

# Kann es ‚Wirtschaftsethik‘ geben? – Ein Zustandsberichtsversuch

BIRGER P. PRIDDAT\*

Wirtschaftsethik etabliert sich als Thema in Forschung und Lehre. Dennoch ist der Fokus diffus. Alle Spielarten der Relation von Moral und Wirtschaft werden ventiliert. Moral – als Nicht-System – wird in die Wirtschaft – als System – zu integrieren versucht, um die moralischen Impulse für regulative und Ordnungsthemen zu sichern. Es ist zu fragen, was davon gelingen kann.

Vornehmlich läuft das Programm unter dem Namen ‚ökonomische Ethik‘; sie ist in Deutschland mit Autoren wie Homann, Pies, Suchanek verbunden (vgl. Homann/Lütge 2004; Pies 2009; Suchanek 2007), in weniger präventiver Form mit den (meist spieltheoretisch argumentierenden) Ökonomen der *behaviourial economics*, die Fragen des Vertrauens, des Altruismus, der Reziprozität in die Analyse der Interaktion von *rational actors* untersuchen (vgl. Falk 2003; Fehr/Fischbacher 2004). Sie behaupten nicht, ein wirtschaftsethisches Programm zu entfalten, nehmen aber die Topoi, die in der Wirtschaftsethik verhandelt werden, ins Visier: als Grundformen kooperativen Handelns.

Karl Homanns ‚ökonomische Ethik‘ plädiert dafür, die Ökonomie als System eigener Valenz und eigener Handlungsbedingungen zu achten. Das Ethische ist wiederum ein anderer, eigener Diskurs, der sich in den – politisch durchzusetzenden – Rahmenbedingungen niederschlagen muss. Individuelle Moral oder Tugend, wie moralische Appelle, bleiben kontingent, d.h. systematisch wirkungslos (vgl. Homann 1993; Homann/Lütge 2004). Wer Moral fordert, ohne die Implementierungsbedingungen zu beachten, verstößt möglicherweise gegen seine eigenen (ökonomischen) Interessen. In den Rahmenbedingungen sollen die Institutionen der Gesellschaft und ihrer Wirtschaft so gestaltet werden, dass es Anreize gibt, sie einzuhalten (vgl. Homann/Suchanek 2004).

Josef Wieland hingegen, mit einer eigenen Konzeption einer ökonomischen Governanceethik, analysiert die wirtschaftlichen Implikationen der Unterlassung, wie Gestaltung von *value management* (vgl. Wieland 2004) d.h. die Atmosphäre einer Organisation, die in O. E. Williamsons „*theory of the firm*“ als Problem offen gelassen wurde (vgl. Wieland 1996). Wirtschaft und Ethik stehen in einem Spannungsbogen, der durch die *governance* (der Firmen), d.h. durch geeignete Anreiz- und Motivationssysteme, geregelt werden müsse (vgl. Wieland 2007a).

Beide Richtungen sind Weiterentwicklungen der *institutional economics*, die formelle wie vor allem informelle Institutionen als Voraussetzung der Marktwirtschaft in die For-

---

\* Prof. Dr. Birger P. Priddat, Universität Witten/Herdecke, Alfred-Herrhausen-Str. 50, 58448 Witten, Tel.: +49-(0)2302-926530, E-Mail: birger.priddat@uni-wh.de, Forschungsschwerpunkte: Institutionenökonomik, Wirtschaftsethik, Theoriegeschichte der Ökonomie, Politische Ökonomie, Kultur und Wirtschaft.

schung zurückgeholt hat (in ihnen unbekannter Tradition der (deutschen) Historischen Schule der Ökonomie des 19. Jahrhunderts (vgl. Priddat 1995a). Sie greifen zum einen zurück auf J. M. Buchanans Unterscheidung von Spielregeln und Spielzügen, um die Frage der Generierung, Geltung und Stabilität solcher Regeln (*constitutions*) zu prüfen (aus der Domäne der *public choice theory* erweitert zur *constitutional economics*). Zum anderen untersuchen sie die Konsequenzen aus H. Simons Konzeption der *bounded rationality* (vgl. Simon 1983): Wenn die Akteure nur bedingt rational operieren können, bleibt offen, mit welchem Ausschnitt der Welt die Akteure agieren. Williamson und Coase (vgl. Williamson 2002; Coase 1937) entwickeln eine Theorie der relationalen Verträge, in denen, insbesondere über die Zeit, nicht alle Fragen so geklärt werden können, dass man eine sichere Effizienz hat. Um diese Offenheit zu schließen, sind Fragen der Regelgeltung, Normen und angemessenen Verhaltensweisen ins Spiel zu bringen, die den Untersuchungsraum einer Wirtschaftsethik markieren.

Die eben genannten Ansätze werden als anreizorientiert klassifiziert, im Kontrast zu einer anderen Gruppe der Dialogorientierung (vgl. Abländer in: Vorbohle 2009: 258). Peter Ulrich, zum Beispiel, steht in der (aristotelischen) Tradition des Primates der Politik vor der Wirtschaft; er sieht die Rahmenordnung nur als Ort der Moralumsetzung; die Moralbegründung schöpft sich aus der Öffentlichkeit mündiger Bürger, deren Diskurs entscheidet, was moralisch-politisch gelten soll (eine schweizerisch inspirierte direktdemokratisch-diskurstheoretische Wirtschaftsethik) (vgl. Ulrich 2007). Homanns Konzeption sei zu sehr von Rationalitätsunterstellungen der Akteure geprägt; die ökonomische Rationalität könne eine Wirtschaftsethik nicht begründen, sie müsse selber kritisch zu einem Konzept der Lebensdienlichkeit erweitert werden.

Homann und Ulrich sind Antipoden eines deutschen wirtschaftsethischen Diskurses. Beide wollen Wirtschaft und Moral integrieren. Homann unterteilt operative Sphären –, die Effizienz in den Spielzügen, die Moral in den Spielregeln –, Ulrich hingegen will den ‚ökonomischen Determinismus‘ der Rationalität aufheben, damit die Herrschaft der Sachzwänge, um in freier politischer Überzeugung das zu ordnen, was den Menschen diene. Damit befindet er sich in den Reihen derer, die Moral mit antikapitalistischer Skepsis verbinden. Moral ist für ihn ein Tatbestand freier (politischer) Normenfindung.

Beide Konzepte sind sich ähnlicher, als ihre Auseinandersetzungen anscheinend lassen; sie verlagern die Frage der Moralbestimmungen in die Politik – Homann mehr in die institutionelle Ordnung, Ulrich mehr in die politische Diskursfreiheit. Homann plädiert für eine Konkordanz von Wirtschaft und Ethik, Ulrich für eine Subordination der Wirtschaft unter die politisch-normative Selbstbestimmung der Bürger (eine Art bürger- oder zivilgesellschaftlicher Wirtschaftsethik). Homann fragt natürlich, wie bei dieser Selbstbestimmung eine Ordnung entstehen kann, die den Systembedingungen von Wirtschaft gerecht wird. Was ist das Maß der polito-moralischen Intervention? Weiß es um die Erhaltungsbedingungen wirtschaftlicher Effizienz, die zugleich die Lebensbedingungen sind (auch die eines Lebensdienlichkeitskonzeptes)? (zu einem generellen Überblick vgl. Beschorner et al. 2005; Scherer/Patzer 2008).

Solche grundsätzlichen Konzeptionen – auch Wieland bietet ein ökonomisches Konzept, das im ethischen philosophischen und soziologischen Diskurs verankert ist – sind typisch deutsch; im angelsächsischen Raum finden wir eher pragmatische Kon-

zeptionen, insbesondere im Bereich *corporate governance, sustainability* und *corporate social responsibility*, aber auch in den Dimensionen *diversity* und *diversity management* etc. (vgl. Sternberg 2000; Bassen/Jastram/Meyer 2005; Basu/Palazzo 2008; Malachowski 2010; Hartman 2010; Crane/Matten 2010). Diese Wellen – es gibt auch hier wissenschaftliche Moden – haben inzwischen auch die deutsche Diskussion erreicht (vgl. Kuhlen 2005; Riess et al. 2008; Weber 2008; zur Unternehmensverantwortung Beschorner et al. 2007), bis hin zum Thema *social entrepreneurship* (vgl. Reichelt 2009) und in Kombination mit der ökologischen Dimension (vgl. Nicolodi 2005; Weber 2008; Dyckhoff/Souren 2007; Wilkens 2007; Málóvics/Csigéné/Kraus 2008). Amerikanische Konzepte auf deutsche Mentalität überträgt angemessen das ‚Wertemangement‘ (vgl. Wieland 2004).

Hier unterscheiden wir wiederum zwei Ausprägungen: die konzeptionellen, die sich als neue Formen des Managements verstehen (vgl. Brink/Tiberius 2005), und die pragmatischen, die vornehmlich an der *marketing-* und *public relation* Dimension der Firmen angehängt sind (vgl. Tewes 2008; Oestreicher 2010). Unternehmen haben sich darauf eingelassen, für ihre Selbstdarstellung solche ‚weichen Themen‘ zu kommunizieren, weil sie damit eine gewisse Legitimation in der Öffentlichkeit, vor allem bei Kunden, fördern wollen - *stakeholder management* (vgl. Hahn 2005; Nicoldi 2005; Mardsen 2005; Barnett 2007; O’Riordan/Fairbrass 2008). Diese Dimension aber ist abgekoppelt von den strengeren betriebswirtschaftlichen Entscheidungen; CSR etc. sind häufig nicht integriert in die relevanten Firmenprozesse. Man kommuniziert Transparenz, moralische Intentionen und liefert Sozialbilanzen, aber der Managementstil ändert sich kaum.

Ohne konzeptionelle Überlegungen, die immer auch eine gewisse Revision der ökonomischen Konzeptionen bedeuten, bleiben die meisten Ansätze in einem Relativismus von Wirtschaft und Moral/Ethik verhaftet, der sich im Resultat als Paradoxie darstellt: ‚Wirtschaft‘ und ‚Ethik‘ bleiben zwei disparate ontologische Bereiche, die nur handlungspragmatisch zu überbrücken sind (= Management). Diese Brückenfunktion des Managers evoziert tugendethische Erörterungen (bis hin zur Frage des wirtschaftsethischen *coaching*) (vgl. Bausch/Kleinfeld/Steinmann 2000; reflektierter Wieland 2006). Dabei wird wiederum nicht systematisch reflektiert, ob Paradoxien auflösbar sind. Wieso soll der Manager, über seine Haltung bzw. Tugenden, das, was konzeptionell disparat und synthetisch konzeptlos bleibt, individuell leisten können? Letztlich bedeutet es, dass Manager immer dann, wenn sie in einen Konflikt zwischen Business und Moral kommen, ein Moralkriterium in Anschlag bringen sollen, ohne dass die Erwägungskomplexität ausreichend bedacht wird, wie z.B. die Karriereoptionen, der tatsächliche Handlungsspielraum etc. Tendenziell werden Manager so ‚heroisch überfordert‘. Man kann zwar ‚Schuldige‘ identifizieren – so in den Medien –, aber der systematische Zusammenhang bleibt unberührt. „Kostenreiche Normkonformität ist dem einzelnen nur zuzumuten, wenn gewährleistet ist, dass auch andere die Normen beachten. Nicht individuelles Heroentum fordert Moral, sondern fairen Interessenausgleich unter allen Beteiligten“ (vgl. Nunner-Winkler 2010: 182).

Die Reflexion der Leistungsfähigkeit von Moral im wirtschaftlichen Kontext ist wenig ausgeprägt; die normative Direktive überwiegt (bei vollem Bewusstsein des Prekären dieser dilemmatischen Entscheidungswelt). Manager im Dilemma von Moral und

Wirtschaft stehen zu lassen, folgt einem gewissenethischen Repressionsmodell: ‚überlege, was du tust, und mache es mit deinem Gewissen aus, wenn du doch wieder eher ökonomischen Effizienzen nachgibst‘. Da sich Manager zum einen angesprochen fühlen (weil die wirtschaftsethische Kommunikation auch in den Medien präsent ist), weil ihre Familien ihnen zusetzen etc., reagieren Manager durchschnittlich mit Objektivierungen: Was nicht in Zahlen dem Controlling vorzeigbar ist, bleibt unbehandelt. Darauf reagiert die Wissenschaft mit *ethical codices*, *social factor lists* etc. Die Frage, wie die weichen Faktoren im Zahlenwerk der Unternehmen abbildbar sind, bleibt häufig offen, weil die Konzepte nicht wirklich den *net profit* der ethischen Maßnahmen darstellen können (ein später Reflex der Weber’schen Differenz zwischen Zweck- und Wert-rationalität).

Der Ansatz verschiebt die ethische Verantwortung, die ja gemeint ist, auf die Rechtfertigbarkeit vor dem Controlling (vgl. Wilkens 2007). Dass Manager eine Haltung einnehmen können, bleibt weniger beleuchtet (vgl. Jansen 2008). Das ‚Ethische‘ lässt sich eher durch Konzeptionen der Organisationsentwicklung, der Sinnhaftigkeit von Kommunikationen, von motivierender Führung, von überlegter Personalentwicklung etc. tragfähig machen, die weniger von Ethik als von motivierenden Arbeitsformen sprechen, z. B. von Vertrauenskapital (vgl. Osterloh/Weibel 2006). Parallel läuft eine Theorie des *social capital*, die z. T. netzwerktheoretisch fundiert ist (vgl. Lin 2001, Herrman-Pillath 2000). Ohne philosophisch-ethische Argumente werden dort Beziehungen von Akteuren untersucht, die aus der Gemeinschaftlichkeit ihres Handelns Vorteile erreichen (*social capital*, *returns on social investment*, Kooperationsrenten).

Moral ist kein System, sondern ein mentales Modell, das Regeln festlegen möchte für den Umgang untereinander. Wenn Moral tatsächlich eine (informelle) Institution ausbildet, gleichsam als *shared mental model* (vgl. North 1995), halten sich alle an die Regel, so dass das wiederum alle erwarten können (Institutionen als Erwartungsgleichgewichte (vgl. Aoki 2001). Moral tritt vornehmlich als propositionale Attitude auf: als Forderung an andere. Tugendethisch setzt diese Forderung voraus, dass die, die von anderen die Einhaltung von *moral rules* fordern, sie selber bereits praktizieren, als Vorbild und kopierbares Muster (Moral operiert als Norm für alle, während Tugenden als Norm für die einzelnen gelten, die allerdings Modell für andere werden können (vgl. Wieland 2006). Beides – die reine Proposition und das singuläre tugendhafte Verhalten – sind Initiativen, deren Wirkung völlig offen bleibt. Moral ist erst einmal Attitude und Anspruch.

Prozessual meint man, mit moralischen Aufforderungen Resonanz oder Interferenz bei anderen Akteuren zu erzeugen, gleichsam als Aktivierung sozial gelernter *moral behaviour* (vgl. Nunner-Winkler 2010). Das aber ist schwierig in modernen Gesellschaften, da einheitliche *moral codes* fehlen; wir haben es mit heterogenen Moralfrakta zu tun, die es den Gesellschaftsmitgliedern erlauben, nicht immer zu reagieren (weil sie z. B. eine andere moralische Disposition haben).

Es ist nicht in Abrede zu stellen, dass Individuen über Moral verfügen; die kulturkritische Vermutung des ‚Wertverfalls‘ trifft nicht zu. Es gibt allerdings weniger gemeinsam interpretierte Werte, dafür umso mehr fraktionierte: mehr, aber divers (vgl. Prid-dat 1995b). Oder anders: Es gibt nicht zu wenig, sondern zu viel Moral, und damit ein Sinnausrichtungsproblem. Denn moderne Gesellschaften sind weder normativ homo-

gen noch ist Moral ein System (mit autologischen Systemeigenschaften). Moral, die als Angebot gerechter oder fairerer Ordnung gehandelt wird, ist selber nicht geordnet; Moral steht in Konkurrenz zu anderen Moralien.

Die gewöhnliche moralische Kritik an der Ökonomie hält ihr vor, nur Nutzen- oder Eigensinnkalküle zu betrachten, gerade spezifisch moralische Handlungsgründe aber außer Acht zu lassen. Diese Reduktion sei ‚unmenschlich‘ im Sinne von: nicht dem Menschen als Ganzem gerecht werdend. Der Kritik ist insofern Aufmerksamkeit zu schenken, als moralische Anforderungen ein Indikator für Gerechtigkeits- und Motivationsprobleme sein können (vgl. Priddat 2007). Moral, die ja keine Handlungs-, Ordnungs- oder Interaktionstheorie aufweist, kann die aufgeworfenen Probleme kaum lösen, aber Hinweise geben für die Ökonomie, die aufgeworfenen Fragen in ihrem Kontext zu lösen. In diesem Sinne ist Moral als begleitende indikatorische Kommunikation notwendig, aber überfordert, wenn sie einen *disorder* ordnen soll. Moral ist kein Handlungssystem und organisatorisch unreif. Sie braucht ein soziales Medium.

Wirtschaftsethik versucht in dieser neuen Bedingungswelt zusätzliche Gründe für *moral behaviour* anzubieten, indem die moralischen Zwecke als ökonomisch relevant oder sogar vorteilhaft definiert werden. Man versucht so synthetisch zu operieren: moralische Gesinnung + ökonomischen Vorteil *uno actu* zu erreichen. In gewissen Bereichen ist das sinnvoll, in vielen aber führt das zu einem klareren Bewusstsein des dadurch erzeugten Dilemmas, ohne es, wie bevorzugt, moralisch auflösen zu können, weil die Umstände komplexer sind, als dass sie durch eine Maxime ordniert werden könnten. Zudem sind alle moralischen Zwecke, die sich zugleich als ökonomisch vorteilhaft erweisen, nur eine Untermenge der möglichen moralischen Zwecke.

Dennoch ist diese Sichtweise sinnvoll, da sie zeigen kann, dass viele ökonomische Zwecke effiziente Koordination sozialer Beziehungen erreichen können. Effizienz ist kein Selbstzweck, sondern ein spezifisches Ordnungskonzept, das Ressourcen für andere Handlungen schafft. Man darf nicht vergessen, dass die moderne Ökonomie in der Geschichte eine emanzipatorische Rolle gespielt hat, nämlich eine Entlastung von feudalen Machtgefügen und tradierten Normen, die die Freiheit der Individuen begrenzte.

Der *rational actor*, den die Ökonomie als Akteurskonzept bevorzugt, ist, normativ betrachtet, ein freier Mensch. Er birgt noch das emanzipatorische Potential der Ökonomie der Aufklärung. Erst die kapitalinvestorisch wachsenden Märkte bringen Wohlstand für alle, wenn auch asymmetrisch verteilt. Durch die Konkurrenz, die erst einmal politisch erkämpft werden musste, so Adam Smiths‘ Ursprungskonzept, begrenzen die modernen Märkte jeden Exzess. Die ‚Habgier‘ der einen wird in der Konkurrenz durch die ‚Habgier‘ der anderen limitiert (in moderater Anlehnung an Mandevilles ‚private vices, public virtues‘). Erst als im 19. Jahrhundert deutlich wurde, dass Konkurrenz kein Automatismus ist, sondern selber der wettbewerbspolitischen Regelungen bedarf, und als die Schere zwischen arm und reich nicht nur größer, sondern politisch brisant wurde (soziale Frage, Revolution), begann man, normative Fragen wieder in den Vordergrund zu stellen. Die Frage der Moral wurde aber nicht moralisch, sondern wirtschaftspolitisch und ordnungsrechtlich reformuliert. Es geht um

Regeln der marktlichen Konkurrenz (historische Schule der Nationalökonomie, ältere Institutionalismus, *welfare economics*).

Methodisch kennt man zwei unterschiedliche Einführungen der Moral in die Ökonomie:

- (1) rational actors mit moralischen Restriktionen
- (2) Institutionen, d.h. Akteure als Regelbefolger

Wenn wir (ad 1) den normalen ökonomischen Akteur grundsätzlich beibehalten, operiert Moral als Restriktion (z.B. als Metapräferenz). *Rational actors* sind so definiert, dass sie aus gegebenen Alternativen die beste wählen (*rational choice*). Wird Moral eingeführt, fungiert sie als Restriktion der gegebenen Alternativen: Bestimmte Alternativen sind moralisch tabu bzw. dürfen nicht gewählt werden. Die als frei und unabhängig geltenden *rational actors* werden zu normativ restringierten *bounded actors* (vorausgesetzt, sie binden sich moralisch freiwillig, weil sie bestimmte Formen von Verhalten ausschließen wollen). Die Handlungsfreiheit wird – freiwillig – eingeschränkt.

In der modernen Institutionenökonomie (vgl. North 1992, 1995) wird diese Begrenztheit der Akteure methodisch anders gefasst: Institutionen sind gemeinsam geteilte mentale Modelle des Verhaltens (*shared mental models*). Jeder kann erwarten, dass sich andere an die Regeln halten, so wie man sich selbst an die Regel hält (Erwartungsgleichgewicht). Institutionen wechseln das Verhalten von *choice* zu *rule following*. North arbeitet mit *bounded rationality*: Die Akteure sind von vornherein auf begrenzte Alternativen ausgerichtet; die Institutionen komplettieren diese Begrenztheit, indem sie für das Regelbefolgen klare Orientierungen setzen.

In diesem Sinne sind Institutionen die ökonomische Form der Geltung von Moral: als Regeln, an die sich die Akteure halten (ad 2). Damit kann, über ein anderes Konzept, geklärt werden, warum sich die *rational actors* (ad 1) an die Restriktionen halten: So wie sie auf Märkten weiterhin frei entscheiden, binden sie sich parallel in den Institutionen an bestimmte moralische Regeln oder Normen. Sie sind dann aber – methodisch betrachtet – keine homogenen Akteurstypen mehr, sondern *divided: multiple selves*, die parallel in zwei Handlungswelten agieren, die sie personenintern koordinieren müssen.

Deren Komplexität nimmt zu, wenn wir, wie oben skizziert, annehmen müssen, dass in modernen Gesellschaften Individuen gleichzeitig mehreren Institutionen angehören, d. h. verschiedenen, nicht ohne weiteres kompatiblen, Regeln unterliegen. Es wäre falsch, hierzu anzunehmen, dass sie sich ihre Institutionen frei wählen können. Institutionen sind soziale Gebilde, deren Kontexte man nicht ohne Weiteres verlassen kann (was ihre relative zeitliche Stabilität ausmacht). Eher umgekehrt verkehren Individuen in verschiedenen Milieus oder Netzwerken; wenn sie in einem anderen Kontext agieren, folgen sie der dort geltenden Regeln bzw. Institutionen. Sie nehmen gleichsam eine andere Rolle ein, auch eine andere Moral (wenn wir Moral als die Regeln der je anderen Institution anerkennen bzw. überhaupt Moral als informelle Institution).

Allgemeiner gesagt: Moral ist kein homogenes Konzept, sondern diversifiziert in dem Sinne, dass Akteure je nachdem, in welchem sozialen Kontext sie sich bewegen, verschiedenen Institutionen angehören. Faktisch bedeutet das, dass jede Institution ihre eigene, potentiell moralische, Regel aufweist, und dass moderne Individuen moralisch

multipel ordiniert sind, ohne im jeweiligen Kontext in moralische Konflikte kommen zu müssen (denn im jeweiligen Kontext gelten wieder eindeutige Regeln). Problematisch kann es werden, wenn eine Moral die institutionelle Diversifikation dominieren will (was faktisch bedeuten kann, dass diese Akteure nur in engeren institutionellen Milieus handeln können = normative Enge). Moralische Konflikte treten auf, wenn in einem institutionellen Kontext nach den Regeln eines anderen verfahren werden soll (diese Ambivalenz soll klassisch das Gewissen lösen). Umgekehrt lässt sich schließen, dass moderne Gesellschaften das Problem der Moral insofern lösen, als sie es auf die verschiedenen Kontexte divers verteilen lassen, gleichsam in einer Art von moralischer Arbeitsteilung. Die Gesellschaft ist ein Netz von diversen Institutionen (mit je diversen moralischen Regeln), innerhalb dessen die Akteure sich regelwechselnd bewegen. Man sieht leicht, wie problematisch es dann wäre, sie auf eine Moral festzulegen: Sie würden dann von anderen Institutionen ausgeschlossen, d.h. ihre soziale (und wirtschaftliche) Beweglichkeit wäre eingeschränkt.

Moral bildet, so betrachtet, ein Feld aus verschiedenen (informellen) Institutionen, innerhalb dessen sich Akteure bewegen können. Jede Institution dient bestimmten sozialen Regelungen, aber keine dominiert andere. Man wechselt die Ebenen/Institutionen aber nicht beliebig, sondern in Kommunikation mit Freunden, Familie, Bekannten, Kollegen etc. (Netzwerke). Die Geltung von Moral ist zum Teil intrinsisch (Haltung, Tugend, Gewissen etc.), zum Teil extrinsisch, d.h. davon abhängig, was in den Netzwerken als relevant und legitim erörtert, kommuniziert und fokussiert wird. Weil Moral als Anforderung an das Verhalten aller interpretiert wird, sichert man sich kommunikativ ab. Nur dort, wo individuelle Haltungen ausgeprägt sind, ist die Kommunikation weniger bedeutsam. Ausgeprägte moralische Haltungen aber sind in modernen Gesellschaften selten und deshalb nicht konstitutiv für das soziale Gefüge.

Das steht nicht im Gegensatz dazu, dass Moral öffentlich intensivst erörtert wird: Sie wird stärker kommuniziert, um sich zu versichern, was gelten soll und was nicht. Denn natürlich werden Vergleiche angestellt, welche Institutionen, welche Regeln sinnvoll gestalten und welche nicht, und ob es besser wäre, Regeln aus einem Kontext auf andere zu übertragen. Regeln bzw. Institutionen sind nicht mehr einfach traditional legitimiert (insofern ist jeder Traditionalismus romantisch und ineffektiv). Gerade weil es die *moral diversification* gibt, wird mehr darüber diskutiert. Das macht den Anschein, dass Moral in der Öffentlichkeit eine größere Rolle spielt. Zugleich erweist sich daran, dass es eine größere Unsicherheit über die Geltung von Moral gibt.

Eine Wirtschaftsethik als Reflexionsinstanz für begründete moralische Regeln ist eine intellektuelle Disposition, die geltungspraktisch häufig versagt. Es fehlt eine Theorie moralischer Medien. Gewöhnlich tritt Moral als frei geäußerte Proposition auf (oft in Form von behauptenden (assertorischen) Sätzen), als Kommentar zu einem Handlungskontext, der, moralisch ordiniert, die Ziele ändert. Dabei wird so argumentiert, als ob jedem *sui generis* einsichtig sein möge, dass die moralische Forderung Geltung bekommen soll, ohne Reflexion der damit einhergehenden moralischen Interessen. Denn assertorische Moral ist nicht ethisch reflektiert, inwieweit jeder einsichtig sein könne, sie befolgen zu sollen (als ob Moral nur mehr erinnert, was alle eigentlich tun sollen); es gibt kein pragmatisches Maß der Moralimplementation. Implizit werden Diskursmodelle in Anschlag gebracht, d. h. die moralische Assertion wird als gleich-

sam überzeugende Rede simuliert (davon zu unterscheiden sind die diskursethisch ausgelegten Moraltheorien, die (Apel, Habermas) nur solche Maximen gelten lassen wollen, die im idealen Diskurs Konsensus haben, d.h. denen jeder habe zustimmen können (ähnlich, wenn auch auf politische Arenen der Abstimmung begrenzt, James Buchanan 1984). Eben das ist zu bestreiten: Wer fordert Moral, in welcher Konstellation und für wen? Wenn wir das implizite Diskursmodell reflektieren, haben wir es nicht mit allgemeingültigen (also gegebenenfalls von jedem erinnerbaren) Moralvorstellungen zu tun, sondern spezifischen Interventionen und Aufrufen, deren Geltung spezifisch geprüft werden muss. Moral hat Interessen (z. B. die, die jeweils gewünschte Moral allgemein gültig zu machen. Da wir uns in Felder moralischer Heterogenität bewegen, ist das, was allgemein gültig sein könnte, nicht a priori klar).

Der Hinweis auf die fehlende Medientheorie der Moral meint dieses: Hat der, der Moral fordert, soziale Reputation? In welchen Netzwerken findet welche moralische Argumentation welche Resonanz? Gibt es mediale Transakteure, die die Öffentlichkeit interpenetrieren können? Ist Moral ein *issue*, der im *agenda setting* der Medien Passung hat? Und wenn: welche? Welche Themen? Wer ist ansprechbar, d. h. moralisch erregbar? Möglicherweise haben wir es mit einer „Affektenlogik“ zu tun (vgl. Ciompi 2004), in der Kognition und Affekte komplementär arbeiten - mit der Folge, dass Moral als kommunikative Aufregung zu verstehen ist, die in nächsten Schritten rational abgearbeitet, d. h. institutional koordiniert werden sollte.

Die Öffentlichkeit wie die kommunikativen Netzwerke bilden gewisse *linguistic communities* (bzw. Sprachspiele), in denen semantische Standards ausgebildet sind, die thematisch jeweils aktiviert werden können. In diesem Sinne ist es konsequent, z.B. solche Themen wie CSR, *corporate civilship*, *sustainability*, Transparenz, *corporate integrity* etc. als kommunikative Ereignisse zu inszenieren: Moral fungiert hierbei die medial erzeugte Resonanz, die erst gelernt werden müsse. Medientheoretisch können wir sagen, dass Moral erst einmal Kommunikation und Generierung von semantischen Standards erfordert, die in die Netzwerke, in die Sprache der Öffentlichkeit übernommen, institutionale Qualität generieren und stabilisieren kann, wenn *shared mental models* entstehen, die für die Akteure handlungsleitend werden können. Es kommt letztlich darauf an, welche moralische Topik die Kommunikation entwirft. Meistens geht es um Gerechtigkeits- und daraus entspringende Verteilungsfragen (Redistribution).

**Social norms.** In der Spieltheorie, die rationales Verhalten immer im Hinblick auf das rationale Verhalten der anderen koordiniert, hat Kenneth Binmore das *bargaining* (bzw. *negotiation*) auf Märkten untersucht (vgl. Binmore 2005). Jede Verhandlung – die wie Märkte nichts anderes sind, als viele parallele Verhandlungen, die zu Verträgen führen – unterliegt sozialen Normen. Er leitet sie als evolutive Erfahrungen der Gesellschaften her. Binmores Konzept ist eine interessante Variante der Klärung von Marktprozessen. Moral spielt als *social norm* eine konstitutive Rolle in der Vertragsbildung. Und zwar nicht über die jeweiligen Inhalte, sondern funktional: über die Geltung sozialer Normen, die die beiden Vertragspartner in ihren Verhandlungen teilen. In einer Interaktionswelt wie der spieltheoretischen, gibt es keine frei und unabhängig agierenden *rational actors*, die nur ihren Vorteil maximieren, sondern das bilaterale Vertragspaar – zu einem Vertrag gehören immer zwei, wenn man so will, eine minimalsoziologische Bedingung der Marktökonomie - ist für ein Gelingen an Bedingungen geknüpft, die

den eigenen Vorteil an den Vorteil der anderen knüpfen. Nur wenn beide einen Vorteil sehen (von Machtbeziehungen abgesehen), ist die Verhandlung erfolgreich, was einschließt, die Handlungsziele des anderen zu achten.

Das ist eine moralische Dimension im weiten Sinne; je nachdem, welche *social norm* in Anschlag gerät, modifizieren sich die Verhandlungen. Basal sind Rechtsnormen (jede ökonomische Vertrag ist zugleich rechtlich konfundiert, in Form eines BGB-Vertrages), aber auch andere Normen spielen mit: welche Haftungen, welche Risikozumessungen, welche Fristen etc. gelten sollen und wie man im Konfliktfall miteinander umgeht (Toleranzen), welche kulturellen Habitus etc. Je nachdem, welche Atmosphäre der Vertragsbildung (ihre Kultur, ihre Moral) gilt, entwickelt sich ein Vertrauen, das nicht nur Zugeständnisse machen lässt, sondern auch den Raum weiterer Vertragsmöglichkeiten eröffnet (als Momentum der Adam Smith'schen *sympathy*), die im harten, nur auf eigene Vorteile bedachten Verhandeln nicht gewährt würden.

Genauer betrachtet haben wir es mit einem 2-Phasen-Modell zu tun: In der Vertragsanbahnung agieren die Akteure rational abwägend, mit wem sie überhaupt vertraglich kontrahieren wollen (Konkurrenz um Dritte). Man kann jederzeit abbrechen und wechseln. Hat man sich auf eine Verhandlung geeinigt, und zeigen sich Übereinstimmungen der *social norms*, weicht die Konkurrenz der Phase 1 in ein eher kooperatives Bargaining der Phase 2, in dem man sich an Absprachen bindet. Konkurrenz wird zur Kooperation. Man kann natürlich weiterhin aussteigen, aber wirkt die Bindung, dann wechselt man nicht mehr, sondern lotet den so gemeinsam gefundenen Möglichkeitsraum aus – ein Vorgang, der unter Konkurrenz kaum möglich ist. Das nenne ich eine moralische Form von Verträgen: Die Einigung besteht dann nicht mehr nur im rationalen Nutzenabgleich, sondern in der Generierung eines Vertrauensverhältnisses, das von Absicherung auf Ermöglichung umstellt. Das ist mehr als nur die rechtliche Gewährleistung von Verträgen (die als *ex post*-Auffangposition sowieso weiterhin gilt) (vgl. Priddat 2010).

Für den wirtschaftsethischen Kontext sind stabile Formen menschlicher Kooperation besonders zu gewichten: Elinor Ostrom (Nobelpreis 2009) hat in ihren Arbeiten „über die spezifische Ökonomie von Gemeinschaftsgütern deutlich gemacht, wie moralische Regeln und informelle Institutionen als soziales Kapital Kooperationen auch dort noch stabilisieren, wo die ökonomische Analyse eigentlich ihren Zerfall voraussagen würde“ (vgl. Goldschmidt/Habisch 2010: Sp. 3; vgl. Ostrom 2006). Hierbei erzeugen die menschlichen Interaktionen über *social norms* nicht nur eine *natural fairness*, wie Binmore hervorhebt, sondern viable Formen von Solidarität, d. h. stabile reziprozitäre Gemeinschaftlichkeiten. Vertrauen wird normen-künftig und senkt die wechselseitigen Maximierungs- und Absicherungsanforderungen. Man kann diese Kooperationsformen als *social contracts* interpretieren, braucht aber einen erweiterten Vertragsbegriff, der das Grundmuster ökonomischer Vertragsbildung (wechselseitige Optimierung in Konkurrenz) in ein neues Muster überleitet: vertrauensvolle *commitments* über Spielräume toleranter Gewährleistung.

Hier lässt sich eine Basis für eine Wirtschaftsethik finden, die weniger das Verhältnis von Moral und Wirtschaft moderiert, sondern als Theorie der Bedingungen der Möglichkeit stabiler menschlicher Kooperation auftreten kann.

**Verteilungen/ Gerechtigkeiten.** Die ausdifferenzierte Welt der Wirtschaft hat, so wie sie marktsensibel ist, auch moralsensibel zu sein, um die Legitimation ihrer Operationen zu prüfen und gegebenenfalls zu ändern oder zumindest strategisch ins Visier zu nehmen. Die ethische Debatte überschätzt die Geltung von Moral, aber die Ökonomie (Ökonomen wie Manager) unterschätzt sie: Wenn sie die moralischen Indikatoren nicht für relevant nehmen, sinkt ihre Beobachterqualität und damit ihre potentielle Reagibilität auf Kontext- und Marktänderungen (zur Manager- und Unternehmerbeurteilung von Moral vgl. Brink/Karitzki 2004). Moralische Regeln sind für Akteure insbesondere bedeutsam, wenn sie sich ungerecht behandelt sehen bzw. wenn andere Vorteile ziehen, für die sie sich auch berechtigt fühlen. Oder wenn sie Nachteile erfahren, die andere im selben Bereich nicht haben. Arbeitnehmer reagieren mit Leistungsdemotivation, Kunden mit Kaufenthaltung oder –änderung. Inwieweit das ein kulturell eingebettetes Phänomen ist, bleibt noch forschungsoffen (kulturell differente Gerechtigkeitssemantiken).

Umgekehrt arbeitet Moral in Wohlstandsgesellschaften als Anspruchstreiber: Was den einen zugestanden wird (z. B. im verteilenden Sozialstaat), wollen andere auch bekommen. Die moralisch festgestellte Disproportionalität, als Gerechtigkeitslücke empfunden, führt zu Anspruchshaltungen, die als relative Kompensation deklariert sind, volkswirtschaftlich aber Kosten generieren, die die Gesamtheit der Steuerzahler tragen muss – mit neuen Disproportionen zwischen Zahlerkollektiv und Nutzerkollektiv bei öffentlichen Gütern, neben dem Phänomen des *free riding* (nicht zu zahlen, aber den Nutzen mitzunehmen: das Schwarzfahrerphänomen als die klassische Ungerechtigkeitskonstellation). Welfare-Fragen aber sind Fragen der politischen Ökonomie (hervorragend: Schefczyk 2005), die das wirtschaftsethische Problem als politisches der Abstimmung in Parlamenten reproduzieren muss. Hier finden wir Erörterungen in der *constitutional economics* bzw. generell der *theory of public choice* (berühmt Tullocks *rents seeking society* (vgl. Tullock 2005), sonst vornehmlich J. Buchanan (1984)). Was der Markt an diesen Fragen nicht lösen kann, muss im demokratischen Abstimmungsprozedere über Mehrheitsentscheidungen geklärt werden. Der Konsensus, der hierfür erreicht werden kann, ist kein vollständiger, weshalb die regierende Mehrheit bedenken muss, wie die Abstimmungsunterlagen zur (indirekten) Zustimmung durch die Ausführung der Gesetze animiert werden könnten. Man lernt, Rücksicht zu nehmen. Hier haben wir wieder eine moralische Form des Vertrages – diesmal eines *social contract*.

John Rawls besteht darauf, dass es keine allgemeine Theorie der Gerechtigkeit (und Liberalität) geben kann, sondern lediglich eine rudimentäre Minimalkonzeption, die nur dann akzeptiert wird, wenn sie der gesellschaftlichen Gerechtigkeitsintuition entspricht, d. h. dem kulturell und historisch bedingten *common sense*. Die moderne Theorie der Gerechtigkeit klärt die Bürger über dieses ‚implizite Wissen‘ auf, sodass sie bewusster in ihren Handlungen darauf reflektieren können - ohne Rückgriff auf besondere Ideologien, Konzeptionen des guten Lebens (kurz „Moralen“) oder Wertvorstellungen (vgl. Rawls 1972).

Die Gerechtigkeitsgrundsätze lesen sich wie folgt: Wenn Interessen und „Moralen“ konfliktieren, würden rationale Akteure nur dann „faire Gerechtigkeitsprinzipien“ wählen und Institutionen einer „fairen sozialen Kooperation“ etablieren, wenn sie in einer *original position* hinter dem „Schleier des Nichtwissens“ die Gelegenheit bekämen, un-

beeinflusst von den „Moralen“ ihren unmittelbaren Interessen bleiben zu können, die ihnen den Konflikt bescherten.

Rawls bestreitet, dass der zu erstrebende Grundkonsensus selber eine „Konzeption des Guten“ bzw. eine Moral ist. Die faire soziale Kooperation ist zwar eine moralische Konzeption, aber basiert nicht auf einer der in der Gesellschaft vorhandenen „Moralen“. Rawls bestätigt, dass die liberale Gesellschaft in der politischen Gerechtigkeit der fairen sozialen Kooperation ein gemeinsames Ziel besäße, das aber nicht identisch sei mit einer „Konzeption des Guten“. Anstelle eines moralischen Konsensus wird der politische Konsensus gesetzt, der allerdings eine moralische Funktion übernimmt (Priddat 1995c).

Diese Theorien arbeiten mit *social contracts* als fiktiven Verträgen der Gesellschaft untereinander (modifiziertes Hobbes-Prinzip). Demokratie simuliert die permanente Vertragsbildung bzw. deren *re-contracting* (um die Spielregeln festzulegen, innerhalb derer die Spielzüge der Märkte operieren). Die Verträge sind Stellvertreter-Verträge; niemand aus der Bevölkerung ist tatsächlich beteiligt. Knut Wicksells Konsensprinzip lässt sich pragmatisch nur als Mehrheitsentscheidung durchsetzen (mit Kompensationszahlungen an unterlegene Minderheiten, um die Legitimation zu kaufen). Es geht nicht darum effektiv zuzustimmen, sondern um zustimmungsfähig formulierte Stellvertreterargumentationen (der Entscheidungseliten).

Dieses Konzept unterscheidet sich von der Diskursethik Habermas' und Apels durch seine demokratiepragmatische Dimension: Man verhandelt nicht so lange, bis alle Interessen ausdiskutiert sind, d. h. bis kein Veto mehr erfolgt. Beide Konzepte – Buchanans wie Habermas' (vgl. Habermas 2006; Wieland 2007b) – unterstellen eine kollektive Vernunft, nur die einen pragmatisch als Ergebnis von politischem Bargaining die anderen als Vernunft, die man durch Diskurs final bestimmt, indem man die transzendente Bedingung der Geltung des Diskurses durch konsensforderndes Verfahren einhält. Die Moral ist in beiden Ansätzen Konstruktion und zwar mehr oder minder von denen, für die sie als Regel gelten soll. Natürlich meint man eher grundsätzliche Fragen, da sie aber immer wieder in den Diskurs geraten können, können sie sich entsprechend auch immer wieder ändern. Rorty, in Interpretation von John Rawls, spricht von einem ‚temporären kontingenten Konsensus‘, der in Demokratien allein erreichbar wäre (vgl. Rorty 1988: 1. Essay). Damit wird anerkannt, dass Moral als Ergebnis kollektiver Übereinkünfte fungibel wird (es mag Grundtypen der Moralität geben, aber ihre Extension ist jeweils historisch). *Social norms* sind Festlegungen auf Zeit aus einem politisch-ökonomischen Verfahren, das mit den Marktverfahren nur bedingt abgestimmt ist.

Die hierzu erforderliche Vernunft verlangt, die politisch lancierten Redistributionen mit dem Allokationseffizienzen des sie finanzierenden Marktes kongruent zu machen; dabei muss die Demokratie als ein permanent lernendes System verstanden werden, das die Moral der Politik belehrt, was sie letztlich nur fordern kann – ein tendenziell labiles Arrangement. Man sieht leicht, dass ein gewisser Regelkonservatismus (bzw. eine Pfadabhängigkeit von Institutionen) eine Trägheit einbringt gegen zu schnelle und wechselnde politische Anforderungen, als eine Art von Temperierung des Politik- / Wirtschaftssystems, die andererseits in der Gefahr der Machtfestschreibung steht. Diese Ambivalenz ist prozessual zu meistern. Was klassisch die Ideologien hierfür zu

leisten versprochen, wird heute, im heterogenen Moralgeld, kommunikativ zu erledigen versucht. Politik wie Moral ohne Medienanalyse bleiben normativ flach.

Moral hat eine eigene Dignität, die in Spannung zur Wirtschaft bleibt; allfällige Unangepasstheiten müssen über kluge Abwägungen zwischen moralischer Normativität und ökonomischer Effizienz im Kontext divergierender Interessen geklärt werden, was ideal nie gelingt (allein wegen der in den Interessenorganisationen liegenden Machtasymmetrien), aber Anlass für Regelmodifikationen erbringt, die neue Rahmen für den wirtschaftlichen Kontext setzen. Nur über solche Prozessbeschreibungen, nicht durch normative Deklarationen, kann Moral sinnhaft im Spiel bleiben. Die wirtschaftsethischen Konzeptionen sind dann jeweils Argumente für die einzelne Interessengruppen in der Moral/Ökonomie-Matrix, die insofern relevant werden, wenn sie die Semantik der verhandelnden *linguistic community* bestimmen können bzw. zwischen verschiedenen Sprachspielgemeinschaften Brückensemantiken generieren, die orientierend werden.

Was einer moralisch aktualisiert, wird nicht singulär durch die Moral, die er gerade verfügt, definiert, sondern durch den Kontext anderer Moralen und Einstellungen, und deren graduelle Distanzen oder Nähen. Die soziale Kommunikation sichert, über Rückfragen und Anlehnungen, das im Grunde imperfekte individuelle Urteil.

*Homo moralis* ist ein *homo imperfectus*, der seine Unabgeschlossenheit oder Offenheit kommunikativ komplettiert: über die Semantiken der Öffentlichkeit, vornehmlich aber in seinen Netzwerken, die ihm die Gewähr bieten, reputativ nicht ins Abseits zu gelangen, wenn er deren *codes* übernimmt oder perpetuiert. Denn Moral hat die Eigenschaft, nicht etwas für sich selber zu tun, sondern für andere oder zumindest im Einklang mit ihnen. Deswegen wird moralisches Handeln auch sozial beobachtet und bewertet. Und man will positiv bewertet bzw. nicht sanktioniert werden.

**Synopsis.** Wir haben wesentliche Ausschnitte der wirtschaftsethischen Diskussion vorgetragen. Es bleibt ein Spannungszustand, an dem wir aber klären konnten, dass eine moralische Disposition der Wirtschaft – bis hin zum Vorwurf eines unmoralischen Systems – die Frage der Organisation von Wirtschaft und ihrer Leistungspotentiale unklar lässt, dass sich die Wirtschaft aber auch keine Ignoranz von Moral leisten kann, da sie entweder in das Risiko gerät, dann politisch ordiniert zu werden, oder aber ihre Legitimation zu verlieren (*market failure*). Politik und Wirtschaft sind enger verknüpft, als es die gewöhnliche ökonomische Theorie wahrhaben will, die ihre idealen Konkurrenzmarktmodelle empfiehlt. Die Konkurrenz herzustellen bzw. zu gewährleisten, bleibt eine perennierende politische Aufgabe, ob die Politik es nun angemessen leistet oder nicht (*failure of the state*). Moral ist ein Argument in diesem Spannungszustand. Moral hat kein eigenes System (außer dem Mythos einer eigenständigen Positivität. Gemessen aber an dem, was sie gesellschaftlich und wirtschaftlich organisieren würde, bleibt ihr Potential bescheiden: Sie ist auf institutionale Umsetzung von Recht, Wirtschaft, Politik etc. angewiesen.). Niklas Luhmanns Skepsis, ob ‚Wirtschaftsethik‘ überhaupt methodisch gerechtfertigt werden könne (vgl. Luhmann

1993), lässt sich nicht auflösen in eine *general theory*, in der Wirtschaft und Ethik integriert sind (auch wenn die Homann-Schule in dieser Richtung argumentiert).<sup>1</sup>

Die moralische Kritik: Gier, Hybris, Verantwortungslosigkeit etc., die besonders nach der Finanzkrise 2007-2009 wieder aufkam, trifft nicht den Handlungskern in ökonomischen Systemen. Moral setzt voraus, dass es anerkannte Regeln gibt, die zu ignorieren allen anzeigen, dass hier erwartete Verhaltensmuster ungültig sind, weil sie andere schädigen oder unbillig übergehen. Wenn die Regeln als Handlungsgewohnheiten oder informelle Institutionen kulturell ausgeprägt sind, können wir nicht erwarten, dass das individuelle Gewissen moralisch schlägt, oder dass ältere Tugendkataloge aufgeblättert werden, um Einhalt zu gebieten. Solche moralischen Regeln haben keine systematische Geltung, auch wenn sie individuell vorkommen. Deshalb sind Vorschläge wie ‚Demut‘, ‚Anstand‘ oder generell ‚Moral‘ zwar Erinnerungsposten an ideale Verhaltensmodalitäten, treffen aber nicht den Kern gelebter Geschäftskulturen. Moral wird kommuniziert, wenn diese Kulturen abbrechen; Moral hat dann Indikatorfunktion, sie weist auf Verhaltensunklarheiten, ohne selber Klarheit zu schaffen (vgl. Priddat 2007).

Dass Moral kein eigenes System ist, erweist sich gerade dann, wenn sie nicht assertorisch, als Aufforderung vorgetragen, und praktisch wird. Effektiv wird sie, wenn sie unmittelbar am ‚Nächsten‘ ausgeübt wird, d. h. wenn moralisches Handeln den Kontext der anderen Anforderungen dominiert, weil man in Abschätzung der Lage meint, nicht nur moralisch handeln zu sollen, sondern es auch zu können. Der moralische Handlungsimpuls wird dann in ein lokales Gleichgewicht integriert, das den Konsequenzenraum eher abschätzen kann. Auch Moral will effektiv sein, was nur *embedded* gelingen kann: in Einbettung in die Systemanforderungen, die sie, um sie zu überschreiten, anerkennen muss. Dazu bedarf es praktischer Urteilskraft. Ein Problem der Moral ist ihre angemessene Generalität: dass *alle* sie befolgen sollen. Für ihre Effektivität reicht es, wenn diejenigen sie befolgen, die sie befolgen wollen, mit dem Ergebnis

---

<sup>1</sup> Vgl. neustens Pies 2009, der eine ‚Ordonomik‘ begründen will, in der Moral als Produktionsfaktor operiert. Letztlich haben wir es mit einer modernisierten Ordnungstheorie zu tun, die in der Tradition des Ordoliberalismus steht. Man redet nicht mehr von dem einen Markt, sondern sieht ihn institutional differenziert, d. h. als ein Geflecht von differenten Anreizsystemen, die innerhalb ihrer jeweiligen Arenen so viel Markt wie möglich sichern sollen. Es erinnert an Walter Euckens ‚Interdependenz der Ordnungen‘; Goldschmidt/Habisch verweisen auf den zivilgesellschaftlichen Prozess, der – neben Staat und Markt – als dritte Kraft historisch immer wieder neue institutionelle Arrangements generiert, deren Ursprung oft im moralischen Engagement einzelner zu finden ist (Goldschmidt/Habisch 2010). Hier wird nun wiederum ein anderer Ordnungstypus angesprochen, der nicht auf hierarchisch gesteuerten Anreizen beruht, sondern auf Selbstorganisation und motivationaler Emergenz (soziale Bewegungen, Nichtregierungsorganisationen, social entrepreneurship (vgl. Ladeur 2000)). Ob man dies noch als Ordnung verstehen will, muss offen bleiben. Ob das Ethische überhaupt ‚ordentlich‘, im Sinne einer Ordnungsherstellung, ist, muss ebenso offen bleiben; in meiner Indikatorkonzeption tritt die Moral als produktive Störung des sozial Gewohnten auf. Man darf den Wunsch nach Ordnung, der der Asseritorik der Moral einwohnt, nicht mit ihrer Funktion verwechseln: faktische Ordnungen zu reflektieren, ohne selber Ordnungen entwerfen zu können, die viabel sind. Diejenigen Politiken, die sich historisch als moralisch ordiniert ausgaben, waren nicht zufällig Zwangsherrschaften. Die historische Antwort auf solche Monogamien war der Liberalismus, der das Zusammenspiel vieler Moralen koordiniert wissen will, aber nicht geordnet. Ordnungspolitik ist eine deutsche Erfindung, die ein gehöriges Moment von Staatspaternalismus birgt. Deswegen ist diese Konzeption womöglich nicht mehr à jour.

lokaler Gleichgewichte. So bilden sich Interaktionsmuster, die evolutiv entfaltet werden können. Um es pointiert zu sagen: Bei Moral geht es nicht um Menschheitsprobleme, sondern um soziale Lösungen mit den Nächsten, d. h. mit jenen, die sozial erreichbar sind. Moral birgt somit eine spezifische Spannung: dass sie allgemein gelten soll, aber nur konkret effektiv wird. Ihr Versagen beruht häufig darin, wegen der angestrebten Allgemeinheit das konkrete moralische Handeln als zu unwichtig anzusehen und gar nicht zu beginnen. So läuft sie leer, verbleibt im Modus des ‚bloßen Geredes‘, was dann den Anschein ihrer Irrelevanz verstärkt.

In einem erweiterten Sinne ist Moral ein Argument in den diversen Diskursen wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Art. Und zwar unabhängig davon, wie Moraltheorien bzw. -philosophien argumentieren; sie liefern nur Ausfeilungen der Argumente, die im *social discourse* relevant werden. Was aber davon relevant wird, bleibt jeweils offen. Manchmal gelingt es den Theorien, das Vokabular zu ändern und semantisch wirksam zu werden. Andererseits: Moral ist ein *fait social*. Empirisch können wir Gerechtigkeitsempfinden, *fairness*-Vorstellungen und Altruismus nachweisen. Wann das je gilt, bleibt offen, da es sich im Konflikt mit anderen Regeln und Maximen befindet. *It depends*. Die relativen Geltungen sind situativ-kontextuell, d. h. urteilsabhängig.

Wir können das eine hybride Form nennen. Wirtschaft, Gesellschaft und Recht haben ihre Handlungsfelder, in die Moral qua Diskurs und Kommunikation partiell interveniert, um Grenzen neu zu justieren, Foki neu zu bilden, Indikatoren für Änderungen zu liefern, etc. Moral selber setzt nichts pur. Immer steht ihre Anforderung im Vergleich mit den Systemanforderungen. Aber Moral setzt Zeichen, die zu ignorieren negative Konsequenzen haben kann. Insofern ist der moralische Diskurs ein Diskurs über die Änderungsbedarfe und Verschiebungen, die in der Gesellschaft und ihrer Wirtschaft laufen. Das zu notieren ist eine Kompetenz, die in der Wirtschaft noch schwach ausgeprägt ist. Deshalb ist die Wirtschaftsethik ein Diskurszusammenhang, der dafür sensibilisiert. Aber alles, was dort indiziert wird, muss letztlich ökonomisch, politisch, sozial oder rechtlich übersetzt werden. Wirtschaftsethik, obwohl sie so auftreten mag, ist keine eigne Disziplin, die die Ökonomie ersetzt oder dirigiert.

Moral leistet die Achtsamkeit, dass Menschen nicht vergessen, sich als Menschen zu begegnen. Aber sie leistet deswegen allein keine bessere Gesellschaft oder Wirtschaft. Das muss übersetzt, als Gesellschaft oder Wirtschaft konfiguriert werden. Wirtschaftsethik kann deshalb als humanisierender Impuls gelten, als eine konstruktive Störung der Systeme *ad hominem*. Nicht aber selber als System.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Als spezifische Form der Wissenschaft wäre eine Wirtschaftsethik eher nur als Theorie der Bedingungen der Möglichkeit menschlicher stabiler Kooperation zu verorten. Das heißt nicht, dass eine Ethik damit aufgegeben würde; die aber ist ein Momentum der Philosophie, die nicht in Modellen denkt, sondern in Reflektion jeder Selbstverständlichkeit, auch der der Wissenschaften. Philosophie ist keine Wissenschaft, sondern deren kritische Instanz (so wie sie kritische Instanz ihrer eigenen Reflektionen ist). In diesem Geist ist die Synopsis geschrieben.

## Literaturverzeichnis

- Aoki, M.* (2001): *Toward a Comparative Institutional Analysis*, Cambridge: The MIT Press.
- Barnett, M. L.* (2007): Stakeholder Influence Capacity and the Variability of Financial Returns to Corporate Social Responsibility, in: *Academy of Management Review*, Vol. 32/No. 3, 794-816.
- Bassen, A./ Jastram, S./ Meyer, K.* (2005): Corporate Social Responsibility. Eine Begriffserläuterung, in: *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, Jg. 6/Heft 2, 231-236.
- Basu, K./ Palazzo, G.* (2008): Corporate Social Responsibility: A Process Model of Sensemaking, in: *Academy of Management Review*, Vol. 3/No. 1, 122-136.
- Bausch, Th./ Kleinfeld, A./ Steinmann, H.* (2000) (Hrsg.): *Unternehmensethik in der Wirtschaftspraxis*, München, Mering: Hampp.
- Beschorner, Th. et al.* (2005) (Hrsg.): *Wirtschafts- und Unternehmensethik. Rückblick – Ausblick – Perspektiven*, München, Mering: Hampp.
- Beschorner, Th. et al.* (2007): *Unternehmensverantwortung aus kulturalistischer Sicht*, Marburg: Metropolis.
- Binmore, K. G.* (2005): *Natural Justice*, New York, Oxford: Oxford University Press.
- Brink, A./ Karitzki, O.* (2004) (Hrsg.): *Unternehmensethik in turbulenten Zeiten. Wirtschaftsführer über Ethik im Management*, Bern: Haupt.
- Brink, A./ Tiberius, A.* (2005) (Hrsg.): *Ethisches Management. Grundlagen eines wert(e)orientierten Führungskräfte-Kodex*, Bern: Haupt.
- Buchanan, J. M.* (1984): *Die Grenzen der Freiheit*, Tübingen: Mohr Siebeck.
- Ciampi, L.* (2004): Ein blinder Fleck bei Niklas Luhmann? Soziale Wirkungen von Emotionen aus Sicht der fraktalen Affektenlogik, in: *Soziale Systeme*, Jg. 10/Heft 1, 21-49.
- Coase, R. H.* (1937): The Nature of the Firm, in: *Economia*, Vol. 4/No. 4, 386-405.
- Crane, A./ Matten, D.* (2010): *Business Ethics: Managing Corporate, Citizenship and Sustainability in the Age of Globalization*, New York, Oxford: Oxford University Press.
- Dyckhoff, H./ Souren, R.* (2007): *Nachhaltige Unternehmensführung: Grundzüge industriellen Umweltmanagements*, Berlin: Springer.
- Falk, A.* (2003): Homo Oeconomicus versus Homo Reciprocans: Ansätze für ein Neues Wirtschaftspolitisches Leitbild?, in: *Perspektiven der Wirtschaftspolitik*, Vol. 4/No. 1, 141-172.
- Febr, E./ Fischbacher, U.* (2004): Social Norms and Human Cooperation, in: *Trends in Cognitive Sciences*, Vol. 8/No. 4, 185-190.
- Goldschmidt, N./ Habisch, A.* (2010): Was die Wirtschaftsethik vom Papst lernen kann, in: *FAZ Nr. 36/ 12.02.2010*, 14.
- Habermas, J.* (2006). *Erläuterungen zur Diskursethik*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Hahn, T.* (2005): Reziprokes Stakeholderverhalten. Ökonomische Anreize, strategische Gestaltungsoptionen, Wiesbaden: Gabler.
- Hermann-Pillath, C.* (2000): Social Capital and Network, Universität Witten/Herdecke, Working Paper No. 63.
- Homann, K.* (1993): *Wirtschaftsethik*, in: Enderle, G./ Homann, K./ Honecker, M. (Hrsg.): *Lexikon der Wirtschaftsethik*, Freiburg: Herder.
- Homann, K./ Lütge, Chr.* (2004): *Einführung in die Wirtschaftsethik*, Münster: LIT.

- Homann, K./ Suchanek, A.* (2004): *Ökonomik. Eine Einführung*, Tübingen: Mohr Siebeck.
- Jansen, St. A.* (2008): Die Vermessung der unternehmerischen (Um-)Welt: Ein essayistisches Plädoyer für pflegende Peripherien, nachhaltige Haltungen und einen mehrwertigen Kapitalbegriff, in: Jansen, S./ Schröter, E./ Stehr, N. (Hrsg.): *Mehrwertiger Kapitalismus*, Wiesbaden: VS-Verlag, 69-104.
- Kublen, B.* (2005): *Corporate Social Responsibility (CSR). Die ethische Verantwortung von Unternehmen für Ökologie, Ökonomie und Soziales: Entwicklung, Initiativen, Berichterstattung, Bewertung*, Baden-Baden: Deutscher Wissenschaftsverlag (DWV).
- Ladeur, K. H.* (2000): *Negative Freiheitsrechte und gesellschaftliche Selbstorganisation: Zur Erzeugung von Sozialkapital durch gesellschaftliche Institutionen*, Tübingen: Mohr Siebeck.
- Lin, N.* (2001): *Social Capital*, Cambridge, Mass./London: Cambridge University Press.
- Lubmann, N.* (1993): *Wirtschaftsethik – als Ethik?* in: Wieland, J. (Hrsg.): *Wirtschaftsethik und Theorie der Gesellschaft*, Frankfurt am M.: Suhrkamp, 134-147.
- Malachowski, A.* (2010): *Business Ethics in Focus*, London: Routledge.
- Málovics, G./Csigéné, N./ Kraus, S.* (2008): *The Role of Corporate Social Responsibility in Strong Sustainability*, in: *Journal of Socio-Economics*, Vol. 36/No. 3, 907-918.
- Marsden, C.* (2005): *In Defence of Corporate Responsibility*, in: *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, Jg. 6/Heft 3, 359-373.
- Nicolodi, R.* (2005): *Pension Fund Engagement as a Sustainability Driver*, Bern: Haupt.
- North, D. C.* (1992): *Institutionen, institutioneller Wandel und Wirtschaftsleistung*, Tübingen: Mohr Siebeck.
- North, D. C.* (1995): *Five Propositions about Institutional Change*, in: Knight, J./ Sened, I. (eds.): *Explaining Social Institutions*, Ann Arbor: The University of Michigan Press, 95 – 102.
- Nunner-Winkler, G.* (2010): *Ethik oder Moral? Individuelle Verantwortung oder institutionelle Arrangements?*, in: *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik (zfwu)*, Jg. 10/Heft 2, 180-183.
- O’Riordan, L./ Fairbrass, J.* (2008): *Corporate Social Responsibility (CSR): Models and Theories in Stakeholder Dialogue*, in: *Journal of Business Ethics*, Vol. 83/No. 4, 745-758.
- Oestreicher, K.* (2010): *Handbuch Strategische Kommunikation: Langfristiger Unternehmenserfolg durch Stakeholdermanagement*, Erlangen: Publicis Corporate Publishing.
- Osterlob, M./ Weibel, A.* (2006): *Investition Vertrauen. Prozesse der Vertrauensentwicklung in Organisationen*, Wiesbaden: Gabler.
- Ostrom, E.* (2006): *Governing the Commons. The Evolution of Institutions for Collective Action*, Cambridge, Mass./London: Cambridge University Press.
- Pies, I.* (2009): *Moral als Produktionsfaktor: Ordonomische Schriften zur Unternehmensethik*, Berlin: Wissenschaftlicher Verlag Berlin.
- Priddat, B. P.* (1995a): *Die andere Ökonomie. Über G. v. Schmollers Versuch einer ‚ethisch-historischen‘ Ökonomie im 19. Jahrhundert*, Marburg: Metropolis.
- Priddat, B. P.* (1995b): *Moralischer Konsum. Über das Verhältnis von Rationalität, Präferenzen und Personen*, in: Lohmann, K. R./ Priddat, B. P. (Hrsg.): *Öko-*

- nomie und Moral. Beiträge zur Theorie ökonomischer Rationalität, München, Oldenbourg: Scienta Nova.
- Priddat, B. P.* (1995c): Anstelle eines Epilogs: Stabilität, Konsens und Kontingenz. John Rawls neuere Arbeiten, in: Pies, I./ Leschke, M. (Hrsg.): Ökonomische Gesellschaftstheorie in der Diskussion: John Rawls' Politischer Liberalismus. Theoretische Grundlagen demokratischer Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik, Tübingen: Mohr Siebeck.
- Priddat, B. P.* (2007): Moral als Indikator und Kontext von Ökonomie, Marburg: Metropolis.
- Priddat, B. P.* (2010): Ökonomische Gerechtigkeit? Verträge als prozessuale Fairness, Manuskript zu einer Tagung des Walter Eucken Institutes in Freiburg Br. über „Gerechtigkeit“ (Prof. Vanberg, Freiburg), Sept. 2009, Tagungsband 2010.
- Rawls, J.* (1972): A Theory of Justice, Oxford: Oxford University Press.
- Reichelt, D.* (2009): SROI – Social Return on Investment. Modellversuch zur Berechnung des gesellschaftlichen Mehrwertes, Hamburg: Diplomica Verlag.
- Riess, B./ Welzel, C./ Lüth, A./ Bertelsmannstiftung* (2008): Mit Verantwortung handeln: Ein CSR-Handbuch für Unternehmer, Wiesbaden: Gabler.
- Rorty, R.* (1988): Solidarität oder Objektivität?: Drei philosophische Essays, Ditzingen: Reclam.
- Schefczyk, M.* (2005): Umverteilung als Legitimationsproblem, Freiburg, München: Alber.
- Scherer, A. G./ Patzer, M.* (2008) (Hrsg.): Betriebswirtschaftslehre und Unternehmensethik, Wiesbaden: Gabler.
- Simon, H.* (1983): Reason in Human Affairs, Stanford: Stanford University Press.
- Sternberg, E.* (2000): Just Business: Business Ethics in Action, Oxford: Oxford University Press.
- Suchanek, A.* (2007): Ökonomische Ethik, Stuttgart: UTB
- Tewes, G.* (2008): Signalingstrategien im Stakeholdermanagement: Kommunikation und Wertschöpfung, Wiesbaden: Gabler.
- Tullock, G.* (2005): Rent Seeking, Indianapolis: Liberty Fund.
- Ulrich, P.* (2007): Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie, Bern: Haupt.
- Vorbohle, K.* (2010): Wirtschaftsethik: Internationale Perspektiven, in: Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik (zfwu), Jg. 10/Heft 2, 258-260.
- Weber, M.* (2008): The Business Case for Corporate Societal Engagement, München: oekom-Verlag.
- Wieland, J.* (1996): Ökonomische Organisation, Allokation und Status, Tübingen: Mohr Siebeck.
- Wieland, J.* (2004): Handbuch Wertemanagement, Hamburg: Murmann Verlag.
- Wieland, J.* (2006) (Hrsg.): Die Tugend der Governance, Marburg: Metropolis.
- Wieland, J.* (2007a) (Hrsg.): Governanceethik und Diskursethik ein zwangloser Diskurs, Marburg: Metropolis.
- Wieland, J.* (2007b): Die Ethik der Governance, Marburg: Metropolis, 5. Aufl.
- Wilkens, S.* (2007): Effizientes Nachhaltigkeitsmanagement, Wiesbaden: Gabler.
- Williamson, O. E.* (2002): The Theory of the Firm as Governance Structure: From Choice to Contract, in: Journal of Economic Perspectives, Vol. 16/No.3, 171-195.