

Zur „Moral“ marktlicher Koordination

CHRISTIAN SCHUBERT*

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.

Wenn es darum geht, den Allokationsmechanismus Markt im Allgemeinen einer moralischen Bewertung zu unterziehen, lauten die Schlüsselfragen: Wie ist das in der Bevölkerung weitverbreitete Unbehagen am Markt einzuordnen (und positiv zu erklären)? Und welche moralischen Maßstäbe werden dem Markt überhaupt gerecht? Der vorliegende Band – herausgegeben von Ingo Pies, Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftsethik an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg – bietet eine exzellente Grundlage, um sich in der wirtschaftsethischen Lehre mit derlei Fragen zu beschäftigen. Ausgehend von einer gründlichen Erläuterung des (im englischen Original und begleitender deutscher Übersetzung abgedruckten) 2011 im libertären *Cato Journal* erschienenen Aufsatzes „Markets and Morality“ der US-amerikanischen Ökonomen Jeff Clark und Dwight Lee versammelt der Band Kurzkommentare des Herausgebers sowie einer interdisziplinären Gruppe von Autoren wie (unter anderem) Gerhard Engel, Michaela Haase, Birger Priddat und Reinhard Zintl. Diese diskutieren den Aufsatz kritisch aus unterschiedlichen Perspektiven, was zu einer vertieften Auseinandersetzung mit dem Thema anregt.

Die Kernthese von Clark und Lee ist einfach: Märkte sollten grundsätzlich nicht nach den Maßstäben der traditionellen, intuitiv bei den meisten Menschen fest verankerten „Helfermoral“ (*magnanimous morality*) bewertet werden, sondern vielmehr nach den Maßstäben einer „Marktmoral“ (*mundane morality*). Erstere sei stark tugendethisch fundiert und stelle auf Gesinnung, intendierte Handlungsfolgen, einen persönliche Opfer fordernden Altruismusbegriff und klar erkennbare Adressaten ab. Demgegenüber orientiere sich letztere an der Forderung, abstrakte Regeln zu befolgen, um „institutionalisierte Solidarität“ (S. 112) zu gewährleisten, was wiederum idealiter dazu führe, dass sich der Kreis potentieller Tauschgewinn-Partner – jenseits von Rasse oder Ethnie – und damit auch die Menge realisierter Positivsummen-Transaktionen immer weiter ausdehnt. Wer Märkte einseitig aus dem Blickwinkel der Helfermoral wahrnehme, übersehe nicht nur wesentliche moralische Qualitäten marktlicher Koordination, sondern riskiere auch, dass eine helfermoralisch inspirierte institutionelle Rahmenordnung systematisch unbefriedigende Folgen zeitigen könne (etwa Mangel an Spenderorganen oder kontraproduktive Entwicklungspolitik) – ganz abgesehen von der oft übersehenen Tatsache,

* Dr. Christian Schubert, Düsseldorf Institute for Competition Economics (DICE), Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Universitätsstraße 1, D-40225 Düsseldorf, Tel.: +49-(0)211-8115009, Fax: +49-(0)211-8115499, E-Mail: dr.c.schubert@gmail.com, Forschungsschwerpunkte: Politische und normative Implikationen der Verhaltensökonomik, Politische Ökonomie (insbesondere Behavioral Political Economy), Wirtschaftsethik.

dass Helfermoral durchaus auch ganz unmittelbar eine „dunkle Seite“ hat, etwa wenn es um den Ausschluss Gruppenfremder geht (S. 119, 231).

Die insgesamt elf begleitenden Kommentare bewegen sind allesamt auf hohem argumentativem Niveau und regen zum weiteren Nachdenken an. Schon insofern kann der didaktische Wert des Bandes nicht hoch genug eingeschätzt werden. Ein paar Beispiele: Pies selbst stimmt zu, dass sich die für Kleingruppen adäquate Helfermoral nicht umstandslos auf anonyme Großgruppen übertragen lässt, ohne Schaden anzurichten (S. 111f.). Er illustriert das mit dem Gedankenexperiment zweier benachbarter Dörfer (A und B), die beide Landwirtschaft betreiben. Angenommen, nach erfolgter Ernte brenne das Getreidelager in B ab. Wenn kurzfristig der Preis steige, laufe dies darauf hinaus, dass der Markt jene Solidarität reproduziere, die in einem alternativen Szenario vom – helfermoralisch verstandenen und also voraussetzungsvollen – Altruismus übernommen werden müßte. Die marktlich induzierte Solidaritätsleistung kommt zustande als nicht-intendierte Folge absichtsvollen Handelns (S. 116). Freilich erwähnt Pies den Einwand, den Marketskeptiker hier umgehend vorbringen werden, nur in einer Fußnote: Diese Marktleistung setzt die hinreichende Zahlungsfähigkeit bei den Bewohnern des nun notleidenden Dorfes B voraus (S. 115f., FN 3).

Pies weist indes auch auf blinde Flecken in der Argumentation von Clark und Lee hin: Sie blenden z.B. das *Unternehmen* als zentralen Marktteilnehmer aus, fragen also z.B. nicht, inwieweit die sogenannte Helfermoral innerhalb von Firmen funktional sein kann (S. 90f.). Auch lässt der etwas simplistische Dualismus von „Markt“ und „Staat“ keinen Raum für die komplexen, oft komplementären Beziehungen zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Akteuren, wie sie außerhalb des US-amerikanischen Kontextes anzutreffen sind. Pies sieht einen zentralen Wert des Aufsatzes darin, auf ein mögliches „Diskursversagen“ in Debatten pro und contra Markt hinzuweisen (S. 97): Immer wieder kreisen solche Debatten ja um die (wenig ergiebige) Frage nach den *Motiven* des Handelns wirtschaftlicher Akteure. Die Frage nach den beabsichtigten und v.a. den unbeabsichtigten *Konsequenzen* kommt dabei regelmäßig zu kurz.

Zintl übt eine differenzierte Kritik an Clark/Lee, indem er deren implizite Auffassung in Frage stellt, problematische Handlungsfolgen wie etwa Umweltkatastrophen oder Finanzkrisen seien entweder auf staatliche Interventionen oder allgemein auf den Einfluss helfermoralisch informierter (und insoweit inadäquater) Normen zurückzuführen. Laut Zintl verweist die ordoliberalen Tradition demgegenüber auf die Notwendigkeit, die Sphäre marktlicher Koordination im Einzelfall regulatorisch zu begrenzen, z.B., wenn besonders ausgeprägte Informations-Asymmetrien vorliegen (man denke an den Finanzsektor). Derlei könne dazu beitragen, gesellschaftlichen Zusammenhalt (und, möchte man hinzufügen, die Akzeptanz der Marktwirtschaft selbst) sicherzustellen. Zintls Fazit: Die interessensbasierte Marktmoral bedarf regelmäßig „Injektionen aus der ‚Helfermoral‘ der Nächstenliebe“, insbesondere auch gewisser *positiver* Normen (S. 132).

Johannes Fioole, Politikwissenschaftler an der Georg-August-Universität zu Göttingen, warnt vor dem Kurzschluss, rein interessengeleitetem Handeln am Markt individualethisch eine moralische Qualität zuzuschreiben, die diesem nicht zukommt. Fioole spannt den Bogen zu der bemerkenswerten Renaissance des Tugendbegriffs in der Wirtschaftsethik. Beispielhaft wären McCloskey (2006) oder der sehr empfehlenswerte

Aufsatz von Bruni/Sugden (2013) zu nennen, wo es darum geht, die traditionell marktskeptischen Tugendethiker quasi mit ihren eigenen Waffen (d.h. Konzepten) zu schlagen. Im Mittelpunkt steht das Potential des Marktes positive Tauschgewinne zu generieren – Charaktereigenschaften, die dies unterstützen und den „Sinn für gemeinsame Interessen“ (S. 232) schärfen, gelten dann als „Markttugenden“. Im Gegensatz zur Position von Clark und Lee bieten derlei Tugenden jenseits des nackten Interesses eine Brücke zur deontologischen Ethik, auch wenn sie nur die Zumutung enthalten, von Opportunismus abzusehen und den Nutzen des Tauschpartners nicht aus den Augen zu verlieren.

Die weiteren Beiträge sind nicht weniger erhellend: Priddat etwa verweist auf eine weitere Lücke bei Clark und Lee, nämlich die Rolle „ersatz-moralischer“ Konsumentenpräferenzen für z.B. „fair gehandelte“ Produkte; Stefan Hielscher, Mitarbeiter von Pies in Halle-Wittenberg, diskutiert die historischen Leistungen von Unternehmen als „Governance-Entrepreneure“, etwa im Kontext der Hanse; und Christian Rennert, Professor für Unternehmensführung an der FH Köln, schlägt die Brücke von der modernen Ordnungsethik zu neueren Ansätzen im strategischen Management, welche u.a. den Aspekt der (moralischen) Wertschaffung und damit letztlich den Aspekt der Realisierung wechselseitiger Tauschgewinne wiederzuentdecken hat. Ein Ausblick des Herausgebers mit weiterführenden Literaturhinweisen rundet den 240 Seiten starken Band ab.

In mindestens dreierlei Hinsicht ist der Band hilfreich: Erstens wird er dazu beitragen, dass die Leser (unter ihnen hoffentlich viele Nicht-Ökonomen) über die Marktwirtschaft differenziertere moralische Urteile fällen, als dies bislang oft der Fall ist; zweitens enthält er einige Grundlagen, um auf einer der wichtigsten (und interessantesten) Baustellen der gegenwärtigen Wirtschaftsethik Fortschritte zu erzielen: Wie sieht jene „Marktmoral“ aus, welche sich in Umrissen abzeichnet? Sie sollte interessebasiertes Handeln und seine Implikationen nicht per se verteufeln, andererseits aber auch nicht den Fehler begehen, die Substanz moralischen Handelns auszublenden, die darin besteht, das eng verstandenen Eigeninteresse zu transzendieren. Einen möglichen Baustein könnte die aktuelle – im deutschen Sprachraum weithin ignorierte – Diskussion um die Entwicklung eines verhaltensökonomisch adäquaten Wohlfahrtsbegriffs liefern, wenn es etwa darum geht, die individuelle Fähigkeit zum „Präferenzlernen“ normativ aufzuwerten (Schubert 2015) – das eigene Handeln sollte dann jene Fähigkeit beim jeweils anderen zumindest nicht beschädigen („Nudging“ z.B. erscheint dann in neuem Licht).

Drittens schließlich bietet der Band eine äußerst hilfreiche didaktische Handreichung für jeden in der wirtschaftsethischen Lehre Tätigen: In seinen direkt an den Aufsatz anschließenden „Hinweisen zur Textbearbeitung“ stellt Pies eine Methode zur strukturierten Erfassung der Argumentation vor, die zur vertieften Auseinandersetzung mit Aufsätzen wie dem von Clark und Lee einlädt. Pies schlägt vor, nach der Klärung der Argumentationsstruktur zunächst eine interne Kritik vorzunehmen („Wird der Text seinen eigenen Ansprüchen gerecht?“ (S. 82)). Die sich anschließende externe Kritik prüft dann, wie leistungsfähig das Argument für die Lösung praktischer Probleme ist.

Der Band ist der erste Beitrag zu einer neuen Schriftenreihe „Angewandte Ethik: Markt-wirtschaft und Moral“, die Pies federführend betreut. Ein zweiter Band – zu den „mo-ralischen Grenzen des Marktes“ einen Aufsatz von Michael Sandel diskutierend – ist im Februar 2016 erschienen.

Literaturverzeichnis

- Bruni, L./Sugden, R. (2013): Reclaiming Virtue Ethics for Economics, in: Journal of Economic Perspectives, Vol. 27/No. 4, 141–164.*
- McCloskey, D. (2006): The Bourgeois Virtues: Ethics for an Age of Commerce, Chicago: University of Chicago Press.*
- Schubert, C. (2015): Opportunity and Preference Learning, in: Economics and Philosophy, Vol. 31/No. 2, 275–295.*