

Marktwirtschaft und Ethik: Ordnungsethik und Unternehmensethik

VORTRAG VON CHRISTOPH LÜTGE

Rede von Christoph Lütge, Privatdozent an der Ludwig-Maximilians-Universität in München, im Rahmen der internationalen Fachkonferenz „Ethik interdisziplinär: Wirtschaftsethik, Wissenschaftsethik, Technikethik“, die am 24. und 25. September in Nanjing stattfand.

1) GRUNDLAGEN DER WIRTSCHAFTSETHIK ALS ORDNUNGSETHIK

Ich vertrete den Ansatz der Ordnungsethik, den ich in diesem Artikel darstellen möchte. Das Grundproblem der Wirtschaftsethik ist folgendes: Menschen erleben, dass sie selbst als Akteure, dass Unternehmen und Organisationen ausbeutbar werden, wenn sie moralisch handeln, d.h., wenn sie moralische Vorleistungen liefern. Die Menschen merken, dass der Ehrliche oft der Dumme ist und dass derjenige, der sich moralisch verhält, anschließend über den Tisch gezogen wird. Unternehmen, die moralische Vorleistungen erbringen, geraten in einen Wettbewerbsnachteil gegenüber ihren Konkurrenten, die weniger moralisch handeln: Moralische Akteure sind ausbeutbar.

Ein solcher Gegensatz von Moral und Wettbewerb, von Ethik und Unternehmenserfolg, ist aus der Erfahrung vieler Führungskräfte der Wirtschaft nicht wegzudiskutieren. Adam Smith, der Vater der Nationalökonomie, hat eine andere, bessere Lösung des Problems vorgeschlagen. Sie beruht auf einer einfachen Unterscheidung, nämlich der Unterscheidung zwischen Handlungen und Handlungsbedingungen, zwischen Spielzügen

und Spielregeln. Die einzelnen Handlungen werden Regeln unterworfen, so dass wir es immer mit zwei Ebenen zu tun haben, der Handlungsebene und der Regelebene.

Eine Ethik, die auf das rechte Maß, auf Mäßigung abzielt, empfiehlt hier, den Wettbewerb abzuschaffen, ihn zumindest zu bändigen oder zu bremsen. Sie verlangt Verzicht. Demgegenüber würde ich gerade den umgekehrten Weg gehen: Wettbewerb im Rahmen geeigneter Regeln erzeugt gerade Solidarität. Der Wettbewerb darf keineswegs abgeschafft werden, sondern er muss durch geeignete Regeln in die moralisch gewünschten Bahnen gelenkt werden. Solidarität als grundlegendes moralisches Ideal entspringt den eigeninteressierten Handlungen der Akteure, sofern diese durch geeignete Regeln kanalisiert werden. Wir bezeichnen diese Konzeption als Ordnungsethik, in Anlehnung an den deutschen Begriff „Ordnungspolitik“: Beide legen Wert auf den Ordnungsrahmen des Marktes, auf die Regeln, die staatlich, allerdings auch von Organisationen unterhalb der staatlichen Ebene, gesetzt werden können.¹ Und eine Bemerkung zur Methode: Die Ordnungsethik arbeitet mit

Mitteln der Einzelwissenschaft Ökonomik: Wenn die Ethik heute noch in der Realität Wirkung haben will, wenn sie also an der Umsetzung ihrer Normen interessiert ist, dann muss sie sich auf die Ökonomik einlassen. Eine Ethik, die sich nur mit der abstrakten Begründung von Normen beschäftigt, bleibt akademische Spielerei.

Die Ordnungsethik ist grundsätzlich zweistufig anzusetzen: Sie unterscheidet fundamental zwischen Handlungen und Regeln. Die moralische Bewertung bezieht sich auf die Regeln, die einzelnen Handlungen unter Regeln laufen im Prinzip moralfrei ab. Auf die Motive kommt es nicht an.

Auf diese Weise werden Moral und Eigeninteresse grundsätzlich miteinander vereinbar. Das Problem der Ausbeutbarkeit wird beherrschbar, da die Regeln für alle Wettbewerber gleichermaßen gelten sollen und ihre Übertretung mit den entsprechenden Sanktionen belegt wird. Die Moral wird in die Regeln eingebaut, der Wettbewerb findet in den Handlungen statt. Damit ist unser Ausgangsproblem im Grundsatz gelöst: Ein Unternehmen, das ethisch handelt, ist nicht mehr ausbeutbar, wenn die Konkurrenten denselben moralischen Regeln unterworfen sind und damit denselben Moralstandards gehorchen müssen, was durch entsprechende Sanktionen auch durchgesetzt wird.

Damit sind die Grundzüge der Ordnungsethik skizziert, die eine Rekonstruktion der Grundlagen moderner Marktwirtschaften liefert. Ich will die Ordnungsethik in fünf Punkten erläutern.

1. In einer zweistufigen Konzeption können wir den produktiven, Wohlstand für alle hervorbringenden Wettbewerb wirken lassen und ihn zugleich moralischen Standards unterwerfen, wobei sich der Vorteil dadurch verstärkt, dass diese Regeln den Wettbewerb langfristig noch produktiver machen – durch Verbot von Raub und Erpressung, Korruption und Umweltverschmutzung, Kinderarbeit und Diskriminierung usw.

2. Damit trennt die Ordnungsethik – anders als viele andere Strömungen der Ethik – Motiv und Ergebnis voneinander ab. Es kommt nicht darauf an, Motive zu ergründen und sie dann zu bewerten, etwa in der Art, dass versucht wird festzustellen, wie weit Akteure aus Eigeninteresse oder aus Altruismus handeln. Es kommt vielmehr darauf an, ob die Akteure sich an die Regeln halten. Ob sie dies tun, um ihren Gewinn zu maximieren, um ihre gesellschaftliche Rolle

einzunehmen oder um moralische Gebote einzuhalten, ist nicht von Bedeutung. Entscheidend ist nur: Wer die Regeln übertritt, wird bestraft.

Schon Adam Smith sah, dass Motive nicht entscheidend sind. Sein diesbezüglicher Satz ist der in der ökonomischen Literatur wohl am meisten zitierte: „Nicht vom Wohlwollen des Metzgers, Brauers und Bäckers erwarten wir das, was wir zum Essen brauchen, sondern davon, dass sie ihre eigenen Interessen wahrnehmen. Wir wenden uns nicht an ihre Menschen- sondern an ihre Eigenliebe, und wir erwähnen nicht die eigenen Bedürfnisse, sondern sprechen von ihrem Vorteil.“ Oder kürzer: Der Wohlstand aller hängt nicht vom Wohlwollen der Akteure ab, sondern von einem geeigneten Regelsystem.

3. Daraus folgt: Die moralischen Übel, die es in dieser Welt gibt, dürfen nicht auf unethische Motive wie „Eigeninteresse“ zugerechnet werden. Die Ordnungsethik führt sie vielmehr auf unzweckmäßige, defizitäre Regeln und Regelsysteme zurück. Für die moralische Bewertung müssen wir unter modernen Bedingungen unsere Perspektive verändern. Im Fokus stehen nicht die Akteure, die scheinbar moralische Übel verursachen, sondern die Regeln: Sind sie unzureichend, unvollständig oder kontraproduktiv, belohnen sie unerwünschtes Verhalten, zum Beispiel Umweltverschmutzung oder Korruption (durch steuerliche Absetzbarkeit von Bestechungsgeldern)?

4. Moralisches Verhalten in einzelnen Handlungen kann von den Akteuren nur erwartet werden, wenn dies durch die Regeln ermöglicht und nicht konterkariert wird. Wenn z.B. Umweltverschmutzung, Steuerhinterziehung oder Korruption ökonomisch belohnt wird, gehen davon unter Wettbewerbsbedingungen starke Anreize aus, sich unethisch zu verhalten.

5. Regeln sind damit vorteilhaft für alle Beteiligten. Die regellose Anarchie ist unproduktiv, sie ist ein „Kampf aller gegen alle“, in dem das Leben des Menschen „solitary, poor, nasty, brutish, and short“ ist – so die berühmten Worte von Thomas Hobbes

(1651/1995). Alle Kultur und aller Wohlstand beruhen auf Regeln. Deren Funktion ist es, die Verlässlichkeit wechselseitiger Verhaltenserwartungen sicherzustellen und damit Interaktionen zu ermöglichen. Damit finden Regeln ihre Begründung in den Vorteilen, die langfristig aus ihrer Einhaltung resultieren. Nicht Moral, sondern größere Vorteile sind der Grund, im Einzelfall auf Vorteile aus Regelübertretungen zu verzichten.

Damit sieht das grundlegende Konzept moderner Marktwirtschaften so aus: Die einzelnen Handlungen folgen dem Eigeninteresse, dieses stellt das unmittelbar handlungsleitende Motiv dar. Die Moral steckt in den Spielregeln. Aber diese Regeln finden ihre Begründung selbst

noch einmal in Vorteilen, in Vorteilen für alle Einzelnen, in Vorteilen, die langfristig berechnet werden und durch Interaktionen mit anderen erst erzielt werden. Regelbefolgung in der einzelnen Handlung dient größeren Vorteilen über die Sequenz von Handlungen unter Regeln. Regelbefolgung stellt eine Investition in den Erhalt einer Ordnung dar, die auf Dauer größere Vorteile bringt als einzelne Regelübertretungen.

Die bisherigen Überlegungen lassen sich wie folgt zusammenfassen: In einer sozialen Welt, die durch Regeln und Regelsysteme vollständig geordnet ist, wäre für eine eigenständige Handlungsethik, eine Unternehmensethik, für ein Handeln aus moralischer Motivation kein Raum und kein Bedarf. Dies ist mit dem provozierenden Satz des Nobelpreisträgers Milton Friedman gemeint: „The social responsibility of the enterprise is to increase its profits.“ Oder kürzer: The social responsibility of business is business. Unter den bisher erläuterten Voraussetzungen ist dieser Satz richtig. Auf ihm beruht die Shareholder Value-Doktrin.

Damit ist die Marktwirtschaft grundsätzlich gerechtfertigt dadurch, dass sie Moral und Eigeninteresse verbindet und es den Akteuren erlaubt, beides gleichzeitig zu verfolgen. Dies soll durch angemessene Regeln garantiert werden. Doch ist damit schon alles gesagt? Ist es nicht so, dass Unternehmen oft

in einer Weise handeln, die durchaus als moralisch bezeichnet werden muss, die also nicht nur „moralfrei“ erscheint? Unternehmen sponsern kulturelle Veranstaltungen aller Art, sie unterstützen internationale Bildungsprogramme. Können diese Handlungen im Rahmen der hier vorgelegten Konzeption als moralisch qualifiziert werden?

2) UNTERNEHMENSETHIK AUF BASIS DER THEORIE UNVOLLSTÄNDIGER VERTRÄGE

Im Folgenden wende ich mich der Handlungsethik zu. Hier geht es um normative Empfehlungen für Handlungen unter gegebenen Bedingungen. Da die dominanten Akteure in der Marktwirtschaft die Unternehmen sind, fokussiere ich auf den Spezialfall Unternehmensethik. Systematisch gehörten zu einer vollständigen Handlungsethik auch Verbändeethik, Medienethik, Arbeitsethik und dergleichen mehr.

Oft wird darauf verwiesen, dass auch in Unternehmen nicht nur strikt eigeninteressierte Homines oeconomici am Werk sind, sondern Menschen, die auch moralische, altruistische Präferenzen haben und diesen den Vorrang einräumen sollen, können und teilweise faktisch auch einräumen. Dass man Menschen in Unternehmen moralische Handlungsmotive im umgangssprachlichen Sinn zuschreiben kann, ist unstrittig. Die entscheidende Frage jedoch ist, wie lange die Menschen diesen moralischen Motiven unter Wettbewerbsbedingungen Folge leisten können. Diese Frage wird weder gestellt noch beantwortet.

Auch die Unternehmensethik erhält hier eine ökonomische Grundlage: Den Ansatzpunkt bildet die Theorie unvollständiger Verträge. Diese Theorie geht davon aus, dass menschliche Interaktionen generell durch Verträge, formelle (kodifizierte Gesetze) und informelle (z. B. Versprechen), geregelt werden. Das Entscheidende ist jedoch: Viele dieser Verträge zur Regelung von Interaktionen sind unvollständig in dem Sinne, dass

- Leistungen und Gegenleistungen nicht exakt bestimmt sind,

- die Erfüllung nicht objektiv bzw. extern feststellbar und daher nicht justiziabel ist und

- allgemein die Durchsetzung vor Gericht zu kostspielig ist.

Einige typische unvollständige Verträge sind: Arbeitsverträge, Dienstleistungsverträge, langfristige Kooperationsverträge, Versicherungsverträge, strategische Allianzen von Unternehmen.

Die Zahl solcher unvollständigen Verträge nimmt in der globalisierten Wirtschaft, in der wir keine einheitlichen Rahmenordnungen haben, beträchtlich zu. Daher wächst unter Bedingungen der Globalisierung auch die Bedeutung der Unternehmensethik.²

Die Unvollständigkeit der Verträge ist zweifellos mit schwerwiegenden Problemen behaftet: Sie führen zu Abhängigkeiten, die rationale Akteure dazu veranlassen, solche Interaktionen, obwohl sie wechselseitig vorteilhaft sein könnten, gar nicht vorzunehmen; sie erfordern die laufende Interpretation und Auslegung des Vertrages. Zugleich bringt diese Unvollständigkeit aber eine höhere Flexibilität und damit höhere Produktivität mit sich, wie sie angesichts der Globalisierung verstärkt gefordert wird.

Genau hier wird die Unternehmensethik angesetzt: Eigenständiges „moralisches“ Verhalten von Unternehmen bzw. Akteuren ist dort sinnvoll zu fordern, wo die systematische Unvollständigkeit von Verträgen kompensiert werden muss. Moral – verstanden als Fairness, Integrität, Vertrauen etc. – hat die Aufgabe, die durch unvollständige Verträge verursachte Unsicherheit aufzufangen und die damit verbundenen Kosten von Interaktionen zu senken.

Die Unvollständigkeit der Verträge ist daher keineswegs nur ein Defekt, den man abstellen sollte; die Unvollständigkeit ist – richtig gemanagt – zugleich ein Produktionsfaktor. Voraussetzung für die Realisierung dieser positiven Effekte unvollständiger Verträge ist allerdings, dass Unternehmen es verstehen, die Probleme der Unvollständigkeit durch Management der sog. „weichen“ Fak-

toren wie Moral und Kultur zu kompensieren.

Die Unternehmensethik verfolgt auf der skizzierten Basis folgende Ziele:

- den Unternehmen zu sagen, was sie im konkreten Handeln tun können und sollen,

- den Managern Argumente an die Hand zu geben, an die Unternehmen gerichtete, aber unzumutbare Ansinnen in moralischem Gewand mit guten Gründen zurückzuweisen,

- den Unternehmen zu sagen, dass und wie sie an der Lösung moralischer Probleme, die sie allein nicht lösen können, auf der politischen Ebene mitwirken sollen und können.

Hinsichtlich der Handlungsmöglichkeiten der Unternehmen lassen sich – idealtypisch – zwei Handlungsstrategien unterscheiden:

- Die Wettbewerbsstrategie zielt auf die individuelle Selbstbindung zwecks Vorteilserzielung gegenüber der Konkurrenz: Das Unternehmen versucht, Moral zum Wettbewerbsvorteil zu machen, etwa indem es die moralische Vorzugswürdigkeit seiner Produkte in der Werbung herausstellt.

- Die ordnungspolitische Strategie zielt auf die Bindung des Verhaltens der Konkurrenz, also auf eine kollektive Selbstbindung: Das Unternehmen versucht, andere – staatliche oder nichtstaatliche – Instanzen zu überzeugen, Regeln zu etablieren, die alle Akteure, es selbst und die Konkurrenten, binden.

Bei Konflikten zwischen Ethik und Ökonomie, zwischen Moral und Rentabilität, müssen beide Strategien gleichermaßen verfolgt werden. Die Unterscheidung zwischen der Wettbewerbsstrategie und der ordnungspolitischen Strategie soll hier nur zeigen, dass Unternehmen für Probleme, die sie auf der Handlungsebene, auf der operativen Ebene, nicht – oder nicht allein – lösen können, gewissermaßen eine zweite Option haben, nämlich die ordnungspolitische Strategie auf der Ebene der Rahmenordnung. Im Folgenden jedoch konzentriere ich mich auf Maß-

nahmen, die der Wettbewerbsstrategie zuzuordnen sind.

3) REPUTATION, VERTRAUEN UND SOZIALKAPITAL IN DER UNTERNEHMENSETHIK

Damit komme ich auf die unvollständigen Verträge zurück: Wer einen unvollständigen Vertrag abschließt, geht ein Risiko ein. Ein rationaler Akteur dürfte somit, besonders dann, wenn er risikoscheu ist, unvollständige Verträge gar nicht abschließen: Er muss befürchten, ausgebeutet zu werden. Dabei können unvollständige Verträge im Interesse beider Seiten liegen. Was können rationale Akteure tun, um solche Verträge dennoch abschließen zu können? Der Ausweg, die Verträge vollständig zu machen, ist nur ein scheinbarer. Es wäre

sehr teuer, alle Vertragslücken zu schließen und die Durchsetzung der Verträge für alle Eventualitäten zu sichern. Zum anderen ginge damit aber auch gerade der Vorteil unvollständiger Verträge verloren: Sie bieten ja die besonders in der Globalisierung notwendige Flexibilität. Es wäre somit nicht rational, alle Verträge vollständig zu machen.

Zwar kann die Unvollständigkeit der Verträge in einem Klima des aggressiven Wettbewerbs, in einem Klima des Misstrauens und der Feindschaft, am Markt in der Tat zu den destruktiven Praktiken des ruinösen Wettbewerbs oder zu Mobbing führen. Wenn es den Unternehmen allerdings gelingt, eine von Fairness, Integrität und Gerechtigkeit geprägte Kultur des gegenseitigen Vertrauens aufzubauen und zu erhalten, dann wird gerade infolge der Unvollständigkeit solcher Verträge ihre Flexibilität ungemein erhöht. Gerade weil dann nicht zu viel reglementiert und festgeschrieben ist, kann schnell und situationsangemessen agiert werden. Nur Unternehmen, in denen alle Mitarbeiter auch ohne detaillierte vertragliche Grundlage an einem Strang ziehen, weil der Name für Fairness und Korrektheit auch in solchen Situationen steht, werden auf die Herausforderungen der Märkte schnell und unbürokratisch antworten können. Nur Unternehmen, die nach innen und außen absolut für

Fairness und Gerechtigkeit bekannt sind, werden nach innen das Wir-Gefühl und hohe Motivation und nach außen die Reputation gewinnen, die Kundenbeziehungen dauerhaft machen kann.

Der bessere Ausweg aus der Problematik unvollständiger Verträge ist daher, Unternehmensethik einzusetzen. Es sind vor allem drei Konzepte, die hier eine Rolle spielen.

a) Zunächst zur Reputation: Ein Unternehmen baut Reputation auf, indem es sich auf bestimmte Maßnahmen und Verhaltensweisen verpflichtet, die seinen Partnern Fairness und Vertrauen signalisieren. Diese Reputation kann gerade heute in der Globalisierung zu seinem wichtigsten Kapital werden. Sie lässt sich aber auch besonders leicht wieder zerstören.

Ein Unternehmen baut Reputation auf, um ein bestimmtes Durchsetzungsproblem zu lösen, das in nicht vorhersehbaren und nicht vertraglich ausräumbaren Interaktionsunsicherheiten (vgl. Kreps 1990) besteht. Das Unternehmen bildet, über individuelle Selbstbindung, eine Identität aus und signalisiert diese den potentiellen Interaktionspartnern. Diese Identität wird man nicht leichtfertig aufs Spiel setzen, insbesondere auch dann nicht, wenn opportunistisches Verhalten gegenüber Integrität und Fairness im Einzelfall kurzfristige Vorteile bieten würde. Man kann die Reputation damit als Pfand ansehen, welches das Unternehmen der Umwelt zur Verfügung stellt: Die Umwelt kann dem Unternehmen potentiell bei Fehlverhalten Schaden

zufügen, indem sie dessen Ruf schädigt oder zerstört. Schon diese Möglichkeit veranlasst zu integrem Verhalten. Das Unternehmen präsentiert sich als attraktiver Interaktionspartner und baut damit Kapital auf, von dem es eine Rendite erwartet. Reputation ist Kapital und bremst Opportunismus.

b) Vertrauen spart Transaktionskosten. Man kann Vertrauen ökonomisch rekonstruieren als freiwillige, riskante Vorleistung, bei der der Vertrauensgeber auf explizite vertragli-

che Sicherungs- und Kontrollmaßnahmen gegen opportunistisches Verhalten anderer verzichtet. Er erwartet gleichzeitig, dass der Vertrauensnehmer seinerseits ebenfalls freiwillig auf opportunistisches Verhalten verzichtet.

Man sieht im Allgemeinen jemanden dann als vertrauenswürdig an, wenn er bestimmte moralische Qualitäten aufweist. Wiederum ökonomisch rekonstruiert, heißt dies, dass der Vertrauensnehmer, der Ressourcen in die Erfüllung der Vertrauenserwartung investiert, umgekehrt auch einen moralischen Anspruch gegen den Vertrauensgeber hat. Vom Vertrauensgeber wird erwartet, dass man diesem später einmal auch (reziprok) vertrauen kann. Gerade in der Globalisierung kommt es darauf an, dass sich Unternehmen als zuverlässig präsentieren, sowohl gegenüber ihren Geschäftspartnern als auch gegenüber den Kunden, die oft auf der ganzen Welt verteilt sind. Kein Unternehmen kann es sich leisten, seine Geschäftspartner und Kunden immer wieder über den Tisch zu ziehen. Dies wäre allenfalls eine kurzfristige Optimierung des Verhaltens. Jeder Akteur und jedes Unternehmen kann jedoch investieren, das heißt, Ressourcen für künftige Zwecke aufbewahren. Solche Investitionen können auch mittels ethischer Mechanismen vorgenommen werden. Ethisches Verhalten ist eine Investition in den nachhaltigen Erfolg des Unternehmens.

c) Der Begriff Sozialkapital erweitert die zweiseitige Beziehung zwischen Vertrauensgeber und Vertrauensnehmer, zwischen Prinzipal und Agent (also beispielsweise: zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer), zu mehrseitigen Beziehungen: Wenn ein Vertrauensnehmer im Sinne des Vertrauensgebers handelt, erwirbt er in einer „Vertrauensgemeinschaft“ einen moralischen Anspruch auch gegen Dritte. Wenn eine Gruppe, eine Kommune oder eine ganze Gesellschaft eine solche „Vertrauensgemeinschaft“ ist, verfügt diese über Sozialkapital. Paradebeispiel sind etwa Alumni-Vereinigungen, in denen Absolventen derselben Hochschule voneinander Hilfe erwarten können, auch wenn sie sich persönlich nie begegnet sind. Es ist zugleich evident,

dass soziales Kapital in diesem Sinn Interaktionen wesentlich erleichtern kann, weil es Ressourcen spart. Wenn man seinem Gegenüber vertraut, kann man auf aufwändige Kontrollen verzichten. Allerdings muss Sozialkapital geschützt werden: durch Sanktionen auf Vertrauens- bzw. Sozialkapitalmissbrauch. Diese Sanktionen können durch die Vertrauensgeber sowie durch Dritte verhängt werden. Dabei handelt es sich wegen des impliziten Charakters der Verträge meist um informelle Sanktionen wie Rufschädigung, öffentliche Missachtung oder soziale Ausgrenzung. Der Erfolg solcher informeller Maßnahmen ist kontingent und hängt von verschiedenen Faktoren ab, u. a. von:

- der Marktposition (etwa Marktführerschaft) des Unternehmens,
- der Branchenstruktur,
- der Art der Zusammensetzung (z. B. mit oder ohne Subunternehmen),
- der Qualität der internen und externen Kommunikation,
- dem Engagement des Chefs (Unternehmensethik muss Chefsache sein!)
- der politischen Unterstützung,
- der Mobilisierbarkeit der Öffentlichkeit bzw. der Endverbraucher.

Auch Vertrauen hilft wesentlich, Sozialkapital zu bilden. Aber es hat nur Bestand, wenn die beteiligten Akteure bereit sind, anderen zu vertrauen und gleichzeitig das Vertrauen anderer auch zu honorieren. Wichtig ist, dass diese Bereitschaft wesentlich von den institutionellen Rahmenbedingungen des sozialen Umfelds beeinflusst wird. Deshalb sollten soziale Institutionen die Entwicklung und Ausbreitung von Vertrauen fördern.

4) EIGENINTERESSE UND MORAL IN DER TRADITION DER ETHIK

Ich komme aus der abendländischen Tradition der Ethik, und daher muss ich natürlich zu der Frage Stellung nehmen, ob die hier

vorgestellte Konzeption einer Ordnungsethik mit der Tradition der abendländischen Ethik kompatibel ist.

Wenn man sich aus der Perspektive der hier vorgestellten Konzeption die ethische Tradition neuerlich anschaut, stellt man überrascht fest: Weder die Goldene Regel noch der kategorische Imperativ Kants, zwei der großen Prinzipien der abendländischen Ethik, verbieten das individuelle Streben nach Vorteilen als solches. Für die meisten Prinzipien der Ethik angelsächsischer Herkunft, etwa des Utilitarismus, gilt dies ohnehin. Alle diese Prinzipien lenken das individuelle Vorteilsstreben lediglich in bestimmte Bahnen – um größerer Vorteile auf lange Sicht willen.

Der Unterschied zwischen dieser traditionellen Ethik und einer Ethik unter Bedingungen moderner Gesellschaften ist eher in den unterschiedlichen Rahmenbedingungen zu suchen.

Bei vormodernen Gesellschaften handelte es sich um Gesellschaften ohne nennenswertes Wachstum. In einer solchen Gesellschaft konnte ein Einzelner nur zu großem Wohlstand kommen, wenn er sich auf Kosten anderer bereicherte. Hier finden das Zinsverbot des Aristoteles und der Scholastik, das moralische Verbot der Kapitalbildung sowie Luthers bekannte Verdammung von „Kauffshandlung und Wucher“³ ihre in ihrer Zeit durchaus plausible Begründung.

Die moderne, in Funktionssysteme ausdifferenzierte Gesellschaft dagegen ist eine Wachstumsgesellschaft. Sie hat bei beträchtlichem Bevölkerungswachstum einen Pro-Kopf-Wohlstand hervorgebracht, den sich vormoderne Theoretiker nicht vorstellen konnten – auf Grundlage einer Verfolgung der Eigeninteressen der Einzelnen unter einer klug geschnittenen Rahmenordnung mit verschärftem Wettbewerb. Damit wird das Streben nach individueller Besserstellung zum Motor der Moral. In diesem Sinne verstehe ich auch die Aufforderung Deng Xiaopings: „Bereichert euch!“

Das Grundproblem der Ethik kann nicht an der Unterscheidung von Egoismus und Alt-

ruismus festgemacht werden. Es kann nicht darum gehen, dass man von Einzelnen – insbesondere von den Unternehmen – verlangt, dass diese ihre eigenen Interessen zugunsten des Wohls anderer zurückstellen. Diese Auffassung ist unter den Bedingungen moderner Gesellschaften nicht mehr adäquat. Statt dessen kann nur gefordert werden, dass die Einzelnen ihren eigenen Vorteil so verfolgen, dass auch andere davon Vorteile haben. Es gilt folglich, zwischen einseitigem und wechselseitigem Vorteilsstreben zu differenzieren. Grundlegend bleibt jedoch das eigeninteressierte Handeln, nicht der Altruismus.

So ist auch das Gewinnstreben der Unternehmen gerechtfertigt. Dieses Streben ist sogar gefordert – unter zwei Bedingungen: Die Unternehmen müssen die Regeln der Rahmenordnung beachten, und sie müssen den von ihren Handlungen Betroffenen Vorteile liefern, die diesen sonst nicht zugute gekommen wären. Zu diesen Vorteilen zählen gute, preiswerte, innovative Produkte, Arbeitsplätze und Einkommen, Steuern und Abgaben, Ausbildung und dergleichen mehr.

Die voranstehenden Überlegungen enthalten implizit zwei Forderungen, eine an die Ökonomik und eine an die Ethik: Die Ökonomik muss ihren Vorteilsbegriff offen halten. Unter Vorteilen dürfen nicht nur materielle oder gar nur monetäre Vorteile verstanden werden, sondern es müssen sich Dinge wie Gesundheit, Muße, ein gutes Leben im traditionellen Sinne mit ökonomischen Mitteln rekonstruieren lassen.

Die Ethik hingegen muss sich stärker darauf konzentrieren, Normen nicht nur zu begründen, sondern auch Wege zu ihrer Durchsetzung zu entwerfen. Viele Ansätze der zeitgenössischen Ethik setzen darauf, dass die Akteure in demokratischen Gesellschaften nicht ausschließlich eigeninteressiert sind, dass sie über eine „rationale Motivation“ (Jürgen Habermas) oder über einen „Gerechtigkeitssinn“ (John Rawls) verfügen. Das wird hier nicht bestritten. Die Frage ist jedoch: Wie lange können rationale Motivation oder Gerechtigkeitssinn, wie lange kann Moral angesichts negativer Erfahrungen stabil bleiben? Wenn Akteure sich

immer wieder ausgebeutet fühlen, müssen und werden sie ihr Verhalten ändern und sich dem Druck der Konkurrenz anpassen. Der Ausweg aus dem Dilemma, das sich daraus ergibt, ist jedoch nur über Regeln und Investitionen gangbar.

Eine moderne Ethik – als Ordnungsethik und als Unternehmensethik auf Basis der Theorie unvollständiger Verträge – kann zwischen Moral und Eigeninteresse keinen Widerspruch ansetzen. Sie muss die Bedingungen moderner Gesellschaften berücksichtigen und von den Entwicklungen in der Ökonomik lernen.

Zusammenfassung

Ich fasse kurz zusammen: Die Ordnungsethik kann das Grundproblem der Wirtschaftsethik bewältigen: Die Gefahr der Ausbeutung wird dadurch gelöst, dass Moral in die Regeln eingebaut wird. Allerdings ist dies auch innerhalb der Unternehmensethik möglich, wenn sich Moral – über Mechanismen wie Reputation, Vertrauen und Sozialkapital – als unmittelbar vorteilhaft für ein Unternehmen erweist. Und man kann den Unternehmen dann nicht mehr vorwerfen, sie handelten ja „nur“ aus Eigeninteresse: Auch traditionelle Positionen sind mit der hier vertretenen Sicht vereinbar. Der Unterschied liegt in den veränderten sozialen Randbedingungen, in der neuen gesellschaftlichen Situation, die mit der Globalisierung eine ganz neue Dynamik entwickelt hat.

Literatur

Habermas, Jürgen (1981): Theorie des kommunikativen Handelns, 2 Bde., Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen (1992): Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats, Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Hobbes, Thomas (1651/1995): Leviathan, übersetzt von Jacob Peter Mayer, Stuttgart: Reclam.

Homann, Karl / Koslowski, Peter / Lütge, Christoph (Hrsg.) (2007): Globalisation and Business Ethics, Aldershot/London: Ashgate.

Homann, Karl / Lütge, Christoph (2005): Einführung in die Wirtschaftsethik. 2. Aufl., Münster: LIT.

Lütge, Christoph (2005a): Wirtschaftsethik. In: Historisches Wörterbuch der Philosophie. Bd. 12, Basel: Schwabe, Sp. 853-855.

Lütge, Christoph (2005b): Economic Ethics, Business Ethics and the Idea of Mutual Advantages, in: Business Ethics: A European Review 14 (2005), No. 2, 108-118.

Lütge, Christoph (2007): Was hält eine Gesellschaft zusammen? Ethik im Zeitalter der Globalisierung, Tübingen: Mohr Siebeck.

Luther, Martin (1524/1987): Von Kauffhandlung und Wucher. Mit Beiträgen von Helmut Hesse: Über Luthers „Von Kauffhandlung und Wucher“, und Gerhard Müller: Zu Luthers Sozialethik. Als Faksimile-Ausgabe der Erstausgabe 1524 hrsg. von Horst-Claus Recktenwald, Frankfurt/M. und Düsseldorf: Verlag Wirtschaft und Finanzen.

Rawls, John (1971/1993): Eine Theorie der Gerechtigkeit, 7. Aufl., Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Rawls, John (1993/1998): Politischer Liberalismus, Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Anmerkungen

¹ Zum Konzept der Ordnungsethik vgl. vor allem Homann/Lütge 2005, Lütge 2005b sowie Lütge 2007.

² Zur Ethik in der Globalisierung vgl. aktuell Homann/Koslowski/Lütge 2007.

³ Luther 1524/1987. Vgl. als historischen Überblick Lütge 2005a.