

Ein Klassiker in der Diskussion?

„Der Markt und seine moralischen Grundlagen“ von Jeff R. Clark und Dwight R. Lee

BETTINA HOLLSTEIN*

Rezension zu Ingo Pies (Hrsg.) (2015): Der Markt und seine moralischen Grundlagen – Diskussionsmaterial zu einem Aufsatz von Jeff R. Clark und Dwight R. Lee, Freiburg/München: Karl Alber.

Der von Ingo Pies herausgegebene Band „Der Markt und seine moralischen Grundlagen. Diskussionsmaterial zu einem Aufsatz von Jeff R. Clark und Dwight R. Lee“ will verschiedene Ziele miteinander verknüpfen, die zum Teil weit voneinander entfernt sind. Einerseits will er einen potentiellen Klassiker vorstellen und in didaktischer Absicht analysieren. Andererseits will er Diskussionsbeiträge zu diesem Klassiker in durchaus kritischer Absicht versammeln, welche den ‚Klassikerstatus‘ auch in Frage stellen. Der erste – didaktische – Teil liefert den Originaltext mit absatzweiser Übersetzung sowie Hinweisen zur Textlektüre, -bearbeitung und -kritik. Abgesehen von der methodischen Hinführung zu dieser Textanalyse ist der Ausgangstext auch in inhaltlicher Perspektive als ein Beispieltext für einen ‚Klassiker‘ geeignet, da er eine grundlegende Fragestellung der Wirtschaftsethik, nämlich das Verhältnis von Ökonomie und Moral, thematisiert. Solche Grundlagenfragen werden in wirtschaftswissenschaftlichen Studien in der Regel zu wenig behandelt, so dass es ein Verdienst darstellt, diese Thematik hier aufzugreifen und didaktisch aufzubereiten, was gut gelungen ist. Ob in der Bearbeitung des Gegenstandes diesem Text Klassikerstatus zukommt, ist eine offene Frage, zu der die Beiträge des zweiten Teils eine Antwort zu geben suchen.

Der zweite Teil versammelt elf Kommentare zu dem Text. Der Text selbst unterscheidet zwischen altruistischer „Helfermoral“ (S. 18), die nur in kleinen Gruppen praktikabel sei, und „Marktmoral“ (S. 24), die sich aus der Verfolgung von Interessen im Rahmen von Gesetzen ergebe und für gesamtgesellschaftlich wünschenswerte Ergebnisse Sorge. Das Argument ähnelt dem von Mandeville in der Bienenfabel – auch wenn nur Adam Smith und Friedrich August von Hayek als historisch zentrale Referenzen erwähnt werden. Märkte führen durch die Kanalisierung der Interessen insgesamt zu sozialem Frieden (insbesondere durch Wohlstand) und Freiheit. Hingegen führt staatliches Handeln entlang der Prämissen der Helfermoral zu Unterdrückung und Misswirtschaft. Aus morali-

* PD Dr. Bettina Hollstein, Max-Weber-Kolleg der Universität Erfurt, Nordhäuser Straße 63, D-99089 Erfurt, Tel.: +49-(0)361-7372802, E-Mail: bettina.hollstein@uni-erfurt.de, Forschungsschwerpunkte: Wirtschaftsethik, Handlungstheorie, Ehrenamt, Umweltethik, Pragmatismus.

schen Gründen ist daher die freie Marktwirtschaft zu unterstützen. Die Kommentare hierzu kann man in zwei Hauptgruppen unterteilen: erstens in Kommentare, die die Ausgangsprämisse von Clark und Lee teilen, nämlich die Vorstellung, dass Moral aus Interessen begründet werden sollte, und zweitens in Kommentare, die diese Grundprämisse kritisch sehen. Es sei vorausgeschickt, dass auch die Rezensentin gewisse Zweifel an dieser Grundprämisse hat – nicht an der Tatsache, dass man bestimmte moralische Ziele auf der Basis von Interessen verfolgen kann oder sollte, sondern an der Verabsolutierung dieser Vorstellung für die Moral in Gesellschaften – also jenseits des privaten Bereichs. Die Mehrzahl der hier versammelten Kommentatoren teilt die Grundprämisse, formuliert aber jeweils unterschiedliche Kritik im Detail.

Gerhard Engel etwa befasst sich mit dem „stammesgeschichtlichen“ (S. 100) Argument, dass die Helfermoral auf einer Herdenmoral beruhe, und zeigt, dass auch diese auf einem nutzerorientierten Maximierungskalkül aufbaut.

In ähnlicher Absicht zeigt Ingo Pies mit Hilfe eines Modells auf, dass die Marktmoral eine kosmopolitische Fortsetzung der Helfermoral mit anderen Mitteln ist, da der Markt besser als altruistische Hilfsprogramme auf Notsituationen mit Knappheit reagieren kann. Ebenso kann zum Beispiel der Versicherungsmarkt ohne Solidarität die Absicherung von Risiken auch unter Fremden ermöglichen.

Die folgenden vier Kommentatoren gehören zu denen, die die Grundprämisse von Clark und Lee hinterfragen. Reinhard Zintl fragt kritisch nach den Beurteilungskriterien der Resultate einer Marktmoral – jenseits von Effizienz – und nach der Motivation zur Befolgung interessenbasierter Normen. Darüber hinaus zeigt er auf, dass die beiden Moraltypen von Clark und Lee nur zwei extremen Polen einer Bandbreite von moralischen Vorstellungen entsprechen, die durch negative Restriktionen wie positive Pflichten variiert, und in Verfassungen artikuliert werden. Während Clark und Lee nur die positiven Aspekte des Marktes betonen und jede Regulierung ablehnen, verweist Zintl auch auf die unerfreulichen Folgen marktwirtschaftlicher Prozesse (Unsicherheit, Ohnmacht, Ungleichheit) und die Möglichkeit, durch eine Rahmenordnung diese einzudämmen. In Bezug auf die Motivation weist Zintl darauf hin, dass Selbstbindung – jenseits von Interessen – notwendig ist – die interessenbasierten Normen müssen auch in der Gesellschaft durch eine tieferliegende Ethik unterfüttert werden.

Auch Michaela Haase teilt die Grundannahmen von Clark und Lee nicht. Vielmehr macht sie auf die unterschlagene „ideologische“ (S. 135) Position von Clark und Lee aufmerksam. Ohne Ideologien entwickelt sich Wissenschaft nicht – sie stellen einen Kern einer Theorie bereit, von der aus sich empirisch Forschung entfalten kann. Bei Clark und Lee stellt die ‚invisible hand‘-Hypothese diesen ideologischen Kern dar. Markthandeln wird dabei allein auf Selbstinteresse zurückgeführt. Die Vorstellung von Metapräferenzen, mit Hilfe derer die Interessen evaluiert werden, ist hier nicht vorgesehen. Diese simplifizierende Gegenüberstellung von Markt- und (Helfer-)Moral stellt sich auch für Haase als zu einfach und ideologieunkritisch dar.

Johannes Fioole ist mit zwei Beiträgen in dem Sammelband vertreten. Im ersten setzt er sich mit dem moralischen Status des Eigeninteresses auseinander. Obwohl das Eigeninteresse über den Marktmechanismus zu moralisch zu befürwortenden Ergebnissen führt, kann es individualethisch nicht als moralisch qualifiziert werden, da die moralischen Ergebnisse nicht intendiert sind. Dies stellt eine deutliche Kritik am Modell von Clark und Lee dar. Auf der individualethischen Ebene diskutiert Fioole die Tugendethik, die in marktkonformer Weise dazu beiträgt, sich an Sitten und Normen zu halten, und zu einem Habitus werden kann. Die Tugendethik soll dabei als Scharnier zur deontologischen Ethik wirken. Die Ergebnisse dieser Tugendethik müssen aber hinterfragt werden, da der Markt auch schlechte Ergebnisse befördern kann.

Im zweiten Beitrag befasst sich Fioole mit Moral als Grund für Marktversagen. Dabei steht nicht echtes Marktversagen im Vordergrund, sondern bewusste Entscheidungen die Allokation bestimmter Güter wie etwa Ehen oder Organe nicht dem Marktmechanismus zu überlassen. Fioole weist aber darauf hin, dass solche Entscheidungen auch unerwünschte Konsequenzen haben könnten.

Birger P. Priddat kritisiert den Vorschlag von Clark und Lee, einen Ideologiewechsel durchzuführen. Die moralische Prädikation von Gütern finde bereits statt: Unternehmen nutzen moralische Trends, um ihre Produkte zu vertreiben. Durch digitale Märkte und unter Nutzung von Informationen aus sozialen Netzwerken können solche moralisch aufgeladenen Güter passgenau den Profilen der Konsumenten und ihren Moralvorstellungen angepasst werden. Zugleich werden durch resonante Spiegelungen die Gewohnheiten der Konsumenten modifiziert. Das Konzept von Clark und Lee wird sich daher laut Priddat „als kognitivistische Fehldeutung“ erweisen, da es nicht ausreichend die neuen „market designs“ und die Rückwirkungen auf die „digitally embedded actors“ berücksichtigt (S. 167).

Alle weiteren Autoren argumentieren im Rahmen der Grundprämissen von Clark und Lee. Stefan Hielscher lenkt den Blick auf die Funktionsbedingungen marktwirtschaftlichen Wettbewerbs, die bei Clark und Lee nicht weiter problematisiert werden; nämlich den Schutz von Eigentumsrechten, die Herstellung von Vertragssicherheit und eine funktionierende Rechtsstaatlichkeit. Mit einer spieltheoretischen Rekonstruktion zweier historischer Fälle (die Deutsche Hanse und die Firma Alfred Krupp) zeigt er die Bedeutung unterschiedlicher Ordnungsprobleme zwischen Produktionsstandorten einerseits und innerhalb eines Produktionsstandortes andererseits auf. Dabei zeigt sich die Bedeutung von Regulierungs- und Governancepraktiken, die für funktionierende Märkte notwendig sind – im Ansatz von Clark und Lee aber grundsätzlich abgelehnt werden.

Alexandra von Winning zeigt aus der Perspektive einer CSR-Beratungsunternehmung, inwiefern CSR als Investition in Geschäft und Gesellschaft betrachtet werden kann. Hierfür ist eine Rahmenordnung als systematischer Ort der Moral erforderlich, die dafür sorgt, dass ethisch agierende Unternehmen nicht langfristig „vom Wettbewerb aussortiert“ (S. 196) werden.

Christian Rennert sieht die Moral von Unternehmern in ihrer Aufgabe, bestmögliche Konsummöglichkeiten für Kunden zu realisieren. Diesem Ziel ist die Unternehmensstrategie unterzuordnen. Die Strategien können dabei Effizienzsteigerungen im Prozess der Leistungserstellung – also Preissenkungen bei gleicher Leistung – oder Differenzierungen der Leistungen bzw. Absatzinnovationen – also neue Produkte – implizieren. Damit die Strategien realisiert werden, ist Wettbewerb erforderlich, der entsprechende Anreize setzt. Auch Rennert bleibt vollständig im ökonomischen Paradigma – eine Reflexion darüber, wozu Konsum für Menschen wertvoll ist, unterbleibt, und der Aspekt der Moral wird auf Nutzen reduziert. Folglich bleibt auf der Ordnungsebene nur noch das Erfordernis für Wettbewerb zu sorgen, um eine ‚gute‘ Gesellschaft zu realisieren. Interessant ist dabei die Einsicht, dass auf der Mikroebene im Unternehmen der Gewinn als Steuerungsgröße relativiert werden muss.

Der Beitrag von Matthias Georg Will stimmt der grundlegenden These von Clark und Lee, dass Konflikte zwischen individueller und gesellschaftlicher Moral durch funktionierende Märkte überwunden werden können, zu. Allerdings verweist er auf einen blinden Fleck in deren Argumentation, nämlich der nicht ausreichend berücksichtigten Funktion von Organisationen wie Parteien, Unternehmen oder Bürgerinitiativen. Deren Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher Probleme durch die Übernahme von Optimierungs-, Gestaltungs- und Aufklärungsfunktionen werden im Beitrag entfaltet. Damit kommt er zu einer differenzierteren Einschätzung darüber, in welchen Fällen Moralvorstellungen an die Eigenlogik von Märkten und Organisationen anschlussfähig sind oder eben nicht.

In den „Weiterführenden Hinweisen“ von Ingo Pies am Ende des Buches greift er das didaktische Anliegen des Anfangs wieder auf und verweist auf weiterführende Literatur, insbesondere von Lee, die die Argumentation weiter entfaltet.

In der Summe bleibt der ambivalente Eindruck, dass didaktisches Anliegen und wissenschaftliche Diskussion des Ansatzes von Clark und Lee in unterschiedliche Richtungen laufen. Während im ersten Teil der potentielle ‚Klassikerstatus‘ des Artikels von Clark und Lee betont wird, kann auf der Basis des zweiten Teils des Buches diesem Artikel kein ‚Klassikerstatus‘ zugesprochen werden, da er zwar ein wichtiges Anliegen transportiert, aber unabhängig davon, ob man die Grundannahmen teilt oder nicht, zu stark vereinfachend und unkritisch vorgeht und wesentliche Aspekte, insbesondere auf der Mesoebene (z.B. Regulierungen durch Verbände, ordnungspolitische Standards, Organisationsstrukturen), außer Acht lässt.