

Stark in der soziologischen Konzeption, schwach in der historischen Umsetzung

Gabriel Abend über die Kontingenz der Wirtschaftsethik

ALEX GERTSCHEN*

Rezension zu Gabriel Abend (2014): The Moral Background: An Inquiry into the History of Business Ethics, Princeton: Princeton University Press.

Gabriel Abend, assoziierter Soziologieprofessor an der New York University, hat ein so ambitioniertes wie anregendes Buch über den „moral background“ geschrieben. Darunter versteht er eine gleichsam unsichtbare dritte Ebene, in der Ethik allgemein und Wirtschaftsethik im Besonderen analysiert werden können. Die beiden anderen Ebenen gehören in Abends Terminologie dem sichtbaren „Vordergrund“ an: Auf der Verhaltensebene lässt sich zum Beispiel beantworten, wie moralisch sich Menschen verhalten, oder warum und wie häufig sie gegen bestimmte Normen verstossen; auf der normativen Ebene lassen sich Aussagen dazu machen, was in einem bestimmten Kollektiv überhaupt als moralisch und unmoralisch betrachtet wird, oder was für informelle und formelle Regeln gelten. In Abgrenzung dazu definiert Abend den moralischen Hintergrund als Set von sozio-kulturell kontingenten Elementen, die nicht per se moralisch sind, sondern die Ressourcen bereitstellen, welche die normativen Urteile und Strukturen des moralischen Vordergrundes *erst ermöglichen*.

Das erste Hintergrundelement nennt er Grundierung („grounding“). Damit sind Antworten auf Fragen wie die folgenden gemeint: Was *macht* etwas moralisch oder unmoralisch? Und warum *soll* eine Person moralisch handeln? Daran schliessen sich als zweites Element kognitive Konzepte oder Ideen an. Diese können, müssen aber nicht moralisch aufgeladen sein. Als Beispiele nennt Abend Integrität, Würde, Toleranz, Verantwortung oder Menschlichkeit einerseits und Möbel oder Spazieren andererseits. Das dritte Element ist das Objekt der Beurteilung: Auf wen und was können moralische Konzepte angewendet werden? Wer oder was ist der moralischen Beurteilung *überhaupt zugänglich*? Die weiteren analytischen Bestandteile des moralischen Hintergrunds sind: Methoden und Argumente – welche Gründe werden für eine moralische Beurteilung anerkannt? –, die metaethische Objektivität – ist eine Beurteilung realistisch-objektivistisch, skeptizistisch oder relativistisch? –, und die Metaphysik, aus der sich die grundlegendsten Elemente der Wahrnehmung der sozialen Welt ableiten.

Abend konstruiert den moralischen Hintergrund, weil dieser heute von den Moralwissenschaften ausser Acht gelassen werde. Das Buch solle namentlich Moralpsychologen und Neurowissenschaftler dazu anregen, ihren naturwissenschaftlich verengten Blick

* Dr. Alex Gertschen, Seminar für Neuere Geschichte/Philipps-Universität Marburg, Wilhelm-Röpke-Strasse 6c, D-35032 Marburg, Tel.: +49-(0)6421-2824611, E-Mail: alex.gertschen@gmx.ch, Forschungsschwerpunkte: Internationale politische Ökonomie im 20. Jahrhundert, Geschichte der Idee gesellschaftlicher Unternehmensverantwortung in Lateinamerika.

für die sozio-kulturelle Kontingenz des Untersuchungsgegenstandes zu öffnen. Abends Hauptaussage ist, dass sich Moral ohne ihre sozialen Voraussetzungen nicht verstehen lässt. Deshalb gelte es den moralischen Hintergrund freizulegen. Dieser ist, das gibt der Autor offen zu, kein in sich geschlossenes theoretisches Konstrukt, sondern ein pragmatisch zu handhabendes Analysewerkzeug. Entsprechend „freihändig“ wendet er die sechs Elemente des moralischen Hintergrunds an. Die metaethischen und metaphysischen Elemente zum Beispiel finden im empirischen Teil des Buches, der die Kapitel zwei bis sieben umfasst, wenig Beachtung.

Der Gegenstand, an dem Abend den analytischen Wert seines Ansatzes aufzeigen will, ist die Wirtschaftsethik in den USA zwischen der Mitte des 19. Jahrhunderts und der Zwischenkriegszeit des 20. Jahrhunderts. Darauf verweist der Untertitel des Buches, der eine „Inquiry into the History of Business Ethics“ verspricht. Konkret untersucht Abend Aussagen von US-amerikanischen Wirtschaftsethikern aus dieser Zeit, wobei ihm jede Person oder Organisation als „business ethicist“ gilt, sofern sie öffentlich Ratschläge zum ethisch richtigen Wirtschaften gaben. Dazu gehörten Geistliche, Politiker, Unternehmer, Wirtschaftsverbände oder Business Schools. Abend interessiert sich für die normativen Strukturen. Die Wirtschaftspraxis, die Zusammenhänge zwischen diesen normativen Strukturen und Handlungsmustern in der Geschäftswelt, lässt er beiseite.

Das Unterfangen, den moralischen Hintergrund fruchtbar anzuwenden, gelingt. Vorab mithilfe der Elemente „Grundierung“, „moralische Konzepte“, „Methoden und Argumente“ sowie „Objekt der Beurteilung“ rekonstruiert Abend zwei wirtschaftsethische Idealtypen, den christlichen Kaufmann („Christian Merchant“) und die Standards der guten Praxis („Standards of Practice“).

Der erste Idealtyp fusst insbesondere auf zwei empirischen Erkenntnissen: Zwar mussten ethisches Wirtschaften für den christlichen Kaufmann ein Wert *an sich* und die Handlungsfolgen – im Dies- oder Jenseits – eigentlich belanglos sein; dennoch betonten die in der Untersuchung berücksichtigten Wirtschaftsethiker stets auch den Nutzen ethischen Handelns. Abend argumentiert, dass sie diese Konzession machten, um von ihrem Publikum – den Geschäftsleuten – überhaupt gehört zu werden. Sie unterschieden sich vorab darin, wie prominent sie den wirtschaftlichen Nutzen in ihrer Argumentation anführten. Dass es diesen gab, oder dass der gute christliche Geschäftsmann zumindest keinen wirtschaftlichen Schaden zu gewärtigen hatte, war Konsens.

Die säkularen Wirtschaftsethiker, etwa die seit dem späten 19. Jahrhundert gegründeten Business Schools der Universitäten oder den 1912 formierten Wirtschaftsdachverband U.S. Chamber of Commerce, konfrontiert Abend mit einem anderen Widerspruch. Auch unter diesen war Konsens, dass sich ethisches Handeln lohnte. Wenn dieser Nutzen aber so offensichtlich war: Wofür brauchte es dann überhaupt die Überzeugungsarbeit der Wirtschaftsethiker? Warum wurde Wirtschaftsethik nach der Jahrhundertwende zu einem immer öfter verwendeten, um nicht zu sagen bemühten Begriff? Abends Antwort ist: Weil dieser Nutzen bis zum heutigen Tag nicht eindeutig belegt worden, sondern stets situationsabhängig ist. Auch das junge 21. Jahrhundert sei bereits reich an Wirtschaftsskandalen, und noch immer sähen sich Wirtschaftsethiker bemühen, den Nutzen ethischen Handelns zu predigen.

Dabei, führt Abend aus, seien die Ethikregeln über die Jahrhunderte gleich geblieben. „The business ethicist urges the business person not to cheat, steal, or lie. He ought to be honest and truthful, act with integrity, care about his community, not shortchange his customer, not misrepresent his product, not mistreat his employee, and not falsify his books. This is true today, as much as in the business ethics manuals and pamphlets of the early twentieth century, and as much as in Richard Steele’s seventeenth-century business ethics manual“ (S. 20). Dass Abend den Londoner Pfarrer Richard Steele als „Doyen“ sowohl der christlichen als auch der säkularen Wirtschaftsethiker sieht, hat eben damit zu tun: Im moralischen Vordergrund gebe es keine nennenswerten Differenzen, weder im Laufe der Zeit noch zwischen den beiden Idealtypen.

Das ist Abends argumentativer Kniff: Er stellt die Homogenität im Vordergrund der Heterogenität im moralischen Hintergrund gegenüber. Da ist das erwähnte Beispiel des Motivs: Warum soll jemand ethisch handeln? Der christliche Kaufmann nennt Gottes Gebot und Liebe, der Standard der guten Praxis den ökonomischen Nutzen. Der eine Idealtyp argumentiert stark biblisch und theologisch, der andere mit empirischen (wirtschafts-)wissenschaftlichen Erkenntnissen. Bei jenem besteht das Objekt der Beurteilung sowohl aus dem Sein als auch dem Handeln, bei diesem nur aus dem Handeln. Fragt der christliche Kaufmann, was er sein und was er entsprechend tun soll, so fragt der säkulare Wirtschaftsethiker nur nach dem richtigen Handeln.

Übereinstimmungen im moralischen Hintergrund hat Abend durchaus auch ausgemacht. So hätten beide Idealtypen insbesondere nach der bolschewistischen Revolution in Russland unethisches Wirtschaften als Gefahr für das kapitalistische System und damit für die amerikanische Gesellschaft betrachtet. Aber das ändert nichts an seiner Aussage, dass „the history of business ethics and business ethicists’ work is, at the first-order morality level, largely monotonous. (...) However, once we look at the history (...) through the prism of the moral background, what stands out is discontinuity and change“ (S. 260ff.).

Abend stützt sich in seinem Buch auf eine beeindruckende Belesenheit, die weit über die Soziologie hinaus zur Philosophie und Theologie, Ökonomie und Geschichte reicht und natürlich auch zur Moralpsychologie und Neurowissenschaft, die er ja kritisiert. Diese Breite macht das ambitionierte Buch erst möglich und ist damit eine Stärke. Doch ist sie zumindest aus der Sicht eines Wirtschaftshistorikers zugleich eine Schwäche. Denn um die Erkenntnis von Diskontinuitäten und Wandel im moralischen Hintergrund geht es Abend, wie er wenige Seiten später schreibt, gar nicht. „(...) my historical account deals neither with types’ social or public preponderance, nor with change over time, nor with the explanation of change over time. (...) Instead, my aims are essentially typological“ (S. 263ff.). Ihm geht es letztlich nicht um eine „Inquiry into the History of Business Ethics“, sondern um die Anwendung seines theoretischen Ansatzes mithilfe historischer Quellen.

Abend formuliert keine historische Fragestellung, zum Beispiel jene, wie und warum im untersuchten Zeitraum die christliche Wirtschaftsethik gegenüber einer säkularen scheinbar an Überzeugungs- und Wirkungskraft verlor. Den historischen Wandel blendet er aus, indem er seine beiden Idealtypen mit Aussagen aus dem 19. Jahrhundert rekonstruiert und danach bis in die Gegenwart fortschreibt, ohne nach weiteren, womöglich widersprechenden empirischen Hinweisen zu suchen. Das gilt erst recht für

den moralischen Vordergrund. Dass die Vorstellungen vom ethisch richtigen Wirtschaften seit dem 19. Jahrhundert gleich geblieben sind, ist vielleicht dann eine zulässige Aussage, wenn – wie von Abend geschrieben – eine soziologische Typenbildung das Ziel ist, nicht aber, wenn es – wie von ihm ebenfalls versprochen – um eine historische Untersuchung geht. Das würde bedeuten, etwa Erkenntnisse der Umwelt- und Unternehmensgeschichte oder der Geschichtsforschung zur Arbeit, Arbeiterbewegung und den Arbeitsbeziehungen zu ignorieren.

Mit dieser Vereinfachung diskreditiert Abend nicht nur seine historische Forschung. Er will mit seinem Buch den Moralpsychologen und Neurowissenschaftlern ja den Nutzen des historischen und sozialwissenschaftlichen Blicks aufzeigen. In dieser Auseinandersetzung lautet sein Kampfbegriff gewissermassen „Kontingenz!“. Und ausgerechnet diese unterläuft er im empirischen Teil. Dessen ungeachtet ist zu wünschen, dass Abend mit dem moralischen Hintergrund mindestens so viele Disziplinen inspirieren wird, wie er für seinen Ansatz zu Hilfe gezogen hat.