

- ¹⁵ *Gaudium et spes*, Teil I. Kapitel 1, 2 und 3.
- ¹⁶ Vgl. M. Friedman, Kapitalismus und Freiheit, Frankfurt a.M. 1984, 34.
- ¹⁷ *Mater et magistra*, 59–67, in: Texte zur katholischen Soziallehre, aaO. 216–219.
- ¹⁸ *Centesimus annus*, 32.
- ¹⁹ AaO. 32 und 43.
- ²⁰ Thomas von Aquin, Sth II–II, q. 66 a. 2 und 7: „...in necessitate sunt omnia communia, et ita non videtur esse peccatum si aliquis rem alterius accipiat, propter necessitatem sibi factam communem“ (art. 7).
- ²¹ *Populorum progressio*, 22–24, in: Texte zur katholischen Soziallehre, aaO. 443f.
- ²² Vgl. *Laborem exercens*, 13. Deutsche Übersetzung in: Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz (Hg.), Verlautbarungen des Apostolischen Stuhls 32, Bonn 1981.
- ²³ *Centesimus annus*, 43.
- ²⁴ AaO. 35 (kursiv im Original).
- ²⁵ *Quadragesimo anno*, 79, in: Texte zur katholischen Soziallehre, aaO. 121.
- ²⁶ *Rerum novarum*, 28, in: Texte zur katholischen Soziallehre, aaO. 52.
- ²⁷ *Centesimus annus*, 40.
- ²⁸ AaO. 15.
- ²⁹ AaO. 48.
- ³⁰ A.M. Okun, Equality and Efficiency: The Big Tradeoff, Washington 1975, 12–14. Okuns Diskussion wurde sehr gut herausgearbeitet und vertieft in: M. Walzer, Sphären der Gerechtigkeit. Ein Plädoyer für Pluralität und Gleichheit, Frankfurt a.M./New York 1992.
- ³¹ *Centesimus annus*, 41.
- ³² *Mater et magistra*, 53; *Quadragesimo anno*, 79, in: Texte zur katholischen Soziallehre, aaO. 214 und 120f.

Aus dem Englischen übersetzt von Franz Schmalz

Positive Bewertung des Marktes aus ethischer Sicht

Antonio Lattuada

Die zahlreiche Literatur, die sich – aus ethischem Blickwinkel – mit dem Markt als Koordinierungssystem des wirtschaftlichen Handelns befaßt, ist häufig

durch zwei Hauptmängel gekennzeichnet. Der erste besteht in einer unverkennbar *apologetischen* Einstellung. Vor allem in der historischen Epoche, in der

die Alternative zwischen Marktwirtschaft und zentralistischer Planwirtschaft zugleich eine Alternative zwischen zwei jeweils alle Gesellschaftsbereiche prägenden politischen, militärischen, kulturellen und ideologischen Systemen war, nahm die Entscheidung für oder gegen den Markt sofort die Züge einer unausweichlichen Standortwahl zwischen zwei entgegengesetzten Zivilisationen, ja zwischen zwei entgegengesetzten Weltbildern an. Daher rührt die Neigung zur Propaganda, in der die Leidenschaft für eine - wenn auch legitime - Sache oft die Oberhand gewann über die intelligente Unterscheidung der komplizierten Fragen der modernen Wirtschaft.

Die Undurchführbarkeit des Versuchs, eine moderne Wirtschaft zentral zu planen, wurde endgültig bestätigt durch den Zusammenbruch der kommunistischen Regime in Osteuropa. Wenn auch in dem neuen geopolitischen Kontext der apologetische Ansatz der Beurteilung des Marktes offensichtlich seine Plausibilität verloren hat, so wirkt sich ein anderer Mangel auch weiterhin störend auf die ethische Reflexion über dieses Thema aus: der *Anachronismus*. Um die Marktwirtschaft zu legitimieren oder sie - im Gegenteil - zu kritisieren oder sie völlig in Frage zu stellen, werden nämlich Thesen und Allgemeinplätze wiederholt, die - obwohl sie auf die Verhältnisse in der Vergangenheit anwendbar waren - jetzt nur noch wenig Bezug zur derzeitigen Wirklichkeit der modernen Wirtschaft haben, die offensichtlich ein Prozeß in kontinuierlicher und rasend schneller Entwicklung ist.

Im Interesse einer richtigen Darstellung des Problems der Moralität der Marktwirtschaft kann es nützlich sein, sich

einige Distinktionen zu vergegenwärtigen, die von den Wirtschaftswissenschaftlern üblicherweise gebraucht werden. Es handelt sich dabei hauptsächlich um die Unterscheidung zwischen dem idealen Markt einerseits und den konkreten historischen Formen des Marktes andererseits, die sich auf sehr unterschiedliche Weise dem Idealmodell des Marktes annähern.

Der ideale Markt: Seine Vorteile

Es ist bekannt, daß die ersten die moderne Wirtschaft betreffenden Theorien - zunächst in der Zeit des Handelskapitalismus und dann zu Beginn der Zeit des Industriekapitalismus - sich auf eine Situation beziehen konnten, die dem „idealen Markt“ oder der „vollkommenen Konkurrenz“ sehr nahe kam. In einer solchen Situation konnte man tatsächlich eine überraschende und fast magisch wirkende Entsprechung zwischen individueller Freiheit und Gemeinwohl, zwischen Verfolgung des Sonder-

Der Autor

Antonio Lattuada, 1945 geboren; Priester der Diözese Mailand; an der Päpstlichen Universität Gregoriana in Rom zum Doktor der Theologie promoviert; derzeit Professor der Moraltheologie an der Katholischen Universität Mailand und der Theologischen Fakultät von Norditalien. Veröffentlichungen: *Einige Aufsätze in Sammelbänden*; unter den neueren sind zu nennen: *Introduzione alla bioetica*, Mailand 1996; *Educare all'uso responsabile del danaro*, Rom 1996; *Diritti umani*, Casale Monferrato 1995. Als Einzelveröffentlichung ist erschienen: *Etica normativa, Vita e Pensiero*, Mailand 1985. Mitglied des Redaktionskomitees von „*La Rivista del Clero Italiano*“. Anschrift: Via F. Carcano, 18, I-21047 Saronno (VA), Italien.

interesses und der Schaffung des „Wohlstands der Nation“, zwischen „privaten Lastern“ und „öffentlichen Tugenden“ feststellen. Unter den historischen Be-

dingungen jener Zeit schaffte es der Mechanismus der Preise tatsächlich, die Nachfrage der Verbraucher nach Gütern und Dienstleistungen und deren Produktion durch die Unternehmen automatisch zu koordinieren.

Die Liste der Vorbedingungen, welche die Situation des idealen Marktes konstituieren, ist auf verschiedene Weise formuliert worden¹, aber sie sieht u.a. in jedem Falle vor, 1. daß es viele Verkäufer und Käufer gibt, von denen keiner Besitzer eines wesentlichen und beherrschenden Teils des Marktes ist; 2. daß alle Verkäufer und Käufer imstande sind, den Markt frei zu betreten oder zu verlassen; 3. daß alle über vollständige Informationen verfügen bezüglich der Preise, der Menge und der Qualität der auf den Markt gebrachten Güter; 4. daß die Kosten und Erträge der Produktion und der Verwendung der ausgetauschten Güter ausschließlich auf Rechnung derjenigen gehen, welche die Güter kaufen oder verkaufen, und nicht auf die Rechnung „Dritter“ außerhalb des Marktgeschehens.

Wenn solche Bedingungen - vor allem die beiden ersten, welche die Situation vollkommener Konkurrenz beschreiben - bestehen, produziert der freie Markt, auf dem jeder bestrebt ist, den eigenen Gewinn zu maximieren, automatisch eine wirtschaftliche und soziale Ordnung, die qualifiziert ist durch vor allem aus ethischem Blickwinkel wertvolle Züge. Genauer gesagt: Bei dieser Weise, die wirtschaftliche Produktion und Verteilung zu organisieren, tendieren die Mengen der verfügbaren Güter und die Höhe der entsprechenden Preise spontan auf einen „Gleichgewichtszustand“ hin. Demnach entsprechen die Preise zugleich sowohl dem Wert, den die Ver-

braucher den erworbenen Gütern zuerkennen, als auch den von den Produzenten aufgewandten Kosten. So wird auch der sittlichen Forderung der *Billigkeit* oder *Gerechtigkeit* entsprochen, genauer gesagt: der Tauschgerechtigkeit, wonach der am Tausch Beteiligte den genauen Gegenwert dessen erhält, was er gegeben hat.

Überdies drängt die Herrschaft der vollständigen Konkurrenz auf die optimale *Effizienz* des Produktionssystems, verstanden als Verhinderung von Verschwendung. Die Produzenten werden tatsächlich schon vom Gewinnstreben angeleitet, Finanzmittel dort zu investieren, wo die Nachfrage der Verbraucher hoch ist, und die Investitionen dort zu reduzieren, wo die Nachfrage niedrig ist. So werden sie nur soviel auf den Markt bringen, wie von den Bedürfnissen der Verbraucher tatsächlich gefordert ist. Sie werden auch angetrieben, die Menge der bei der Produktion angewandten Mittel auf ein Minimum zu beschränken und die effizienteste Technologie anzuwenden, um so die Kosten zu senken. Sie werden aber auch gedrängt, ihre Profite so zu zähmen, daß sie vor der Konkurrenz der anderen Produzenten bestehen können.

Schließlich ermöglicht die Ordnung des Marktes, solche Ziele zu verfolgen, die moralisch von Gewicht sind, weil so die individuellen *Freiheitsrechte* der Beteiligten am besten gewahrt werden: Von hohem Wert ist dieser Vorteil vor allem angesichts der wachsenden Spezialisierung und Aufgabenteilung, die typisch ist für eine in hohem Maß technologische Entwicklungswirtschaft und für die entsprechend vermehrte Notwendigkeit der Koordination und Integration.

Der ideale Markt: seine Grenzen

Bemerkenswert sind also die auch der ethischen Ordnung angehörenden Gründe, die für ein marktwirtschaftliches System und folglich gegen eine zentralistisch gelenkte Wirtschaft sprechen. Bekannt sind jedoch auch die Grenzen oder Mängel eines solchen Systems. Sie betreffen vor allem das Theoriemodell des idealen Marktes selbst, das auch verlangt, daß die Bedingung vollständiger Konkurrenz erfüllt ist. Die Vorteile, die es hinsichtlich der Gerechtigkeit, der Effizienz zugunsten des Gemeinwohls und der Freiheit mit sich bringt, betreffen tatsächlich nur diejenigen, die an den Tauschmöglichkeiten des Marktes teilnehmen können - in dem Maße, wie sie über die entsprechenden Mittel verfügen. Die Bedürfnisse und die Nachfrage derjenigen, die derzeit nicht über eine angemessene Kaufkraft verfügen (Kinder, Behinderte, Kranke, Alte usw., aber auch die zukünftigen Generationen), üben dagegen grundsätzlich keinen Einfluß auf den Markt aus. Es ist also nicht das „Gemeinwohl“, für das der Markt - auch in seiner idealen Form - automatisch sorgt, sondern allein das Wohl von mehr oder weniger zahlreichen und begüterten Gruppen der derzeit bestehenden Gesellschaft. In diesem Sinn ist seine sittliche Legitimation im Licht eines umfassenderen Kriteriums der *Gerechtigkeit* an sich nicht schon ohne weiteres sichergestellt.

Überdies ist der Markt auch in seiner Idealform von seiner Struktur her nicht fähig, für die sog. „öffentlichen Güter“ Vorsorge zu treffen, d.h. für Güter, die von ihrer Natur her auch denjenigen frei zugänglich sind, die keinen Beitrag zu

ihrer Herstellung oder - indem sie die entsprechenden Kosten tragen - zu ihrer Erhaltung leisten. Die Natur „öffentlicher Güter“ haben tatsächlich einige notwendige Bedingungen nicht nur für das Funktionieren des Marktes - wie z.B. die Rechtsordnung oder das Straßennetz -, sondern auch für das bloße Überleben der Menschen und für eine gute Lebensqualität, wie das physische und kulturelle Erbe unserer Umwelt.

Die realen Märkte: Sie müssen politisch gelenkt werden

Die oben genannten, wenn auch nur partiellen Vorteile stellen sich nur dann ein, wenn tatsächlich die Bedingungen gegeben sind, die den idealen Markt und vor allem die Ordnung der vollständigen Konkurrenz herstellen. Die realen Märkte dagegen, besonders die einer technologisch fortgeschrittenen und komplizierten Wirtschaft wie der modernen, realisieren niemals adäquat solche Bedingungen, oder sie tun es zumindest nicht von allein. Allgemein bekannt ist tatsächlich die Tendenz der modernen Unternehmen, die Freiheit der Märkte und die Konkurrenz einzuschränken mittels der Schaffung von Monopolen, Oligopolen oder expliziten oder impliziten Vereinbarungen, die darauf zielen, die Menge und die Preise ihrer Produkte zu „programmieren“.

Eben die technische und ökonomische Kompliziertheit macht es praktisch unmöglich, daß alle Handelnden über alle nötigen Informationen verfügen, um bewußt und folglich frei wählen zu können. Der Durchschnittsverbraucher ist heute normalerweise nicht imstande, alles zu verstehen, was auch für ihn nötig wäre,

um das seinen eigenen Bedürfnissen entsprechende Produkt auswählen zu können.

Andererseits – und das ist der Aspekt, der wegen seiner besonderen sittlichen Implikationen besondere Aufmerksamkeit verdient – sind die Bedürfnisse, für deren Befriedigung das moderne Produktionssystem zu sorgen hat, heutzutage vorwiegend „dynamische“ Bedürfnisse, die nicht im strengen Sinn biologisch vorherbestimmt sind, sondern Bedürfnisse, die vermöge ihrer vorwiegend psychischen Komponente weitgehend formbar sind. Aus diesem Grund sind sie weitgehend beeinflusst von den Stilen der öffentlichen Kommunikation, die ihrerseits von der Macht der Wirtschaft gesteuert werden. Die Qualität der Nachfrage ist daher hinsichtlich der von der Wirtschaft ausgehenden Initiativen nicht mehr vorherbestimmt, wie es das Modell des idealen Marktes unterstellt, sondern kann ausgerichtet sein an den Kriterien oder den Interessen, welche ebendiese Initiativen inspirieren. In einer Entwicklungswirtschaft läuft daher die Logik des Marktes Gefahr, zu der paradoxen Situation zu führen, daß der Komplex von Zielen, in deren Dienst der technische Produktionsapparat nur eine instrumentelle Rolle spielen sollte, in Wirklichkeit von ebendiesem Apparat bestimmt wird.

Schließlich hat die Umweltkrise in makroskopischer Weise gezeigt, welches Gewicht auf den realen Märkten das Phänomen der „negativen Einwirkungen von außen her“ hat. Gewichtige Kosten, die oftmals nicht einmal in ihrem Geldwert benannt werden können, die aber zu veranschlagen wären z.B. infolge von Umweltverschmutzung oder Umweltverschlechterung, von Verbrauch begrenz-

ter und nicht erneuerbarer natürlicher Ressourcen, von Gesundheitsschäden aufgrund bestimmter Arbeitsbedingungen, von Schäden für die seelische Gesundheit durch vom technischen Fortschritt erzwungene gesellschaftliche Umstrukturierung, üben keinerlei Einfluß aus auf die Marktmechanismen und daher auch nicht auf die Preisgestaltung. Derartige Kosten werden dagegen auf die Gesellschaft abgewälzt, und zwar für gewöhnlich auf ihre schwächsten Mitglieder, die aus alledem keinen angemessenen Gewinn ziehen. Die Geschichte der Gewerkschaftsbewegung, die unlöslich verflochten ist mit der Entwicklung des Systems der Marktwirtschaft in den industrialisierten Ländern, ist ein unbestreitbarer Beweis dafür, daß es notwendig ist, gegen solche Mängel des freien Marktes gezielt Abhilfe zu schaffen.

Wenn schon der Markt in seiner „Idealform“ nur teilweise die Werte Gerechtigkeit, Effizienz und Freiheit realisiert, und wenn er daher integriert werden muß in ein politisches Projekt, das Abhilfe schafft für die durch seine objektiven Grenzen verursachten Mängel, dann drängt sich diese Notwendigkeit um so mehr auf im Blick auf die „realen“ Märkte; vor allem weil die zur Hervorbringung der genannten Werte erforderlichen Bedingungen des „freien Marktes“ sich nicht spontan ergeben. Sie erfordern vielmehr Eingriffe, die ausdrücklich darauf zielen, die selbstunterdrückerischen Tendenzen, denen die Märkte ständig ausgesetzt sind, zu korrigieren. Solcher Eingriffe bedarf es außerdem, weil der dynamische Charakter der auf technologische Innovation gegründeten modernen Wirtschaft dem Produktionssystem einen gesteigerten Einfluß

auf die Gestaltung der sozialen und individuellen Lebensstile verleiht. Wenn die ethischen Forderungen, deren synthetischer Ausdruck der Gedanke des Gemeinwohls oder des guten Lebens der Gesellschaft ist, die Einrichtung und Förderung des freien Marktes fordern, so fordern sie heute auch, daß dieser von nichtmerkantilen Kriterien geregelt und gesteuert wird.

Die Alternative zum zentral geplanten Wirtschaftssystem ist daher nicht eindeutig bestimmt. Sie erlaubt vielmehr die Möglichkeit vielfacher komplizierter wirtschaftlich-sozialer Ordnungsformen, in denen dem Markt eine konstitutive Rolle zuerkannt werden kann, ohne daß man sich aber dessen Hegemonie unterwerfen müßte.² Hegemonial wäre die Rolle des Marktes, wenn es den Staatsbürgern nicht gelänge, öffentlich „Weisen der Nachfrage“ zu erarbeiten und geltend zu machen, die sich von denen unterscheiden, die ihnen als Verbrauchern bereits vom Produktivsystem nahegelegt werden. Die Krise des Wohlfahrtsstaates oder von dessen konkreter Form, wie sie der Staat während der sechziger Jahre im industrialisierten Westen angenommen hat, muß nicht einfach die Absage an die Motive bedeuten, die dieses politische Modell inspiriert haben. Sie muß vielmehr als Gelegenheit begriffen werden, andere und geeignetere Wege zur Verwirklichung dieser Ziele zu suchen. Die politische Institution müßte sich vornehmen, sich nicht an die Stelle der Zivilgesellschaft zu setzen, sondern vielmehr die Erfüllung der nötigen Bedingungen zu sichern, damit die Zivilgesellschaft in ihren vielfältigen Artikulationen und Ausdrucksformen aktiv die Aufgabe erfüllen kann, den Markt zu „lenken“ bzw. ihn in ein politi-

sches und daher ethisch qualifiziertes Projekt zu integrieren. Die erste dieser Bedingungen wäre die Herstellung von Kommunikationsströmen und Kommunikationsformen des öffentlichen Lebens, die nicht vom Markt selbst beeinflusst sind und die darauf ausgerichtet sind, einen Konsens über würdige und wirklich praktikable Ziele für das zivile Zusammenleben herzustellen.

Der Beitrag der neuen „business ethics“

Ein in diesem Sinne bezeichnendes und verheißungsvolles Phänomen stellt das in einem Teil der öffentlichen Meinung, vor allem in intellektuellen Kreisen der Unternehmen selbst erneuerte Interesse an ethischen Fragen dar, die von der Marktwirtschaft aufgeworfen werden. Es handelt sich hier um den Komplex theoretischer und praktischer Beiträge, die für gewöhnlich mit dem Begriff „business ethics“ oder „Wirtschaftsethik“³ umschrieben werden. Die Geschichte dieser kulturellen Bewegung ist relativ kurz. Tatsächlich sind erst seit der Mitte der siebziger Jahre - dann allerdings ziemlich schnell - zahlreiche Initiativen verschiedener Art ergriffen worden, die darauf abzielten, sich mit dem „business“ oder, genauer gesagt: der auf Gewinn zielenden unternehmerischen Initiative aus ethischem Blickwinkel zu befassen, und zwar gerade im Rahmen einer Marktwirtschaft.

Die Bedingungen, welche diese Bewegung ermöglicht haben, sind ebenfalls vielfältiger Art. Ein bestimmendes Gewicht hat dabei schon seit den dreißiger Jahren die Entwicklung der großen Konzerne gehabt, d.h. von Unternehmen, in denen die Person des Unternehmers und, allgemeiner gesagt, der Vertreter

des Managements - auf dem Weg über die Strukturierung des Unternehmens als „Aktiengesellschaft“ - sich mehr und mehr von der des Eigentümers oder dessen, der das Finanzkapital beisteuert, unterscheidet, wobei die Vertreter des Managements eine relative berufliche Autonomie erlangen. Die Interessen, welche die Initiativen und die Strategie des Unternehmens inspirieren, fallen nicht mehr notwendigerweise mit denen der Kapitaleigner zusammen oder sind nicht mehr ausschließlich und nicht einmal vorwiegend der Gewinn und Gelderwerb, sondern können einer anderen Bestimmung unterworfen sein (wie z.B. der Entwicklung des Unternehmens selbst, dem Zuwachs an Prestige oder Macht, der gesellschaftlichen Anerkennung usw.).

Andererseits hat gerade der Machtzuwachs der Unternehmen, der durch ihre oft enorme Größe und durch die in der Massenproduktion angewandte immer verfeinerte Technologie ermöglicht wurde, dazu beigetragen, die Glaubwürdigkeit der Welt der Unternehmen in den Augen immer größerer Kreise der Gesellschaft zu untergraben. Seit den siebziger Jahren hat es zunächst in den Wirtschafts- und Finanzkreisen der USA immer öfter große Skandale gegeben, vor allem Fälle von Korruption unter Vertretern der öffentlichen Verwaltung, der Zahlung von Schmiergeldern mit dem Ziel, Aufträge und Marktvorteile zu erhalten, außerdem Fälle von Umweltverschmutzung (Bhopal, Seveso), Kollaboration mit Unrechtsregimen, Vermarktung von gesundheitsschädlichen Nahrungs- und Arzneimitteln oder von nicht genügend sicheren Verkehrsmitteln usw.

Die Vertrauenskrise in der Beziehung

zur Zivilgesellschaft und, allgemeiner gesprochen, die mit dem Verfall der guten Sitten oder der Handelskultur verbundenen Gefahren haben viele Unternehmen dazu geführt, sich um die Wiederherstellung der verlorenen moralischen Glaubwürdigkeit zu sorgen. Es ist nun ein Prozeß der institutionellen Sicherung der Ethik innerhalb der Unternehmen in Gang gekommen, oder besser gesagt, ein Prozeß der Anwendung von Instrumenten und Verfahrensweisen zur Verhinderung illegalen oder unmoralischen Verhaltens des Unternehmens. Die allgemeiner verbreiteten Formen einer solchen Institutionalisierung sind: „Ethikkodizes“, in denen die Werte und wichtigsten sittlichen Normen, an die sich das Unternehmen halten will, formuliert sind und der Öffentlichkeit bekanntgegeben werden; „Ethikausschüsse der leitenden Angestellten“, welche die Spitzen des Unternehmens selbst in dessen „Moralisierung“ einbeziehen; das Amt eines „Ethikverantwortlichen des Unternehmens“ (*ethic officer*), dem die Durchführung der Richtlinien des Ethikausschusses anvertraut ist; Programme eines „Ethiktrainings“ und der Kontrolle für alle Mitglieder des Unternehmens; Telephon-hotlines zur Ermöglichung eines ständigen Austauschs über ethische Fragen innerhalb des Unternehmens.

Einen unentbehrlichen Beitrag zu diesem Institutionalisierungsprozeß haben auch Kreise von Akademikern und Intellektuellen geleistet. Philosophen und Wirtschaftswissenschaftler haben dem Studium der Wirtschaftsethik immer mehr Interesse gewidmet. Immer mehr Studiengänge der Wirtschaftsethik sind in Universitäten und Wirtschaftshochschulen eingerichtet worden. Dementsprechend sind immer mehr Handbücher

zum Studium dieses Fachs erschienen. Es gibt auch zahlreiche auf diese Thematik spezialisierte Institute oder Forschungszentren, die Tagungen über Wirtschaftsethik veranstalten und Zeitschriften für Wirtschaftsethik herausgeben.

Einer der bedeutendsten und von schnellstem Erfolg gekrönten theoretischen Beiträge, den diese Forschungsrichtung geliefert hat, besteht in der Erarbeitung eines ganz neuen Konzeptes. Im Anklang an das englische Wort *stockholder*, das den „Aktionär“ oder Kapitalantileisner eines Unternehmens bezeichnet, wurde der Ausdruck *stakeholder*⁴ geprägt, um alle diejenigen zu bezeichnen, deren Interessen oder Rechte auf irgendeine Art und Weise von der Tätigkeit des Unternehmens betroffen sind. Der Rückgriff auf den Ausdruck *stakeholder* ist offensichtlich nicht ein bloßes Wortspiel, sondern verfolgt die Absicht, das privatistische Verständnis des Unternehmens zu überwinden, das die Interessen des Eigentümers, d.h. die Gewinnmaximierung, privilegiert, und statt dessen eine Vorstellung zu fördern, die der Rolle und den entsprechenden Rechten und Pflichten der vielfältigen Subjekte, die auf unterschiedliche Weise am Funktionieren eines Wirtschaftsunternehmens beteiligt sind, angemessene Anerkennung zuteil werden läßt.

In diesem Sinn sind *stakeholders* des Unternehmens außer den Aktionären auch die leitenden Angestellten oder Manager auf den verschiedenen Ebenen, die abhängigen Mitarbeiter, die Kunden oder Verbraucher, die Lieferanten, die anderen Unternehmen der Konkurrenz, die örtliche Kommune, auf deren Territorium das Unternehmen tätig ist, und schließlich die gesamte Zivilgesell-

schaft. Die Verwendung des Ausdrucks *stakeholder* spiegelt daher eine umfassendere Sicht des Unternehmens wider, indem sie sich dieses als ein weitgespanntes Netz von Beziehungen vorstellt, die häufig auch Konfliktbeziehungen sind. Die gerechte Beilegung von Konflikten fordert, daß kein berechtigtes Interesse willkürlich ignoriert oder unterbewertet wird, und sie läßt doch Raum für eine von Mal zu Mal unterschiedliche Rangordnung von Prioritäten.

Die Bewegung der Wirtschaftsethik hat selbstverständlich Anteil an den Schwierigkeiten, die jedes ethische Theoriesystem heutzutage betreffen, besser gesagt: an der Unmöglichkeit, Sicherheit herzustellen bezüglich eines kulturellen Konsenses, der genügend eindeutig bestimmt ist bezüglich der fundamentalen Kriterien der sittlichen Bewertung und daher auch dessen, was auf der Ebene des individuellen und öffentlichen Lebens des Engagements wert ist. Der übertriebene Pluralismus der Meinungen, der das derzeitige praktische Verhalten und die entsprechende ethische Reflexion kennzeichnet, bringt auch die neue Wirtschaftsethik leicht dahin, daß sie sich zurückzieht auf die Ebene von Regeln rein prozeduraler Natur, die unumgänglich sind für die friedliche oder dialogische Beilegung der Interessen- und Wertekonflikte, die aber als etwas betrachtet werden, bei deren Beurteilung nicht auf objektive Weise argumentiert werden kann. Diese Ausrichtung kennzeichnet übrigens mehrheitlich die europäische Wirtschaftsethik und weniger die amerikanischen *business ethics* und ist vermutlich einer der Gründe für ihre geringe praktische Relevanz auch bei den wirtschaftlich Tä-

tigen in einem derartigen kulturellen Umfeld.

Aber auch mit derartigen Grenzen leistet die Wirtschaftsethik einen nützlichen Beitrag zur Erarbeitung einer verständigen praktischen Beurteilung der modernen Marktwirtschaft. Sie tut dies, indem sie „von unten her“ ansetzt, d.h. bei den Problemen der persönlichen Ethik (der „Mikroethik“), die sich Tag für Tag demjenigen stellen, der im Rahmen einer Marktwirtschaft in einer Produktionsorganisation arbeitet. Da die Sicht der persönlichen Ethik, so notwendig sie auch sein mag, sich doch als unzureichend erweist für eine angemessene Lösung solcher Probleme, muß die Aufmerksamkeit sich folglich auf die

strukturellen Bedingungen der Wirtschaftsethik verlagern: vor allem auf die Organisation des Unternehmens selbst als grundlegender Einheit des Produktsystems („Mesoethik“), und dann auf die Organisation der Wirtschaftsordnung insgesamt, nicht nur auf nationaler Ebene, sondern angesichts der Dynamik der modernen Wirtschaft auch auf internationaler Ebene („Makroethik“). Von der Debatte, welche die Wirtschaftsethik in Gang gebracht hat, könnte auch eine christliche Reflexion über die moderne Wirtschaft einerseits ihre Vorteile ziehen, und andererseits könnte sie ein anregender und eigene Qualitäten beistauernder Faktor dieser Debatte sein.

¹ Für eine mehr analytische Darlegung vgl. z.B. A. Buchanan, *Etica, efficienza, mercato*, Neapel 1992, 31 f. (Original in englischer Sprache: Totowa 1985.)

² Siehe z.B. A. Rich, *Wirtschaftsethik*, Bd. II: Marktwirtschaft, Planwirtschaft, Weltwirtschaft aus sozialetischer Sicht, Gütersloh 1990. Dort werden einige mögliche Systeme der Marktwirtschaft genannt und analysiert: die kapitalistische Marktwirtschaft, die soziale Marktwirtschaft, die sozialistische Marktwirtschaft, die humane Wirtschaftsdemokratie von Ota Šik, die ökologisch geregelte Marktwirtschaft.

³ Eine einführende Information über dieses Phänomen findet sich bei: R.E. Freeman (Hg.), *Business Ethics. The State of the Art*, Oxford/New York 1991.

⁴ „To be at stake“ = auf dem Spiel stehen; „to have at stake“ = auf dem Spiel stehen haben, zu verlieren haben. „Stakeholder“ also = Risikoträger (Anm. des Übersetzers).

Aus dem Italienischen übersetzt von Dr. Ansgar Ahlbrecht