

Wettbewerb als Gerechtigkeitskonzept

HERMANN SAUTTER *

Rezension zu Ulrich Thielemann (2010): Wettbewerb als Gerechtigkeitskonzept. Kritik des Neoliberalismus, Marburg: Metropolis, 491 Seiten.

Der Haupttitel dieser Monografie, die von der Universität St. Gallen als wirtschaftsethische Habilitationsschrift angenommen worden ist, ruft beim Ökonomen ein gewisses Erstaunen hervor. Vom Wettbewerb erwartet er „Effizienz“, aber nicht Gerechtigkeit. Doch schon die ersten Sätze der Arbeit machen dem Leser klar, dass der Haupttitel nur ironisch gemeint sein kann. Nach Ansicht des Autors ist vom Wettbewerb weder „Gerechtigkeit“ zu erwarten, noch irgendein anderer Wert, der eine positive ethische Würdigung verdient. Das „Prinzip Wettbewerb“ gilt als schlechthin unmoralisch. An ihm als einem „pars pro toto“ wird die Kritik am „Neoliberalismus“ abgearbeitet, so wie dieser Begriff heute üblicherweise verstanden wird. Allerdings ist in der Arbeit auch von positiven moralischen Qualitäten „des Wettbewerbs“ die Rede, wenn auch mehr *zwischen* als *auf* den Zeilen. Man sollte deshalb den genauen Begriffsinhalt dessen kennen, was Thielemann so vehement ablehnt.

Es ist das „Prinzip Wettbewerb“, der „ungebremste Wettbewerb“, der von allen „marktfremden Gesichtspunkten purifizierten Wettbewerb“. Gemeint ist ein durch und durch normativer Begriff, der eine rein negative Konnotation besitzt. Ob die ökonomische Lehrbuchliteratur in diesem Sinne von „Wettbewerb“ spricht, kann mit gutem Recht bezweifelt werden. Doch Thielemann unterstellt dies, und deshalb versteht er seine Kritik am Wettbewerbsprinzip auch als eine Kritik an der „ökonomischen Vernunft“, so wie er sie in der wirtschaftswissenschaftlichen Standardliteratur vertreten sieht.

Der so verstandene Wettbewerb ist ein Zwangssystem, eine „herrenlose Sklaverei“, wie mehrfach unter Hinweis auf Max Weber gesagt wird. Von Freiwilligkeit keine Spur. Im Tausch zwingt immer einer der Akteure die anderen zum Ausschluss von einer vorteilhaften Transaktion. Insofern wird Macht ausgeübt. Was dabei zählt, ist das „Recht des Stärkeren“. Die Wahrscheinlichkeit, im Konkurrenzkampf zu den Siegern zu gehören, ist umso größer, je weniger „marktfremde Gesichtspunkte“ berücksichtigt werden. Dazu gehören beispielsweise: Fairness, Loyalität, Selbstdisziplin, Zuverlässigkeit, Ehrlichkeit usw. Sich in der „Wettbewerbschlacht“ durchsetzen, heißt, ausschließlich „marktinterne“ Ziele zu verfolgen, nämlich den größtmöglichen Nutzen bzw. Gewinn. Wer sich darauf beschränkt, ist „Unternehmer“. Damit ist ein Akteur gemeint, der nichts anderes im Sinn hat als die Selbstbehauptung in der „Preisschlacht“. Siegreich daraus hervorzugehen, geht ihm über alles. Er gönnt sich keine

* Prof. a. D. Dr. Hermann Sautter, Georg-August Universität Göttingen, Mühlenpforderweg 18, D-37077 Göttingen, E-Mail: Hermann.Sautter@gmx.de, Tel.: +49-(0)551-24847, Forschungsschwerpunkte: Entwicklungsökonomik, Ordnungsprobleme der Weltwirtschaft, Wirtschaftsethik.

Ruhe und ist ständig auf der Jagd nach besseren Chancen und größeren Vorteilen. Wer sich anderes verhält, hat im Wettbewerb keine Chance. Der ungebremsste, reine Wettbewerb zwingt ihn zur Skrupellosigkeit und Brutalität. Kurz: Das „Prinzip Wettbewerb“ ist ein Inbegriff der Unmoral. Was „den Wettbewerb“ in ethischer Hinsicht akzeptabel machen könnte, sind ausschließlich die „marktfernen“ Elemente; Alexander Rüstow nennt sie den „Marktrand“.

Das ist eine fulminante und rigorose Abrechnung mit dem „Prinzip Wettbewerb“, die auch eine sarkastische Sprache nicht scheut. Der Autor zieht alle Register der Polemik und beweist dabei, wie außerordentlich belesen er ist. Nicht nur die alte und neue Kulturkritik am „Kapitalismus“ wird ausgewertet. In einem umfangreichen 2. *Teil* seiner Arbeit wird z. B. die „Frage der ‚Wertfreiheit‘ der Sozialwissenschaften und die Grundidee Integrativer Wirtschaftsethik“ diskutiert. Von „Wertfreiheit“ zu reden bedeutet nach Ansicht von Thielemann, einer „Verdinglichung des sozial-wissenschaftlichen Gegenstands“ Vorschub zu leisten. Eine „technologisch relevante und deshalb wertneutrale Erkenntnis reiner Fakten“ (Apel) kann es für ihn nicht geben. Sie würde auf eine „wertfreie Verdinglichung“ hinauslaufen und den „Modus der Intersubjektivität bzw. der Argumentation“ ausschließen. Wird dieser „Modus“ gewählt, dann zeigt sich nach Ansicht von Thielemann, dass „sachlich“ gebotene Handlungsrestriktionen in Wirklichkeit den Widerstand uneinsichtiger Akteure gegen eine ethisch legitime Steuerung sozialer Prozesse darstellen. Kann dieser Widerstand nicht im Diskurs überwunden werden, dann müssen die Mittel des „(Legal-)Rechts“ angewandt werden, die dafür sorgen, „dass die Rechtsunterworfenen die Richtigkeit und Berechtigung der Steuerung einsehen können müssten“ (104). Wenn also beispielsweise mit dem „Sachargument“ hoher Opportunitätskosten eine ethisch legitime Forderung zurückgewiesen wird, dann muss, wenn die Überredung der mit den Kosten zu belastenden Individuen nicht weiterhilft, mit rechtsstaatlichem Zwang gearbeitet werden, damit das, was ethisch geboten ist, auch durchgesetzt werden kann. Ökonomische „Sachargumente“ vorbringen bedeutet immer eine „Verdinglichung“ sozioökonomischer Prozesse und damit ein Ausweichen vor dem Imperativ einer konsensorientierten Verständigung (der die Mehrheit der „Einsichtigen“ mit staatlichem Zwang nachhelfen kann; dass damit ebenfalls eine „Verdinglichung“ von Individuen einhergeht, steht auf einem anderen Blatt, aber das ist in dieser Arbeit nicht enthalten).

Ausgehend von der Diskussion zur „Wertfreiheit“ der Sozialwissenschaften (zu denen auch die Ökonomik gerechnet wird) stellt der Autor im 3. *Teil* seiner Arbeit die Frage „Was ist Wettbewerb?“ Hier geht es um eine kritische Analyse der Wettbewerbstheorie. Eine „wertfreie“ Antwort auf die Frage „Was ist Wettbewerb?“ kann es nach Ansicht von Thielemann natürlich nicht geben, auch keine Antwort, die etwa die ethisch positiv zu wertenden Aspekte des Wettbewerbs seinen negativen Aspekten gegenüberstellen würde. Zwar werden widersprüchliche Wirkungen und Eigenschaften diskutiert, wie etwa die „schöpferische Zerstörung“, von der Schumpeter spricht (160 ff.). Aber dass die „schöpferischen“, eine positive Würdigung verdienenden Elemente überwiegen könnten, das ist für Thielemann undenkbar. Bestenfalls ist „der Marktprozess“ ein ökonomisches „Nullsummenspiel“ (165), dem negative Wirkungen nicht-ökonomischer Art gegenüberstehen.

Was „Wettbewerb“ bedeutet, wird hier interessanterweise vor dem Hintergrund „angeblicher“ Wettbewerbsbeschränkungen diskutiert. Das Monopol gilt als eine solche Verhinderung; andere Beispiele sind hohe Markteintrittsbarrieren durch bestimmte „property rights“, Ressourcenmonopole und Kartelle. Nach Ansicht von Thielemann handelt es sich in den meisten Fällen nur um scheinbare Wettbewerbsverhinderungen. So genannte „Markteintrittsbarrieren“ gelten als Beweis dafür, dass Unternehmen durch ihre überlegene Effizienz die weniger effizienten Anbieter erfolgreich vom Markt fernhalten können. Die Existenz von „Barrieren“ ist also ein „Beweis“ für einen besonders intensiven Wettbewerb, der immer zum Ziel hat, im Tausch den maximalen eigenen Vorteil zu verwirklichen und dies durch Verdrängung (Marktausschluss) von Konkurrenten zu erreichen. Mit solchen Gedankengängen wird die ökonomische Lehrbuchliteratur „gegen den Strich gebürstet“, was die Lektüre manchmal ganz amüsant macht.

In diesem Zusammenhang wird auch das Thema „Wettbewerbspolitik“ aufgegriffen. Sie wird als „Wettbewerbsbeförderungspolitik“ verstanden, die der „weiteren Durchsetzung des Wettbewerbsprinzips“ gilt (275, kursiv im Original). Das kann nur bedeuten, dass die Unternehmer zum Verzicht auf noch mehr „marktfremde“ Gesichtspunkte gezwungen werden; sie sollen noch konsequenter ihren Marktvorteil anstreben, als sie dies ohnehin schon tun. Da die Moral des Wettbewerbs nur in der Geltendmachung „marktfremder“ Gesichtspunkte liegen kann und das „Prinzip Wettbewerb“ per se unmoralisch ist, ist eine so verstandene „Wettbewerbspolitik“ selbstverständlich illegitim.

Gleichwohl werden in der Literatur ethische Argumente für mehr Wettbewerb vorgebracht. Der Auseinandersetzung mit solchen wettbewerbsaffirmativen Argumenten ist der 4. Teil der Arbeit gewidmet. Hier werden diskutiert: die utilitaristische Begründung des Wettbewerbs; das Argument, dass der Wettbewerb einen „Wohlstand für alle“ ermögliche; die These von einer Machtneutralisierung des Wettbewerbs; die These vom Wettbewerb als einem „Entdeckungsverfahren“ und die mit dem Wettbewerb kompatible Gerechtigkeit als einer Regelgerechtigkeit. Wie nicht anders zu erwarten, werden alle diese Argumente zurückgewiesen, sofern sie für mehr Wettbewerb im Sinne des „Wettbewerbsprinzips“ sprechen.

Die Arbeit schlägt also einen großen Bogen von der Diskussion des Werturteilsproblems über die Normativität einzelner Wettbewerbstheorien bis zu den ethischen Begründungen des Wettbewerbsprinzips, die nach Ansicht von Thielemann allesamt unhaltbar sind. Als ethisch legitim gilt nur die Einhegung des Wettbewerbs, niemals seine Förderung im Sinne einer konsequenteren Durchsetzung seines „Prinzips“.

Nun ist in der Arbeit auch ganz allgemein vom „Wettbewerb“ die Rede, wobei längst nicht immer unterschieden wird, ob das unmoralische „Prinzip Wettbewerb“ gemeint ist oder der „gebremste“, „eingehegte“ und damit moralisch akzeptable Wettbewerb. Die Eigendynamik „des Wettbewerbs“, die einen „Weltmarkt“ entstehen ließ, habe „eine historisch beispiellose Wohlstandsmaschinerie in Gang gesetzt“ heißt es z. B. auf Seite 435. Diese Aussage wird zwar sofort wieder eingeschränkt durch die wortreiche Beschreibung aller „Kosten“ des Wohlstands, aber dass es sich beim Wohlstandswachstum um eine Wirkung handelt, die eine positive ethische Würdigung verdient, wird nicht bestritten. Hat man die Grundlinie der Argumentation in dieser Ar-

beit vor Augen, dann kann diese positive Wirkung nur darauf zurückzuführen sein, dass das „Prinzip Wettbewerb“ durch „marktfremde“ Elemente in seiner Wirkung eingeschränkt worden ist. Gesichtspunkte der Fairness, Loyalität, Rücksichtnahme, Selbstbegrenzung im Vorteilstreben usw. müssen dafür gesorgt haben, dass die Dynamik des Wettbewerbs gebremst wurde.

Mit dieser Zuweisung jeder *Moral* in die Randbedingungen des Wettbewerbs („Markt-rand“ nach Rüstow) und der *Unmoral* in den Wettbewerb selbst hat man wenig zur Realität des Marktgeschehens gesagt. Es gibt viele Beispiele dafür, dass der „Markt-rand“ nicht nur ein Ort der *Moral* und der konsequente („reine“, „ungebrems-te“) Marktwettbewerb nicht nur ein Ort der *Unmoral* ist. „Marktfremde“ Gesichtspunkte können beispielsweise die Ursache einer ethnischen Diskriminierung von Arbeitskräf-ten sein. Lässt ein Arbeitgeber nur ökonomische Gesichtspunkte gelten und strebt er nach dem größtmöglichen Gewinn, schließt er also „marktfremde“ Gesichtspunkte aus und handelt er wettbewerbskonform, dann wird er sich bei der Einstellung von Arbeitskräften nicht an deren ethnischer Zugehörigkeit orientieren, sondern an der von ihnen erwarteten Produktivität. Der ungebrems-te Wettbewerbszwang kann also eine ethisch inakzeptable Diskriminierung verhindern. Ein anderes Beispiel: Die Ende der 1990er Jahre in Thailand ausgelöste Finanz- und Wirtschaftskrise war nicht zuletzt auf das „connected lending“ thailändischer Banken zurückzuführen. „Marktfremde“ Gesichtspunkte sorgten für eine ökonomisch verfehlte Kreditvergabe, und daraus entstand eine Krise mit unbestreitbar negativen moralischen Auswirkungen. Eine „Purifizierung“ des Wettbewerbs der Kreditinstitute von der Praxis des „connected lending“ war hier eine Voraussetzung dafür, dass die Effizienz der Kreditmärkte verbessert werden konnte, und darin lag ein ethisch relevanter Gewinn. Ein letztes Bei-spiel: Die Wohlstandsentwicklung in den ostasiatischen „Tigerstaaten“ seit den 1950er Jahren war auch einer zunehmenden „Bereinigung“ des Wettbewerbs von „markt-fremden“ Gesichtspunkten zu verdanken. Das „Prinzip Wettbewerb“ wurde konse-quenter durchgesetzt. Niemand wird bestreiten wollen, dass damit soziale, psychische und ökologische Wirkungen verbunden waren, die bei einer ethischen Bewertung negativ zu Buche schlagen. Gleichwohl dürfte die große Mehrheit der Bevölkerung in diesen Staaten die Überwindung von Armut und den wachsenden Wohlstand als einen Gewinn betrachten, der auch ethisch relevant ist.

„Mehr Wettbewerb“, verstanden als eine Annäherung an den „reinen“, „ungebrems-ten“, „von marktfremden Gesichtspunkten purifizierten Wettbewerb“ hat also ambi-valente Effekte. Diese Ambivalenz herauszuarbeiten, hätte zur „Werterhellung“ des Wettbewerbs beigetragen. Das ist zwar das explizite Ziel von Thielemann, aber seine Fokussierung auf das unmoralische Konstrukt „Wettbewerbsprinzip“ trägt eher zur Verwirrung bei als zur „Werterhellung“.

Diese Fixierung auf ein als „unmoralisch“ definiertes Prinzip steht im Zusammen-hang mit der Ausblendung aller ökonomischen Sachargumente. Wie konsequent Thie-lemann dabei vorgeht, zeigt seine Umformulierung des „Kategorischen Imperativs“. Eine der Fassungen, die ihm Kant gegeben hat, lautet: „Handle so, dass du die Menschheit, sowohl in deiner Person als in der Person eines jeden anderen, jederzeit zugleich als Zweck, niemals bloß als Mittel brauchest“. Nimmt man Kant beim Wort, dann will er sagen, dass „die Menschheit“, sowohl in der eigenen „als in der Person

eines jeden anderen“ *auch* als Mittel gebraucht werden kann; mit anderen Worten: die Aufrechterhaltung bestimmter Funktions-zusammenhänge kann eine „Versachlichung“ („Verdinglichung“) von Personen notwendig machen. Ein Verstoß gegen den „Kategorischen Imperativ“ wäre dies nur, wollte man die betreffenden Personen *bloß* als Mittel und nicht „jederzeit zugleich als Zweck“ behandeln. Thielemann verändert die Kantsche Formulierung wie folgt: Es ist unzulässig, andere Individuen „jederzeit zugleich als Mittel“ zu behandeln und nicht (bloß) „als Zweck“ anzuerkennen (68). Es soll also ausgeschlossen werden, dass Personen *auch* als Mittel behandelt werden, beispielsweise als Funktionsträger in einem sozialen oder ökonomischen Funktionszusammenhang wie dem Markt. Das ist konsequent, wenn man der Meinung ist, jede Versachlichung im ökonomischen Kontext sei eine Verschleierung des Widerstandspotentials gegen legitime ethische Forderungen. Man kann fragen, ob auf diese Weise eine „Integrative Wirtschaftsethik“ (dem expliziten Programm von Thielemann) möglich ist, also ein Programm, das „Ökonomik“ und „Ethik“ integriert anstatt die „Ökonomik“ der „Ethik“ zu unterwerfen.

Die Arbeit von Ulrich Thielemann gibt also Anlass zu manchen kritischen Rückfragen. Sie bietet eine brillante Fundamentalkritik am „Wettbewerbsprinzip“ (so wie Thielemann es versteht), und wer von der Inhumanität eines „Marktradikalismus“ und eines „Neoliberalismus“ überzeugt ist, wird an dem Buch seine helle Freude haben. Wer allerdings nach einer sinnvollen *Verknüpfung* von *ökonomischen* und *ethischen* Handlungskriterien fragt (und darin ist nach Ansicht des Rezensenten das eigentliche Programm einer „Wirtschaftsethik“ zu sehen), der wird mit dieser Veröffentlichung wenig anfangen können, denn ernst zu nehmende ökonomische Handlungskriterien kann es für Thielemann nicht geben (so wie es, spiegelbildlich gesehen, ernst zu nehmende ethische Handlungskriterien für eine „Ökonomische Theorie der Moral“, so wie sie Homann und einige seiner Schüler vertreten, nicht geben kann). Eine Lektüre lohnt sich trotzdem. Die Schattenseiten des „Wettbewerbs“ werden hier so pointiert und kenntnisreich zur Sprache gebracht wie in wenigen anderen Veröffentlichungen zur „Moral des Marktes“.