

# **Marktwirtschaft und Moral - Ordnungspolitische Überlegungen**

von

Prof. Dr. Dieter Schmidtchen

## ***I. Das Grundproblem***

Die Marktwirtschaft ist in Verruf geraten: Die Siemens-Spitze zahlt Schmiergelder, der Ex-Post-Chef ist ein Steuerhinterzieher und der Telekom-Vorstand besteht aus einer Bande von Schnüfflern.

Es vergeht kein Tag, an dem uns nicht Meldungen über Umweltzerstörungen, Massenentlassungen, Standortverlagerungen, Outsourcing und Entwürdigung der Menschen am Arbeitsplatz, einschließlich Frustration vor allem der Schwächeren durch Arbeitslosigkeit erreichen. Auch die evangelische Kirche in Deutschland stimmt in den Chor der Kritiker ein. In der Unternehmensdenkschrift der EKD zum Beispiel finden sich deutliche Worte gegen den Turbo-Kapitalismus und die Habgier angestellter Manager:

„Besonders beunruhigend“ sei oft „die Tatsache des Abbaus von Arbeitsplätzen in gut verdienenden Unternehmen“. Auch zerstört – so die Denkschrift – „unverhältnismäßig hohe Gehälter von Managern das Vertrauen der Menschen in die Wirtschaft“. In der „öffentlichen Wahrnehmung“ dominiere heute ein „Unternehmertyp, der die Grundwerte der sozialen

Marktwirtschaft nicht mehr repräsentiert: Es ist der Manager eines Großbetriebs, der nur eine möglichst hohe Dividende für die Anteilseigner im Blick hat, dabei wenig Rücksicht auf die Beschäftigten nimmt“.

Gewiss, kaum einer bestreitet – auch die EKD nicht in ihrer Denkschrift –, dass die Marktwirtschaft als Wirtschaftsordnungsprinzip eine „höchst raffinierte Maschine“ ist (Stützel), ein rein materielles Sozialprodukt zu erzeugen, aber eben um den Preis, dass die Moral auf der Strecke bleibt. Marktwirtschaft und Menschenwürde – das scheint nicht zusammen zu passen.

Der Antagonismus von Marktwirtschaft und Moral entspringt einem Dilemma, das ich das Moral-Dilemma der Marktwirtschaft nennen möchte. Es ist dies ein Dilemma, das im Zuge der Globalisierung der Wirtschaft und dessen, was als biblische „Heuschrecken“-Plage geächtet wurde, noch an Brisanz gewonnen hat.

Große Denker – von Adam Smith über Karl Marx bis Max Weber – haben sich mit ihm beschäftigt, und es lautet wie folgt:

Moralisch motivierte Vor- und Mehrleistungen, die Kosten verursachen, können von weniger moralischen Konkurrenten gewinnbringend ausgebeutet werden. Diese haben geringere Kosten als die moralisch motivierten Unternehmen und so werden sich im Wettbewerb die unmoralischen Akteure durchsetzen. Die moralisch Motivierten dagegen fahren Verluste ein und müssen aus dem Markt ausscheiden. Unter solchen Bedingungen kann moralisches Verhalten – verstanden als ein Verhalten, das sich an Prinzipien wie Menschenwürde,

Toleranz, Solidarität, Gerechtigkeit, Fairness, Nächstenliebe orientiert und mehr tut als Gesetz und Recht es verlangen – keinen Bestand haben. Im Wettbewerb siegt die Grenzmoral.

Dies ist genauso wie beim Doping im Sport. Mein Kollege Eike Emrich hat kürzlich in einem SZ-Interview die Logik des Dilemmas so beschrieben: „Jeder stellt sich besser, wenn keiner dopt, denn dann bleibt er gesund.

Wenn aber einer dopt, zwingt er die anderen, wenn sie gewinnen wollen, auch zu dopen. Der saubere Sportler ist zwar moralisch überlegen aber faktisch der Dumme.“

So verhält es sich auch in der Marktwirtschaft.

Die Diagnose ist unbestreitbar, aber was folgt daraus?

## ***II. Lösungen***

Im Verlauf der menschlichen Geschichte wurden vier Therapien vorgeschlagen, die ich folgendermaßen bezeichnen möchte:

- Dr. Eisenbarth Methode
- Umerziehung des Menschen
- „Corporate Social Responsibility“
- Marktwirtschaftliche Ordnungspolitik

### **Dr. Eisenbarth Methode**

Die Dr. Eisenbarth-Methode geht auf Karl Marx und Friedrich Engels zurück. Diese haben zwar im Kommunistischen Manifest die in der Marktwirtschaft freigesetzte wirtschaftliche Dynamik in den höchsten Tönen gepriesen –

Originalton Marx/Engels: sie habe „massenhaftere und kolossalere Produktivkräfte geschaffen als alle vergangenen Generationen zusammen“ –, diese Einsicht hinderte die beiden aber nicht daran, um der Humanität und der Solidarität der Menschen Willen die Abschaffung des Wettbewerbs und die Ersetzung der Marktwirtschaft durch ein neues Ordnungssystem zu empfehlen: Die auf kollektivem Eigentum beruhende zentrale Planwirtschaft. Freiheit und Sozialismus – so lautete schon vor über 100 Jahren die Parole. (Heute lautet sie „Freiheit durch Sozialismus“.) Dieses Experiment endete 1989. Und wie wir wissen, hat es weder die ökonomischen noch die moralischen Erwartungen erfüllt, die man in es gesetzt hatte. Es war ein grandioser Irrweg, der vielen Millionen Menschen Elend, Unterdrückung und Tod brachte.

### **Umerziehung des Menschen**

Definiert man moralisches Handeln als auf das Wohlbefinden des Gegenüber gerichtetes Handeln, dann eröffnet sich eine zweite Möglichkeit zur Überwindung des Dilemmas zwischen Moral und Wettbewerb: Ein Antagonismus besteht nur solange der Mensch eigensüchtig handelt, nur an sein Wohl denkt. Deshalb muss man den „alten Adam“ umerziehen – aus Egoisten Altruisten machen. Den sozialistischen Menschen schaffen. Aber wie sich herausgestellt hat, ist dies nicht so einfach. Und weil der Mensch sich als widerborstig erwies, wurden Umerziehungsmaßnahmen ergriffen, die man alles andere als moralisch nennen kann. Aber es gibt eine Moral von der Geschicht’: Versuche zur Umerziehung des Menschen

enden typischerweise wegen des ehernen Gesetzes der Interventionsspirale im Totalitarismus.

### **„Corporate Social Responsibility“**

Betrachten wir nun die dritte Alternative zur Lösung des Moral-Dilemmas in der Marktwirtschaft: „Corporate Social Responsibility“.

Die Forderung, bei Unternehmensentscheidungen nicht nur den Unternehmenserfolg im Auge zu haben, sondern auch das Wohlbefinden des Gegenübers, ist Teil einer breiten Strömung, die in letzter Zeit unter dem Stichwort „Corporate Social Responsibility“ an Dynamik gewonnen hat. Die „political correctness“ unserer Tage verlangt von den Unternehmensführern, vor allem, wenn sie in Talkshows auftreten, diese Entwicklung uneingeschränkt willkommen zu heißen.

Hinter dem Schlagwort von der „sozialen Verantwortung“ verbergen sich drei unterschiedliche Vorstellungen, die man als die „weiche Variante“, die „harte Variante“ und die „radikale Variante“ bezeichnen kann (Viktor Vanberg).

Die weiche Variante stellt die am häufigsten anzutreffende Spielart der Vorstellung von der sozialen Verantwortung von Unternehmen dar. Kurz und knapp lässt sich diese Variante durch die englische Formulierung umschreiben: „Corporate Social Responsibility is good business“. Dahinter steckt die Idee, dass es dem langfristigen unternehmerischen Erfolg zuträglich ist, wenn bei unternehmerischen Entscheidungen direkt auf die Interessen der Kunden, Arbeitnehmer, Lieferanten und des politischen Gemeinwesens Rücksicht genommen wird.

Eine derart verstandene „soziale Verantwortung“ ist aber schlicht eine Frage klugen Geschäftsgebarens. Dagegen ist nichts einzuwenden, aber um kluges Geschäftsgebaren durchzusetzen, benötigt man bei Wettbewerb keine Moral-kampagne. Das leistet der Wettbewerbsmechanismus aus sich heraus, indem er Kurzsichtigkeit bestraft und Weitsichtigkeit des unternehmerischen Handelns belohnt.

Bei der zweiten, der starken Variante des Schlagworts von der „corporate social responsibility“, geht es um Ansprüche an unternehmerisches Handeln, die auch mit einem weitsichtigen, auf den langfristigen Unternehmenserfolg abgestellten Gewinnstreben in Konflikt geraten. Solche Forderungen verlangen von den Unternehmen, sich in selbst schädigender, das heißt, ihre Erfolgsaussichten im Markt mindernder Weise zu verhalten. Abgesehen davon, dass noch zu zeigen wäre, wie bei einem derartigen Verhalten „Wohlstand für alle“ geschaffen werden kann, besteht die Gefahr des Moral-Dilemmas fort.

Bei der dritten, der „radikalen Variante“ geht es explizit oder implizit um eine grundsätzliche Ablehnung von Gewinnen als Steuerungsgröße im Wirtschaftsprozess. Im Kern wird der Wechsel zu einer anderen Wirtschaftsordnung als der marktwirtschaftlichen Ordnung empfohlen – freilich ohne immer deutlich zu machen, wie die Alternative aussehen soll. Damit handelt es sich um eine subversive Doktrin, die auf der Verschleierung des eigentlichen Anliegens beruht.

## **Ordnungspolitik**

Ich komme nun zur Betrachtung der vierten Alternative zur Aufhebung des Moral-Dilemmas der Marktwirtschaft, der Ordnungspolitik. Kann man beides haben: Wettbewerb und Moral? Die Antwort lautet Ja. Und ich will im Folgenden erläutern, warum und wie sich Wettbewerb und Moral miteinander versöhnen lassen.

Wenn der Wettbewerb unter den gegebenen Rahmenbedingungen zu für die Beteiligten unerwünschten Ergebnissen führt, dann besteht Anlass, nach Möglichkeiten der Verbesserung der Rahmenbedingungen zu suchen. Es ist wenig realistisch und nicht zielführend, Mängel in der Rahmenordnung des Wettbewerbs dadurch korrigieren zu wollen, dass man die Marktteilnehmer auffordert, Selbstopferung zu betreiben. Hier ist die so genannte Ordnungspolitik gefordert. Der Begründer der Freiburger ordnungspolitischen Schule, des ORDO-Liberalismus, Walter Eucken, hat dies mit folgenden Worten beschrieben: „(Die Frage)... wie Einzelinteresse und Gesamtinteresse in Harmonie miteinander gebracht werden können... ist eine ordnungspolitische Aufgabe... Von den Menschen darf nicht gefordert werden, was allein die Wirtschaftsordnung leisten kann, ein harmonisches Verhältnis zwischen Eigeninteresse und Gesamtinteresse herzustellen“.

Die Wirtschaftsordnung definiert die Spielregeln oder die Handlungsbedingungen, die die Marktakteure im Wettbewerb zu beachten haben.

Sie umfasst unter anderem folgende Rechtsregeln: Verfassung, Vertragsrecht, Recht des geistigen und materiellen

Eigentums, Schadenersatzrecht, Strafrecht, Gesellschaftsrecht, Kartellrecht, Regulierung, Umweltrecht und Produkthaftung.

Die Auflösung des Widerspruchs von Wettbewerb und Moral durch Ordnungspolitik, die man auch als „klassische Strategie“ bezeichnet, weil sie bereits von Adam Smith dem Urvater der modernen Nationalökonomie vorgeschlagen wurde, besteht darin, die Moral wettbewerbsneutral und damit ausbeutungsresistent in die Spielregeln, also die Wirtschaftsordnung, einzubauen. Alle Konkurrenten werden dann denselben Spielregeln unterworfen. Keiner kann durch nicht-moralisches – also den Spielregeln – widersprechendes Handeln zu Kosten derjenigen einen Wettbewerbsvorteil erringen, die sich moralisch, also den Spielregeln gemäß, im Markt verhalten.

Hören wir, was der Sozialphilosoph Karl Homann, der seit Jahren diese klassische, ordnungspolitische Strategie vertritt, zu sagen hat: „Der Wettbewerb – in der Wirtschaft und auf dem Fußballplatz – bringt die erwünschten Wirkungen nur dann hervor, wenn die Moral beziehungsweise Fairness durch ein System von (Spiel-)Regeln garantiert wird. Wenn die Regeln und Durchsetzungsinstanzen verkommen, landen wir im ruinösen Wettbewerb des Kampfes aller gegen alle. Das Problem der Ausbeutbarkeit der Moral durch weniger moralische Konkurrenten – mit der Folge des Absinkens der Grenzmoral – wird dadurch gelöst, dass die Konkurrenten denselben Marktstandards unterworfen werden, weil Regeln alle Teilnehmer am Spiel „Markt“ gleichermaßen binden. Sanktionsbewehrte Regeln verteuern unmoralisches Verhalten, sodass es sich nicht mehr lohnt. Damit ist die

Stabilität der Moral unter Bedingungen des Wettbewerbs gewährleistet“ (Homann 2008: 53). Moral wird zu einer Ordnungsmoral und Wirtschaftsethik zur Ordnungsethik.

#### **14 Erläuterungen (Thesen)**

Einige Erläuterungen zur „klassischen Lösung“ sind angebracht: Sie können der Strukturierung der folgenden Diskussion dienen. Mein Auftrag lautete ja, ein Impulsreferat zu liefern.

1. Es ist ein Kennzeichen der Marktwirtschaft, dass in ihr die Koordination der wirtschaftlichen Aktivitäten durch freiwilligen Tausch und durch freiwillige vertragliche Vereinbarungen erfolgt. Diese kommen im Rahmen bestimmter Spielregeln, vor allem der Regeln des Privatrechts und des Kartellrechts, zustande. Man ist umso erfolgreicher in diesem Tauschspiel (1) je attraktiver die Güter und Leistungen sind, die man anbietet, denn das bestimmt die Zahlungsbereitschaft der Tauschpartner, und (2) je kostengünstiger man diese Güter und Leistungen herstellen kann. Die Differenz zwischen den erzielten Preisen und den Kosten ist das, was man mit Gewinn oder Profit bezeichnet. Daraus folgt: Die Fähigkeit, Gewinn zu erzielen, ist der Indikator für Erfolg im Marktspiel. Dieser Indikator hat eine oft übersehene soziale Funktion: Er soll die produktiven Anstrengungen der Menschen in die Tätigkeiten leiten, in denen sie den größten gesellschaftlichen Nutzen stiften.

Im Wettbewerb erzielte Gewinne stellen also ein Signal-System dar, ohne das die Marktwirtschaft so orientierungslos

wäre, wie ein Fußballspiel, in dem das Toreschießen verpönt wäre. Die Bewertung eines Signalsystems als gut oder schlecht sollte allein am Grad seiner Funktionserfüllung ausgerichtet sein.

2. Aus ordnungspolitischer Sicht besteht die soziale Verantwortlichkeit der Unternehmen darin, nach möglichst hohen Gewinnen zu streben. Hören Sie, was der bekannte liberale Ökonom und Nobelpreisträger Milton Friedman zu diesem Thema bereits in seinen 1962 erschienenen Buch „Capitalism and Freedom“ festgestellt hat: „In einem freien Wirtschaftssystem gibt es nur eine einzige Verantwortung für die Beteiligten: Sie besagt, dass die verfügbaren Mittel möglichst gewinnbringend eingesetzt und Unternehmungen unter dem Gesichtspunkt der größtmöglichen Profitabilität geführt werden müssen, solange dies unter Berücksichtigung der festgelegten Regeln des Spiels geschieht, das heißt unter Beachtung der Regeln des offenen und freien Wettbewerbs und ohne Betrugs- und Täuschungsmanöver“.

3. Manager leiten Unternehmen im Auftrag der Eigentümer oder Aktionäre und nicht im Auftrag anderer „stakeholder“, wie etwa der Beschäftigten, der Konsumenten oder der Gesellschaft. Die Eigentümer erhalten vom Unternehmenserlös das, was nach Begleichung aller vertraglich eingegangenen Verpflichtungen übrig bleibt, nämlich den Gewinn. Die Interessen der „stakeholder“ sind in Form der vertraglichen Verpflichtungen des Unternehmens gewahrt. Die soziale Verantwortung der Unternehmen besteht darin, diese Verpflichtungen zu

erfüllen. Eine darüber hinaus gehende soziale Verpflichtung existiert nicht. Das ist der Kern von Friedmans Aussage, dass Manager die Verantwortung haben, Gewinne für die Unternehmenseigner zu erwirtschaften („shareholder value“). Wohlgemerkt: Unter der Nebenbedingung, dass sie auch die Interessen anderer Beteiligter in einer dem Unternehmenserfolg zuträglichen Weise berücksichtigen.

4. Die Friedmansche Umschreibung der sozialen Verantwortlichkeit von Unternehmen impliziert eine Ziel-Vorgabe für Manager, die hinreichend präzise, operationabel, ist, so dass Manager auch bei Versagen zur Rechenschaft gezogen werden können. Das ist völlig anders, wenn man Managern den Auftrag erteilen würde, die Interessen aller „stakeholders“ zu befriedigen. Dies ist nämlich ein unsinniger Auftrag, wenn die Interessen der „stakeholder“ sich widersprechen sollten – was nicht auszuschließen ist.

5. Die Ethik in der Ordnungspolitik ist eine Anreizethik. Sie zielt nicht darauf ab, den Menschen zu verändern.

„Das unmittelbar handlungsleitende Motiv der Akteure im Wettbewerb bleibt die Verfolgung des eigenen Interesses, und das moralisch bewertete Ziel kommt als Nebenprodukt zum Zuge.“ (Homann.)

Moral auf einen unternehmensstrategischen Kalkül zu reduzieren – als eine Investition, die sich durch künftige „returns“ rechnet, wird gleichwohl kritisiert:

(1) „Zu anderen gut zu sein, nur weil dies sich auch für den Handelnden rechnet“, ist angeblich keine Leistung.

Moralischer Verdienst sollte nur denjenigen Handlungen zugesprochen werden, die etwas „kosten“ und ein Opfer abverlangen. Das sehe ich anderes:

Aus welchen Motiven Leute Geld spenden, kann den Hilfsbedürftigen doch egal sein. Hauptsache das Geld wird für sie aufgebracht.

(2) Wenn Fremdinteressen nur aus Eigeninteressen berücksichtigt werden, dann ist die Berücksichtigung der Fremdinteressen angeblich auf ein labiles Fundament gestellt (Waibl). Oder wie es Rousseau formuliert: „Wer nur um des Geldes willen Gutes tut, wartet nur darauf, besser bezahlt zu werden, um Schlechtes zu tun“.

Das ist zweifellos ein schöner Spruch. Dass sich die darin erwähnten Erwartungen nicht erfüllen, dafür hat die Ordnungspolitik zu sorgen.

6. In der heutigen anonymen Großgesellschaft kann Moral nur über die Ordnungspolitik verwirklicht werden. Keine Moral, auch keine christliche Moral, sollte vom Einzelnen verlangen, dass er dauerhaft und systematisch gegen seine Interessen verstößt. Mahnungen zur individuellen Tugend sind unseriös. Eine Moral darf den Menschen nicht überfordern. Bitte beachten Sie:

Das gilt für die anonyme Großgesellschaft. In überschaubaren Gruppen gelten andere Gesetze. Die Zehn Gebote und das Doppelgebot der Liebe zu Gott in Verbindung mit der Eigen- und Nächstenliebe bilden dort einen Kompass für Entscheidungen in Konfliktsituationen.

7. Moralisch bedenkliche, empörende Zustände der Welt dürfen aus ordnungspolitischer Sicht nicht auf den bösen Willen der Akteure zurückgeführt werden, ihren Egoismus oder ihre Profitgier. Sie sind vielmehr Folge einer unzureichenden oder fehlenden Ordnung der Wirtschaft.

8. Wettbewerb ist ein wohlstandsschaffendes Spiel. Auch die EKD hat dies mittlerweile in ihrer Denkschrift ausdrücklich anerkannt, und sie hat insofern ihren Frieden mit dem Kapital geschlossen. Der Wohlstand aller hängt aber von geeigneten Spielregeln, von der Wirtschaftsordnung, ab.

Die Wirtschaftsordnung hat dafür zu sorgen, dass nur der am Markt erfolgreich ist, der seinen Mitmenschen etwas zu bieten hat, was diese wünschen. Damit ist die Rücksicht auf andere qua Interaktionslogik im Marktsystem endogenisiert. Nur der ist im Wettbewerb erfolgreich, der ständig darüber nachdenkt, wie er die Bedürfnisse seiner Kunden besser befriedigen kann. Würde man von Marktteilnehmern im Wettbewerb verlangen, dass sie in ihren Entscheidungen bewusst darauf verzichten, das Spiel erfolgreich zu spielen, dann wäre das Analogon im Fußball, von den Spielern zu verlangen, nicht gewinnen zu wollen. Wenn man ein Spiel verbessern will, dann sollten nicht Appelle an die Spieler zur Selbstschädigung gerichtet werden, sondern dem Korrekturbedarf auf der Ebene der Spielregeln begegnet werden.

9. In der EKD-Denkschrift wird beklagt, dass Unternehmen trotz hoher Gewinne Arbeiter entlassen.

Offensichtlich werden sie dies nur tun, wenn die Wertschöpfung der Arbeiter niedriger ist als die Löhne und dieses Defizit nicht beseitigt werden kann. Ohne Zweifel, Entlassungen sind hart für die Betroffenen. Es ist verständlich, dass sie sich dagegen wehren. Und Politiker unterstützen sie dabei aus guten Motiven.

Aber wenn Politiker diese Entlassungen verhindern wollen, dann sollten sie bedenken, dass der, der sozial Gutes schaffen will, häufig das Gegenteil erreicht. Gut gemeint, ist nicht immer auch gut! Beim Kampf gegen Entlassungen sollten Politiker Zweierlei bedenken.

Erstens: Wie wirkt das auf die Anreize potentieller Investoren, neue Arbeitsplätze im Land zu schaffen? Diese müssen nämlich damit rechnen, in eine Mausefalle zu geraten, aus der sie nicht mehr herauskommen.

Zweitens: Aus moralischen Gründen müssten sie fordern, dass überall dort, wo die Wertschöpfung dauerhaft niedriger ist als die Löhne, Entlassungen unterbleiben. Kann man das wirklich wollen?

Kann man, um mit Kant zu sprechen, das direkte Hilfsmotiv zu einer allgemeinen Maxime des Handelns erheben?

10. Die Wettbewerbsordnung besitzt aus ihrer Natur heraus moralische Qualität aus mehreren Gründen:

- Eine Wettbewerbsordnung beruht auf Tausch.

Tausch aber impliziert Respekt vor den Rechten der potentiellen Tauschpartner. Menschen, die tauschen, unterscheiden sich fundamental von jenen, die anderen einfach das wegnehmen, was sie selbst haben wollen (auch um es nur anderen zu

geben). Ein Tausch beruht auf der Zustimmung aller Parteien, d. h. in ihm manifestiert sich Freiwilligkeit. Eine Wettbewerbsordnung ist deshalb das genaue Gegenteil einer Zwangs- oder Gewaltordnung. Recht statt Gewalt soll herrschen. Das ist die Grundforderung der Rechtsmoral.

- Eine Wettbewerbsordnung ist Demokratie pur, besser als die politische Demokratie. Jeder Euro, der verausgabt wird, ist ein Stimmzettel, der die Unternehmen dazu zwingt, das zu tun, was die Kunden wünschen. In einer Wettbewerbsordnung wird jeden Tag millionenfach abgestimmt – und nicht nur alle vier oder fünf Jahre.

- Wettbewerb ist – wie bereits erwähnt – ein wohlstandsschaffendes Spiel. Dieser Wohlstand ermöglicht es, den Armen in der Welt in höherem Maße zu helfen, als dies jede bekannte Wirtschaftsordnung ermöglichen würde.

Jemand, der wie Mutter Theresa den Armen helfen möchte, profitiert vom Wettbewerb, weil dieser es ihm erlaubt, Nahrung, Kleidung und Medizin zu niedrigstmöglichen Preisen zu kaufen.

Man sollte auch niemals vergessen, dass die Marktwirtschaften weit mehr an Entwicklungshilfe für arme Länder aufgebracht haben als die ehemals sozialistischen Länder.

- Wettbewerb ist – so hat es Franz Böhm einmal genannt – „das großartigste und genialste Entmachtungsinstrument der Geschichte. Kein Unternehmen kann seine Marktposition halten, wenn es die Wünsche seiner Kunden nicht besser befriedigen kann als die Wettbewerber“. Bei Wettbewerb hat kein Marktteilnehmer Marktmacht, die er zur Ausbeutung der Marktgegenseite ausnutzen kann.

- Eine Wettbewerbsordnung ist eine Freiheitsordnung. Sie garantiert zwei Arten von Freiheit: Die Wettbewerbsfreiheit für die Unternehmen, d. h. die Freiheit zur Innovation (zur schöpferischen Zerstörung) und zur Imitation. Der Wettbewerbsfreiheit korrespondiert die Auswahlfreiheit der Nachfrager im Markt.
- Der wettbewerbliche Markt ist farbenblind: Einem nach Gewinn strebenden Unternehmer ist es egal, ob eine Arbeit von einem Weißen oder einem Farbigen verrichtet wird. Ihn interessiert allein die Wertschöpfung. Wer diskriminiert, wird im Wettbewerb bestraft.

Auf der anderen Seite sollte man aber auch nicht das vergessen, was Hannah Arendt, die große Kämpferin gegen totalitäre Tendenzen, gesagt hat:

„Diskriminierung ist ein ebenso unabdingbares gesellschaftliches Recht wie Gleichheit ein politisches ist“. Gemeint ist aber Gleichheit vor dem Gesetz und nicht Gleichbehandlung im privaten oder geschäftlichen Umgang.

11. Eine Reform der Wirtschaft hat weder bei den Motiven noch bei den Handlungen der Akteure anzusetzen, sondern bei ihren Handlungsbedingungen, den Spielregeln. „Moderne Gesellschaften werden über eine Gestaltung ihrer Bedingungen gesteuert, nicht über eine Gestaltung direkt der Handlungen und ihrer Motive.“ (Homann)

Was man hier falsch machen kann, sei am Beispiel der Mindestlohngesetzgebung erläutert: „guter Lohn für gute Arbeit“ – so lautet ein Slogan. Aber was heißt das?

Das Maß für die Güte der Arbeit ist der Wert des Produktes der Arbeit, also deren Wertschöpfung. Diese wird in einer Wettbewerbswirtschaft demokratisch bestimmt.

Gewinnmaximierende Unternehmen werden Arbeiter einstellen oder weiterbeschäftigen, solange der Lohn die Wertschöpfung der Arbeiter nicht übersteigt. Mindestlöhne gefährden keine Arbeitsplätze, solange diese Bedingung nicht verletzt ist (etwa im Falle eines Nachfragemonopols für Arbeit).

Bei Wettbewerb am Arbeitsmarkt aber entspricht im Gewinnmaximum der Lohn der Wertschöpfung. Führt man Mindestlöhne ein, die den Marktgleichgewichtslohn übersteigen, werden Arbeitsplätze vernichtet. Das ist ein ehernes Gesetz der Marktwirtschaft.

Als abschreckendes Beispiel sei auf die Mindestlöhne verwiesen, die auf Betreiben von Zumwinkel im Briefverkehr eingeführt wurden. Sie hatten den Zweck, und erfüllten ihn auch, Konkurrenten der Post AG vom Markt zu verdrängen und der Post Marktmachtgewinne zuzuschauen. Damit einher ging die Vernichtung vieler Arbeitsplätze.

Das Münchner Ifo-Institut kommt in einer Studie zu dem Ergebnis, dass ein gesetzlicher Mindestlohn von 7,50 Euro die Preise für Konsumgüter und Dienstleistungen um bis zu 40 Prozent erhöhen wird.

Ifo-Projektleiter Gernot Nerb: „Ein Mindestlohn von 7,50 Euro erhöht die Schwarzarbeit bei Dienstleistungen, schwächt deutsche Hersteller und begünstigt ausländische Produkte.“ Insgesamt würde dies dem Wirtschaftsstandort Deutschland Schaden zufügen.

Und noch etwas zur so genannten „Heuschreckenplage“:

Die deutsche Wirtschaft würde auch geschwächt und der Wohlstand verringert, wenn die Politik verhindern würde, dass die internationalen Kapitalströme an den Ort des höchsten erwarteten Ertrages fließen.

12. Ein Plädoyer für Ordnungsethik ist kein Plädoyer für die Abschaffung von Individualmoral. Ordnungsethik ist die Antwort auf ein Moral-Dilemma in der Marktwirtschaft. Wo ein solches Dilemma nicht existiert, benötigt man die Ordnungsethik nicht. Die Individualethik kann sich entfalten; Unternehmen sind frei, Gutes zu tun. Aber selbst da, wo das Dilemma vorhanden ist, ist jedermann frei, sein Handeln an moralischen Prinzipien auszurichten.

Das ist nicht verboten. Man muss nur zusehen, dass die Nachhaltigkeit eines moralischen Handelns nicht gefährdet ist.

13. Die klassische, die ordnungspolitische, Strategie zur Versöhnung von Marktwirtschaft und Moral wird mit zwei Einwänden konfrontiert, auf die ich abschließend zu sprechen kommen muss. Der erste Einwand ist berechtigt, der zweite nicht.

Erster Einwand: Die Strategie funktioniert nicht im globalen Wettbewerb. Eine Rahmenordnung für die globale Wirtschaft, die die Ausbeutung von Moralität verhindert, existiert bestenfalls in Bruchstücken. Zwar wird an einer Weltrahmenordnung auf der Grundlage der „klassischen Strategie“ gearbeitet. Aber eine solche Ordnung, wie wir sie von den modernen Industriestaaten wie etwa Deutschland kennen, wird es auf Jahrzehnte hinaus nicht geben.

Was könnte man in der Zwischenzeit tun? Zwei Strategien stehen zur Verfügung:

Zur ersten Strategie: Die Nationalstaaten schützen ihre Wirtschaft vor ausbeuterischer Konkurrenz, vor Moral-Dumping.

Das Problem: Man missbraucht das Argument. Das, was in Deutschland z. B. Lohndumping genannt wird und zur Beschränkung des Zuzugs von Arbeitskräften aus dem Ausland per Gesetz führte, ist kein Dumping, sondern Ausdruck eines natürlichen Wettbewerbsvorteils. Die Beschränkungen des Zuzugs diskriminieren ausländische Arbeiter und sind – nebenbei bemerkt – kein Beitrag zur internationalen Solidarität der Arbeiterklasse.

Und wer eine Beschränkung von Importen durch Zölle und ähnliche Maßnahmen fordert, sollte bedenken, dass dadurch insbesondere die Armen geschädigt werden, weil diese einen besonders großen Teil ihres Geldes für importierte Waren ausgeben.

Die zweite Strategie, Moral im globalen Wettbewerb ohne staatliche Rahmenordnung zu stabilisieren, besteht darin, Moral zum wirtschaftlichen Erfolgsfaktor werden zu lassen. Moralische Vor- und Mehrleistungen sind dann als Investitionen in Reputation zu interpretieren, die sich wirtschaftlich auszahlen. Hier ist die Phantasie kluger Unternehmensführer gefragt.

Nun zum unberechtigten Einwand gegen die „klassische Strategie“ der Versöhnung von Wettbewerb und Moral durch Ordnungspolitik.

Was geschieht mit den „Mühselig und Beladenen“, den Zukurz-Gekommenen, denjenigen, die unverschuldet oder ver-

schuldet zu Wettbewerbsbedingungen kein menschenwürdiges Einkommen verdienen können?

Die Antwort wurde – in Deutschland jedenfalls – 1949 gegeben, und sie heißt Soziale Marktwirtschaft. Deren Leitidee ist es, „das Prinzip der Freiheit auf dem Markt, mit dem Prinzip des sozialen Ausgleichs zu verbinden“. Das Prinzip des sozialen Ausgleichs zu verwirklichen ist Aufgabe der Sozialpolitik.

Einige Erläuterungen hierzu:

Eine Marktwirtschaft erzeugt ein Durchschnittseinkommen, das höher ist als das jeder bekannten alternativen Wirtschaftsordnung. Aber möglicherweise ist auch die Ungleichheit des Einkommens größer. Die so-genannte Schere zwischen Arm und Reich, die angeblich zu „sozialen Schieflagen“ führt. Wer die ungleiche Einkommensverteilung als unmoralisch verdammt, sollte Dreierlei bedenken:

Erstens: Die Ungleichheit ist erforderlich, damit der Durchschnitt steigt.

Zweitens: Wer sich am unteren Ende der Einkommenskala befindet, mag immer noch ein höheres Einkommen erzielen als es bei jeder anderen Wirtschaftsordnung der Fall wäre.

Drittens: Falls aber dieses Einkommen für ein menschenwürdiges Leben nicht reichen sollte, dann kann dem durch eine Umverteilungspolitik entgegengewirkt werden.

Allerdings ist dabei darauf zu achten, dass man die Kuh, die man melken möchte, nicht schlachtet. Was sagt die Statistik?

Ein Viertel der Steuerpflichtigen zahlt vier Fünftel der Lohn- und Einkommenssteuer. Die Umverteilung über das Steuersystem funktioniert also.

Wer monatlich mehr als 3.125 Euro verdient, zählt zur besser-  
verdienenden Minderheit.

Die Gefahr besteht, dass dieser überschaubare Kreis der  
Leistungsträger am Ende eines jeden Monats feststellt, dass  
sich Leistung in diesem Land kaum noch lohnt.

14. Die Ordnungsethik ist eine Ethik ohne Individual-Moral.  
Es kommt ihr nicht auf die Motive des Handelns an, sondern  
auf dessen Ergebnisse. Das Sollen wird mit dem Wollen durch  
ein ordnungspolitisch ausgestaltetes Anreizsystem verkoppelt.  
(Waibl.)

Aber wenn an Stelle der Individuen die Wirtschaftsordnung  
zum Ort der Moral wird, dann sind die Politiker, denen die  
Gestaltung der Wirtschaftsordnung obliegt, der letzte Hort der  
Moral. (Waibl.) Treibt man dann nicht Teufel mit Beelzebub  
aus? Oder anders formuliert: Macht man nicht den Bock zum  
Gärtner?