprokes Verhalten anderer Akteure als allgemeinen Maßstab für die Moralität seines Handelns nutzt. Die kantische Moralvorstellung wird aus diesem Grunde als *Pflichtethik* bezeichnet. Im Kontext der individuellen Vertrauensbildung haben wir nicht nur auf die Bedeutsamkeit des kategorischen Imperativs hingewiesen, sondern auch auf die Lockerung dieses Ansatzes durch Friedrich Hegel [K2.1.3]. Er bestand darauf, dass äußere Umstände dazu beitragen können, die strenge Einhaltung pflichtethischer Prinzipien aus guten Gründen und zum Wohle der Gesellschaft zu verletzen.

Diesbezüglich lässt sich Hegel als Vorreiter der neueren Ethikvariante des *Konsequentialismus* einordnen. Wie bei Kant beruht dieses Ethikmodell auf einer gesellschaftsorientierten Verpflichtung, die sich jedoch nicht ausschließlich auf das fixe Regelwerk eines Imperativs bezieht, sondern auch auf die rationale Beurteilung jeder Handlung hinsichtlich ihrer *sozialen Auswirkungen*. Anders als im Fall der strengen Pflichterfüllung liegt das Motiv moralischen Verhaltens darin, die Vernunft walten zu lassen und so zu handeln, dass aus den Konsequenzen dem Gemeinwohl kein Schaden zugefügt wird. Im Wirtschaftskontext lassen sich beispielsweise ethischer Konsum und sozial ausgerichtete Investitionen als Beispiel für den Konsequentialismus heranziehen, da sie dem Motiv entsprechen, einen persönlichen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten. Der Konsequentialismus ist mit dem Konzept des *Utilitarismus* verwandt, denn dieser beruht gleichfalls auf der Grundlage, moralisches Handeln nach seinen Vorteilen für die Gesellschaft einzustufen. Als weitere Variante des Konsequentialismus lässt sich das *Prinzip Verantwortung* des Philosophen Hans Jonas (1979) nennen. Mit seinem Ethikmodell, das nachhaltiges und zukunftsfähiges Handeln zugunsten der Natur und Menschheit fordert, schuf er die Grundlage einer *Umweltethik*.

Als vierte Perspektive der Individualethik lässt sich das Modell des *rationalen Eigenwohls* heranziehen, das als Grundlage unserer Charakterisierung des theoretischen *Homo oeconomicus* diene. In der Rechtfertigung dieses Konzepts bezogen wir uns nicht nur auf Aristoteles Tugendethik, sondern auch auf das vergleichbare Konzept der *Gefühlsethik* des britischen Philosophen David Hume. Für ihn boten moralische Gefühle, die sich aus den menschlichen Erfahrungen speisen, die Grundlage ethischen Handelns, so dass die Vernunft erst in zweiter Instanz zur Geltung kommt. Im integrativen Modell des *Homo oeconomicus* spielte die Reihenfolge zwischen individuellen Bedürfnissen und der Rationalität keine Rolle, da sie als psychologische Gegebenheiten keiner Rangfolge unterlagen.

Die verfeinerte Charakterisierung des abstrakten Wirtschaftsmenschen widerspricht dem gängigen Konzept des *rationalen Egoismus*, das keine Gemeinnützigkeit zulässt. Dieser Ansatz ist in der deutschsprachigen Wirtschaftsethik verbreitet und erklärt, warum der Wirtschaftsethiker Norbert Herold (2012) ihn als eine eigene Kategorie der Individualethik bezeichnet. Diese Position ist aus zwei Gründen problematisch. Zunächst ignoriert sie das entsprechende Gegenmodell eines *effektiven* oder *rationalen Altruismus* des australischen Philosophen Peter Singer (2015).

Zweitens ist die gängige Beschreibung des *Homo oeconomicus* als Egoist zu einseitig, da sie Fürsorge und die Möglichkeit wohlätigen Handelns ausblendet. Unser integratives Modell des rationalen Eigenwohls bezieht sich dagegen auf das gesamte Spektrum menschlicher Verhaltensmotive, das die Extremfälle des Egoisten und Altruisten einschließt. Im Vergleich zu den genannten Konzepten der Individualethik bietet der Ansatz des individuellen Eigenwohls *keinen* konkreten Hinweis, auf welcher Moralgrundlage der *Homo oeconomicus* sein persönliches Wohl bestimmt. Die Tatsache, dass er als Egoist, sozial handelnder Akteur oder als wohlätiger Altruist auftreten kann, bedeutet, dass seine Charakterisierung an keinen spezifischen Wertekodex der Individualethik gebunden ist. Über die Konzepte der Eigennützigkeit und Gemeinnützigkeit fließen durchaus normative Wertvorstellungen in das integrative Wirtschaftsmodell ein, es erlaubt jedoch nicht, eine einseitige Charakterisierung auf Basis moralischer Leit- oder Feindbilder vorzunehmen.

Unser breites Konzept des Eigenwohls enthält Aspekte, die sich mit der Markttheorie des Moralphilosophen Adam Smith (1776) decken. Als Weggefährte David Humes beschrieb er in seinem bekannten Werk „Der Wohlstand der Nationen“ das Verhältnis des Wirtschaftsproduzenten zur Gesellschaft mit dem oft zitierten Satz, der frei übersetzt lautet: „Wir erwarten, dass unsere Mahlzeit nicht auf dem Wohlwollen des Metzgers, Brauers oder Bäckers beruht, sondern auf der Beachtung ihres Eigeninteresses.“ Demzufolge verrichtet der Unternehmer seine Arbeit nicht in Bezug auf die Gesellschaft, sondern aus dem Motiv zugunsten seines Eigenwohls. Abgesehen davon, dass bezahlte Leistung stets einem Eigeninteresse dient und dieser Umstand für die meisten Arbeitenden und somit auch für Wirtschaftsethiker zutrifft, stellt sich die Frage, ob aus dem berühmten Zitat Adam Smiths zwangsläufig die Charaktereigenschaften des Egoismus und der Amoralität abzuleiten sind, die ihm oft unterstellt werden.

In seinem philosophischen Hauptwerk „Theorie der ethischen Gefühle“ verfasste Adam Smith (1759) seine früheren Thesen zur Moral. Darin argumentierte er, dass sich die menschlichen Motive für moralisches Handeln nicht aus der Berechnung eines Nutzens, sondern aus dem Empfinden *zwischenmenschlicher Sympathie* und Fürsorge ergeben. Angewandt auf die Ökonomie lässt er sich daher in die Schule der Tugendethiker einordnen, da er im übertragenen Sinn vom Metzger und Bäcker das moralische Verhalten des *ehrbaren Kaufmanns* fordert. Dieser zeichnet sich dadurch aus, dass er in der Lage ist, sowohl die Eigenschaften der Wohltätigkeit und Empathie als auch das Charaktermerkmal des Egoismus oder der *Eigenliebe* in sich zu vereinen. Mit diesem Anspruch verknüpfte Adam Smith nicht nur die Motive der Eigen- und Gemeinnützigkeit, er vollzog auch eine Trennung zwischen der individuellen Moral im Zwischenmenschlichen und einer *sozialen Verantwortung* in Bezug auf die Gesellschaft als übergeordnete Instanz. Die Tatsache, dass sich der Bäcker in seiner Rolle als Produzent nicht am gesamten Wohl der Gesellschaft orientiert, bedeutet keineswegs eine Abwesenheit jeglicher Fürsorge und Gemeinnützigkeit gegenüber seinen näheren Mitmenschen. Er muss sich nicht der globalen Verantwortung seiner Tätigkeit bewusst sein, um im täglichen Umgang mit Menschen moralisch handeln zu können. Demzufolge erwartet der Moralphilosoph Smith vom Bäcker, dass er in der Ausübung seines Berufs zwar den Tugenden der

Großzügigkeit und Fürsorglichkeit gerecht wird, dieses Verhaltensmuster jedoch nicht als gesellschaftsorientierte Verpflichtung zu deuten sei.

Die moralphilosophische Position des ehrbaren Kaufmanns, der sich gewissenhaft und wohlwollend auf seine Arbeit konzentriert, ist eng mit dem Konzept der *Arbeitsteilung* verknüpft, die Adam Smith propagierte. Aus wirtschaftlicher Sicht sei es effizienter, wenn Menschen eine Arbeit verrichten, mit der sie vertraut sind und über die sie entsprechende Kompetenzen verfügen. Dieser Aspekt ist erwähnenswert, denn er entspricht einem universellen Konzept der Moderne und trifft auch auf staatliche Bürokratien und die Wissenschaften zu. Die Thematik eines vergleichbaren Typus des *ehrbaren Staatsdieners* in der Rolle des öffentlichen Verwalters, der sich strikt an seine *Zuständigkeiten* hält und sich kaum um Konsequenzen und übergeordnete Fragen kümmert, wird uns daher in einer entsprechenden Konzeption der *Staatsethik* wieder begegnen [K5.10].

Die von Adam Smith vertretene Trennung zwischen *privater* und *gesellschaftsbezogener* Moral muss im Kontext seiner vorindustriellen Zeit verstanden werden. Hinsichtlich der wachsenden Komplexität und Probleme globaler Industriegesellschaften ist es notwendig geworden, dieses Ethikmodell zu korrigieren und mit dem Konzept des *Konsequentialismus* zu ergänzen. Die Erweiterung des Verantwortungsrahmens auf gesellschaftliche Anliegen betrifft natürlich nicht nur Wirtschaftsakteure in Form der Produzenten, Investoren, Händler, Konsumenten, Arbeitgeber und Gewerkschafter, sondern gilt auch für die Staatsdiener in Politik und öffentlicher Verwaltung.

Nach dieser knappen Skizze der Individualethik, kommen wir zum Ethikbereich der *institutionellen Mesoebene*. Obwohl sich die Disziplin der Wirtschaftsethik primär auf das Verhalten der Unternehmen konzentriert, sei erwähnt, dass sie sich grundsätzlich auf alle im Markt tätigen Organisationen zu beziehen hat. Daher fallen theoretisch auch Interessensverbände, Gewerkschaften und öffentliche Regulierungsbehörden in das Untersuchungsspektrum der *Institutionsethik*. Im Folgenden werden wir uns jedoch nur dem Teilbereich der *Unternehmensethik* widmen. In den vorherigen Analysen der sozialen Gewinnmaximierung [K4.4.3] und Unternehmenskultur [4.6.5] wurde bereits das moralisch geprägte Konzept der sozialen Verantwortung aufgegriffen und auf die unternehmerische Planung und firmeninterne Werteverteilung angewandt. Nun kehren wir zu diesen Aspekten zurück, um sie formell in den Kontext der Unternehmensethik zu stellen.

Zunächst gilt, dass der materielle Gewinn eine notwendige Bedingung für jedes Unternehmen darstellt, egal ob es sich um die liberale Marktwirtschaft, ein staatsgelenktes oder andersgeartetes Wirtschaftsmodell handelt. Folglich lautet die Frage nicht, ob Gewinne erwirtschaftet werden, sondern auf welche Weise und unter welchen Umständen. Inwieweit kann ein Unternehmen moralische Kriterien berücksichtigen, wenn diese mit Gewinneinbußen einhergehen? Über wie viel *Handlungsspielraum* verfügt eine Firma hinsichtlich ihrer internen und externen Rahmenbedingungen? Wie wir im Konzept des *Firmenwohls* und dem daraus abgeleiteten Motiv der eingeschränkten Gewinnmaximierung aufzeigten, wird Verantwortung in unterschiedlichem Maße auf sämtliche Marktakteure verteilt. Nicht nur die Motive der Eigentümer und Manager eines Unternehmens, sondern auch das Verhalten der Verbraucher und Zulieferanten sowie der staatlichen Entscheidungsgremien und Kontrollbehörden tragen als Akteure eines gesellschaftlichen Zusammenspiels dazu bei, den Begriff des *sozialen Wirtschaftens* in seiner Gesamtheit zu umreißen. Wenn in öffentlichen Debatten nach den Verantwortlichen für wirtschaftliches Versagen gesucht wird, zeigt der Finger zunächst auf die Unternehmen als naheliegende Verursacher. Obwohl diese erste Reaktion berechtigt ist, wird bei genauer Prüfung oft deutlich, dass die Ursachen vielschichtiger ausfallen. Wie in der ganzheitlichen Analyse der Finanzkrisen aufgezeigt, traten neben den Banken auch der Staat

als Hauptverursacher sowie die Medien und Wissenschaften als Mitverursacher auf [K4.7]. Institutionelles Versagen durch Ignoranz, Eigennützigkeit und Opportunismus betrifft sicherlich private Unternehmen, es handelt sich dennoch um Verhaltensmuster des Scheiterns, die in sämtlichen Gesellschaftsbereichen vorkommen.

Angenommen, ein Unternehmen verfügt über den Handlungsspielraum, Entscheidungen zugunsten des Gemeinwohls zu treffen, die den Gewinn einschränken, aber langfristig dem Firmenwohl dienen. Demzufolge stellt sich die Frage, wie sich eine Firmenpolitik äußert, die sich soziale Verantwortung auf die Fahnen schreibt. Wie werden Motive in Taten verwandelt? Obwohl unternehmerisches Verhalten unterschiedlich ausfallen kann, lassen sich formell einige Ansätze nennen, die unter dem englischen Konzept der *Corporate Social Responsibility (CSR)* fallen und den ESG Kriterien *Environment, Social* und *Governance* entsprechen [K4.4.3]. Mittlerweile nehmen die meisten deutschen Großunternehmen die Prinzipien der CRS in ihre Planung auf und veröffentlichen entsprechende Audits in ihren Jahresberichten. Neben der existentiellen Notwendigkeit des Gewinnstrebens bedeuten diese Verfahren ein Zugeständnis, sich den Prinzipien menschenfreundlicher Personalführung, der Transparenz sowie der Beachtung des Umweltschutzes und fairen Handels zu verschreiben. Zusätzlich werden firmenexterne Aspekte berücksichtigt, die sich in Zusammenarbeit mit *Stakeholdern* und Interessenvertretern äußern und mit der Verpflichtung einhergehen, sich dem Konzept des *Corporate Citizenship (CC)* anzuschließen. Es stellt als Teil der Unternehmenspolitik ein soziales Engagement dar, das darauf achtet, sich außerhalb des kommerziellen Geschäftsbereichs aktiv für gesellschaftliche, soziale und kulturelle Belange einzusetzen. Das Motiv, als Firma oder Gewerbe einen Beitrag für den Zusammenhalt in der Gesellschaft zu leisten, widerspricht den Exzessen des Kapitalismus [K4.8] und passt deshalb nicht in das Weltbild vieler Kritiker. Dennoch ist festzustellen, dass viele Betriebe diese Haltung einnehmen.

Um Zugeständnisse der Unternehmen für nachhaltiges Wirtschaften zu prüfen, werfen Wirtschaftsethiker die Frage auf, wie glaubwürdig ihr moralisches Engagement tatsächlich ausfällt. Aus welchen Motiven heraus verschreiben sie sich einer Firmenpolitik der sozialen Verantwortung? Hierzu nennt Norbert Herold drei Verhaltenskategorien: Erstens orientiert sich *karitatives* Verhalten an den Prinzipien der Tugendethik und der Einstellung, dass soziales Verhalten zwar dem Wohl des Unternehmens dient, nicht aber an öffentliche Anerkennung oder finanzielle Vorteile gebunden ist. Wahrhaft karitatives Handeln basiert auf dem Aspekt der Bedingungslosigkeit.

Das *korrektive* Handlungsmotiv tritt zweitens dann auf, wenn Unternehmen sich ihrer sozialen Verantwortung bewusst sind und entweder Fehler wiedergutmachen oder wegen ihres Erfolges der Gesellschaft etwas zurückgeben möchten. In beiden Fällen handelt es sich um Reaktionen auf Vorhergegangenes und beschreibt Formen der *Kompensation*. Das korrektive Motiv ist eng mit dem Konzept der *Philanthropie* verbunden. Gemeinnützige Ausgaben und Handlungen eines Wohltäters kommen nicht nur der Gesellschaft zugute, sondern dienen auch dem individuellen Wohl des Gönners.

Das dritte unternehmerische Motiv, sich ethischen Prinzipien zu verschreiben, fällt unter die Kategorie der *Eigennützigkeit*. Hier wird aus kommerzieller Berechenbarkeit moralisches Handeln *instrumentalisiert*. Derartiges Verhalten mag zwar dem Gemeinwohl dienen, es widerspricht jedoch der Bedingungslosigkeit des Kant'schen Imperativs und wird somit in Deutschland eher kritisch beäugt. Auf internationaler Ebene genießt diese negative Interpretation weniger Achtung, denn besonders in angelsächsischen Ländern wird soziales Verhalten pragmatischer gehandhabt. Solange eine Tat dem Gemeinwohl dient, spielt es in der Regel keine Rolle, auf welches der drei genannten Motive sie zurückzuführen ist.

Da die wahren Beweggründe der Unternehmen in Bezug auf gemeinnützige Verhaltensweisen selten erkennbar sind, leidet der entsprechende Diskurs der Unternehmensethik unter dem Problem, über die Motive einer sozial engagierten Firmenpolitik nur spekulieren zu können. Ein Beispiel liefert die Kritik des *Greenwashing*. Obwohl zumindest das karitative und korrektive Motiv zugunsten der Umwelt generell positiv bewertet wird, neigen Fundamentalkritiker dennoch dazu, auf die enge Lehrbuchauslegung der rein materialistischen Gewinnmaximierung hinzuweisen, um damit jeden Ausdruck sozialer Verantwortung seitens der Unternehmen als Instrumentalisierung der Moral abzutun. Unser integratives Konzept der Firmenwohlmaximierung versucht im Gegenzug jegliche Generalisierung dieser Art zu vermeiden. Ohne konkrete Belege lässt es keine Schlussfolgerungen über die Motive gemeinnütziger Verhaltensweisen privater und öffentlicher Unternehmen zu.

Abschließend soll auf eine Debatte eingegangen werden, die in der deutschsprachigen Wirtschaftsethik eine wichtige Rolle spielt. Sie ist nicht nur generell, sondern auch für unser Konzept der integrativen Wirtschaftslehre von Relevanz. Es handelt sich um die Frage der *Verortung der Moral* im freien Marktsystem. Inwiefern liegt die Verantwortung für moralisches Handeln ausschließlich beim Unternehmen? Unsere Analyse der freien Marktwirtschaft lieferte darauf bereits einige Antworten. Folglich gilt zunächst, dass die Verortung der Moral sowohl auf der individuellen als auch der institutionellen Ebene zu suchen ist. Obwohl wir auf die Frage der Moral des gesamten Marktsystems im nächsten Kapitel separat eingehen werden, spielt ein systemischer Aspekt in der Verortung der Moral eine wichtige Rolle. Da wir mehrfach den *Wettbewerb* als Ursache für Formen des Marktversagens herangezogen, folgt daraus, in Fragen unternehmerischer Moral den Bezugsrahmen über die individuellen und institutionellen Ebenen hinaus auf die systemische Makroebene zu erweitern. Angenommen ein privates Unternehmen würde sich gerne an sozialen und moralischen Verhaltensmustern ausrichten, unter welchen äußeren Umständen wird diese Firmenpolitik verhindert und wer oder was ist dann dafür verantwortlich?

Auf diese Frage bieten die Vertreter der *Homann Schule* eine interessante und kontroverse Antwort. Die Wirtschaftsethiker Karl Homann und Christoph Lütge (2013) verweisen zunächst auf den realen Sachverhalt, dass Unternehmen stets den Einschränkungen des Wettbewerbs und des *Ordnungsrahmens* staatlicher Regulierung unterliegen. Ein moralisches Problem tritt demnach dann auf, wenn die unternehmerischen Handlungsweisen *rechters* oder *ordnungsgemäß* sind, aus ethischer Sicht jedoch nicht angemessen und *richtig*. Auf die Frage, wer denn für derartiges Verhalten verantwortlich sei, lautet nach Karl Homann und seinen Gefolgsleuten die Antwort, es sei das lückenhafte Regelwerk staatlicher Behörden. Sie argumentieren, dass unter den strengen Bedingungen des Wettbewerbs die Handlungsspielräume der Firmen dermaßen begrenzt seien, dass für moralisches Verhalten über die rechtlichen Gesetzmäßigkeiten hinaus keine Möglichkeiten bestünden. Moralisches Fehlverhalten der Unternehmen ginge daher auf das unzureichende Regelwerk des Staates und den von ihm bestimmten Ordnungsrahmen zurück. Da alle Marktteilnehmer denselben Regeln unterliegen, schädigt sich der einzig moralisch Handelnde, wenn die Konkurrenz sich nicht seinem Verhalten anschließt. Unter den Bedingungen der Ungewissheit wird sich jede Firma zunächst an die Rechtmäßigkeit ihres Handelns halten, auch wenn dieses aus moralischer Sicht anzuzweifeln ist. Dem einzelnen Unternehmen sei daher kein Vorwurf für amoralisches Verhalten zu machen, wenn nicht nur die offiziellen *Spielregeln* sein fragwürdiges Verhalten erlauben, sondern soziale Verantwortung im Wettbewerb des Marktsystems sogar bestraft wird.

Aus dieser Argumentation folgt die zentrale These Homanns, dass unter den *Dilemmastrukturen des Wettbewerbs* die Verortung der Moral stets auf der systemischen Makroebene, also in der Beschaffenheit des gesetzlichen Ordnungsrahmens liegt. Es bedarf daher klarer Regelwerke des Staates, damit diese gemeinsam mit den unanfechtbaren Wettbewerbsbedingungen des Marktes das moralische Handeln der Unternehmen lenken. In Bezug auf die These Homanns sei erwähnt, dass sie in ihrer kategorischen Form Ähnlichkeiten zur sozialen Systemtheorie des Soziologen Niklas Luhmann (1987) aufweist [K1.2.2]. Auch sein Ansatz sieht auf Grund systemischer Mechanismen keine Möglichkeiten für moralisches Handeln.

Auf die Bedeutung der vom Markt und Staat bestimmten *Spielregeln* des Systems ist bereits in unserem Konzept des Firmenwohls und der entsprechenden Variante der Gewinnmaximierung hingewiesen worden. Trotz unternehmerischer Sachzwänge wurde in unserer Analyse betont, dass die Einschränkungen der Rahmenbedingungen unterschiedlich streng ausfallen können. Demnach stehen den Unternehmen meist genug *Spielräume* zur Verfügung, um sozial verantwortliche Entscheidungen aus eigenen Motiven heraus treffen zu können, auch wenn diese zu Lasten der Gewinnmargen gehen können. Diesbezüglich verwiesen wir auf den Ökonomen Joseph Schumpeter (1912) und dessen Beschreibung unterschiedlicher Formen des Wettbewerbs, die dem neoklassischen Modell des perfekten Marktes widersprechen [K4.6.6]. Da sich daraus Oligopole und natürliche Monopole entwickeln können, verfügen zumindest diese Unternehmen über den notwendigen Spielraum, sich sozial zu verhalten. Unser Modell des Firmenwohls lehnt daher Homanns Konzept der *Ordnungsethik* nicht grundsätzlich ab, es geht jedoch von einem höheren Grad an Handlungsfreiheit aus, der in den meisten Fällen mehr soziale Verantwortung zulässt.

Zu den stärksten Kritikern der Homann Schule gehört der Wirtschaftsethiker Peter Ulrich (2010). Mit seinem Konzept der *integrativen Wirtschaftsethik* fordert er die Gestaltung einer *zivilisierten Marktwirtschaft*. Zunächst weigert er sich, die Gesetzmäßigkeiten des freien Marktes, aber auch die staatliche Bestimmung des Ordnungsrahmens als Grundlage für die Verortung der Moral anzuerkennen. Ulrich zählt daher zu den Kritikern, die den Aspekt kommerzieller Sachzwänge auf Grund einer zu lockeren Kontrolle und Regulierung durch den Staat für nichtig erklären. Der Privatwirtschaft müsse striktere Verhaltensnormen auferlegt werden, die jedoch nicht vom Staat, sondern von der Zivilgesellschaft zu bestimmen seien. Die durch Wettbewerb und Gewinnstreben gekennzeichnete Marktlogik müsse einer *sozialökonomischen* Perspektive weichen, sodass figürlich betrachtet die gerechte Verteilung eines Kuchens dem Backen des Kuchens übergeordnet wird. Auf das ethische Gesellschaftsproblem, die liberale Marktwirtschaft sei als Wirtschaftssystem nicht aus sich heraus in der Lage, soziale Gerechtigkeit in Form ökonomischer Gleichheit zu gewährleisten, gehen wir im folgenden Kapitel genauer ein. Hierzu lautet Peter Ulrichs Frage, ob entsprechende Korrekturmaßnahmen über das demokratische Staatswesen zu gestalten seien oder über eine entsprechende Entscheidungsbefugnis und aktive Mitsprache der Zivilgesellschaft.

Nach Ansichten Ulrichs soll wirtschaftliches Handeln derart ausgerichtet sein, dass es nicht von der staatlichen Ordnungspolitik abhängt, sondern sich einem gesellschaftlichen *Dialogprozess* unterordnet, aus dem die Formen der Produktion und materieller Wertschöpfung ihre Legitimation erhalten. Angelehnt an das philosophische Konzept der *Diskursethik* von Karl-Otto Apel und Jürgen Habermas bedarf es eines öffentlichen Dialogs unter freien, mündigen und *vernunftgeleiteten* Bürgern, um die Verfahrensweisen und Ordnungsstrukturen der Wirtschaft aus moralischer Sicht zu bestimmen. Die Diskursethik weicht insofern von den statischen Vorstellungen der Individualethik ab, als es eines *intersubjektiven Dialogprozesses* bedarf, um gesellschaftspolitische Fragen

der Moral und entsprechende Handlungsnormen zu klären. Daraus folgt, dass während die Homann Schule die Verortung der Moral in der freien Marktwirtschaft dem Staat zuordnet, Peter Ulrichs Ansatz der integrativen Wirtschaftsethik die Bestimmung der Moral auf den öffentlichen Diskurs und Handlungswillen der Zivilgesellschaft verlagert. Das alternative Ethikmodell Ulrichs lehnt somit das System der Marktwirtschaft nicht grundsätzlich ab, es fordert allerdings, dass anstatt der Gesetze des Marktes, die Wirtschafts- und Staatsakteure dem moralischen Wertekodex einer aktiven und vernunftgeleiteten Zivilgesellschaft als übergeordnete Instanz zu folgen haben.

Das Konzept einer dialogbereiten und politisch aktiven Zivilgesellschaft ist von Bedeutung, da es von der Gesellschaft fordert, sich intensiv mit alternativen Wirtschaftskonzepten zu befassen. Wünschenswert, wie eine vernunftgeleitete Debattenkultur sein mag, unsere Hinweise auf unsachliche Medien, populäre Dogmen und eine oberflächliche Publizistik belegen, dass die entsprechenden Voraussetzungen nur bedingt existieren. Darüber hinaus unterliegen nicht nur unternehmerische und staatliche Institutionen begrenzten Handlungsspielräumen, auch der Bürger kann sich vielen Sachzwängen nicht entziehen.

Das Konzept der integrativen Wirtschaftsethik beruht grundsätzlich auf der Idealvorstellung, der Bürger besäße die Fähigkeiten, dauerhaft an gesellschaftlichen Debatten aktiv teilzunehmen. Abgesehen vom erheblichen Zeitaufwand leidet er zusätzlich unter dem Problemen der Ungewissheit und dem Handicap *asymmetrischer Information*. Nicht nur als Verbraucher [K4.6.3], sondern auch als Wähler [K5.5] oder Mitglied politischer Initiativen [K6.4] ist der Bürger mit Wissenslücken ausgestattet, die seinen Beitrag zum *vernunftgeleiteten Diskurs* einschränken. Da Peter Ulrich keine konkreten Angaben zur Umsetzung des gesellschaftlichen Dialogs macht, müsste zumindest geklärt werden, wer daran teilnimmt und wie die Beschaffenheit einer vernünftigen Dialogführung auszusehen hat. Darüber hinaus bedarf es einer gründlichen Auseinandersetzung mit den realitätsbezogenen Fragen, ob und wie eine breite Teilnahme durch öffentliche Diskurse zu verwirklichen ist, ohne dadurch den Bürger zu überfordern. Wie lassen sich die Urteile der partizipatorischen Dialoge umsetzen und wer übernimmt die Verantwortung für Folgeschäden? Auf die Grenzen zivilgesellschaftlicher Bürgerbeteiligung werden wir sowohl in der Analyse alternativer Wirtschaftsmodelle [K4.10.3] als auch im Kontext politischer Bürgerinitiativen [K6.4.1] genauer eingehen.

Literatur

Herold, Norbert (2012): „Einführung in die Wirtschaftsethik“, WBG, 2012

Homann, Karl und Christoph Lütge (2013): „Einführung in die Wirtschaftsethik“, Lit Verlag, 2013

Jonas, Hans (1979): „Das Prinzip Verantwortung: Versuch einer Ethik für die technologische Zivilisation“, Suhrkamp, 2003

Luhmann, Niklas (1987); „Soziale Systeme: Grundriss einer allgemeinen Theorie“, Suhrkamp Verlag, 1987

Schumpeter, Joseph (1912): „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“, Nachdruck herausgegeben von Jochen Röpke und Olaf Stiller, Duncker & Humblot, 2006

Singer, Peter (2015); „The Most Good You Can Do: How Effective Altruism is Changing Ideas About Living Ethically“, Yale University Press; deutsche Ausgabe: „Effektiver Altruismus. Eine Anleitung zum ethischen Leben“, Suhrkamp Verlag, 2016

- Smith, Adam (1759): „The Theory of Moral Sentiments“, deutsche Ausgabe: „Theorie der ethischen Gefühle“, Meiner, F., 2010
- Smith, Adam (1776): „An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations“; deutsche Ausgabe: „Wohlstand der Nationen“, Anaconda Verlag, 2013
- Ulrich, Peter (2010): „Zivilisierte Marktwirtschaft: Eine wirtschaftsethische Orientierung“, Haupt Verlag, 2010