

Michael Hüther

Moral und Recht als Kategorien des Ökonomischen

Die soziale Marktwirtschaft beruht auf definierten Eigentums- und Verfügungsrechten, der Vertragsfreiheit und dem Grundsatz der Haftung. Sie lebt von freiem Unternehmertum, das sich in wettbewerbsintensiven sowie bestreitbaren Märkten bewährt und so unter der Enteignungsandrohung durch den Wettbewerb steht. Sie erfordert die Bereitstellung öffentlicher Güter, eine soziale Sicherung und eine Rechtsordnung.

Die Frage nach den moralischen Normen spiegelt sich in der Frage nach den rechtlichen Bindungen. Das Recht als institutionalisiertes, vom Subjekt gelöstes und objektivierte Werturteil richtet sich ebenso an das Verhalten wie die individuelle und zunächst subjektive Moral. Was Recht ist, muss in den Augen vieler nicht auch zwingend moralisch sein. Was als Moral im Einzelfall wirkt, kann im Widerspruch zur Rechtsnorm stehen und somit im Rechtsstaat seine öffentliche Legitimation verlieren oder es kann seine Bedeutung gerade dadurch erlangen, dass es im rechtlich nicht geregelten Bereich Orientierung gibt, dadurch Rechtsetzung erübrigt oder vorwegnimmt. Vielfach nimmt das Recht auch Bezug auf die herrschende Moral, wenn von »den guten Sitten«, von »Treu und Glauben« die Rede ist oder Auslegungs- und Entscheidungsspielräume eröffnet werden.

Recht und Moral stehen in einer freiheitlich-demokratischen Gesellschaft im Diskurs miteinander. Zwar hat das Recht unter dem Gesichtspunkt intertemporaler Willkürvermeidung und generativer Gerechtigkeit den Anspruch höherer Dauerhaftigkeit, aber auch dort wirkt sich aus, was sich an grundsätzlichem Wertewandel in

Recht ohne moralisches Fundament ist nicht funktionsfähig

der Gesellschaft vollzogen hat. Für den demokratischen Rechtsstaat jedenfalls gilt, dass ein Recht ohne moralisches Fundament nicht funktionsfähig ist, Recht und Moral aber keine Einheit bilden. Nur der totalitäre Staat, der keine Freiheit für private Moral mit öffentlicher Wirkung lassen kann, stellt diesen Anspruch. Zugleich gilt, dass das Recht nicht alles regeln kann, ganz praktisch angesichts der Vielfalt der Lebenssituationen und der Aushandlungsbedarfe. Dennoch gibt es häufig eine juristische Institutionalisierung der Moral: So wird ein allgemeingültiges Verständnis moralischen Handelns als »gute Sitten« beispielsweise als offener Rechtsbegriff gefasst, dessen Verstöße Sanktionen nach sich ziehen.

Auch im Zusammenhang ökonomischen Verhaltens und dessen Koordination in Märkten findet sich der Spannungsbogen von Moral und Recht. Die marktwirtschaftliche Ordnung ist im Sinne von Max Weber dem Grundsatz der Verantwortungsethik verpflichtet und schließt die Gesinnungsethik so weitgehend aus, dass sie im Verständnis wirtschaftlichen Handelns keine Rolle spielt. Die Homogenität der Präferenzen steht dafür ebenso wie die Figur des Homo oeconomicus, der ausschließlich auf Anreize reagiert und selbst keine moralische Kapazität besitzt.

Das Leitbild wettbewerbsintensiver Märkte sichert die Wirksamkeit des Preismechanismus, so dass die relativen Preise eine ressourceneffiziente Steuerung der Produktion im Sinne der artikulierten Präferenzen ermöglichen. Ein starker Staat hat die Bildung wirtschaftlicher Macht zu verhindern, indem er durch gute Ordnung die Offenheit der Märkte sichert und die Bestreitbarkeit von Marktpositionen ermöglicht. Die Ordnung erlangt so selbst eine moralische Qualität und entlastet den Einzelnen von moralischen Anforderungen.

Die Ordnung als systematischen Ort der Moral zu deuten, verleitet indes zu Missverständnissen. So entsteht der Eindruck, alles könne geregelt und die Performanz von Märkten gesteuert werden. Dies ist praktisch unmöglich und normativ bedenklich. Zugleich nährt ein solcher Regelungsanspruch für den Einzelnen den fatalen Eindruck, das eigene Verhalten müsse nicht an übergeordneten moralischen Maßstäben orientiert werden, man könne die eigene moralische Reflexion vollends einsparen. Hier zeigt sich das moralische Dilemma der marktwirtschaftlichen Ordnung. Es beschreibt ebenso das Dilemma wohlmeinender Wirtschaftspolitik, die Einsichten zum Marktversagen tatkräftig in neue Gesetze ummünzen will. Die Anerkennung begrenzter Ordnungskapazität bedeutet zugleich, dass man seitens der Politik einen entsprechenden Kontrollverzicht akzeptieren muss.

Wer den Selbststeuerungskräften und der grundständigen Anarchie der Märkte misstraut, der muss den Preis bereit sein zu zahlen, der sich aus dem Anspruch umfassender Regelung ergibt: der Verzicht auf eine individuell verankerte und handlungsleitende Moral. Die Verantwortung unternehmerischen Handelns wird auf das reduziert, was Gegenstand gesellschaftlicher und politischer Kritik ist: die ausschließliche Fokussierung auf das wirtschaftliche Ergebnis des Unternehmens (Ergebnisverantwortung). Freilich wird dies immer Grundlage und Kern unternehmerischen Handelns sein, weil nur so Geschäftsmodelle und die dadurch mögliche Beschäftigung nachhaltig zu entwickeln sind.

Unternehmerische Verantwortung greift indes weiter als es explizit der neoklassische Mainstream ökonomischen Denkens und implizit eine staatliche Regulierungswut unterstellen. Unternehmen tragen ebenso Verantwortung für ihre Position, Rolle und Reputation im öffentlichen Raum (Reputationsverantwortung). Sie sind Teil einer gesellschaftlichen und politischen Wirklichkeit, der sie nicht nur passiv ausgesetzt sind, sondern in der sie mitwirken. Dahinter steht die Vorstellung, dass die gesellschaftliche Beauftragung von Unternehmen über das Angebot an Gütern und Diensten hinausgeht und die Verankerung in der regionalen und sozialen Lebenswelt adressiert. Unternehmen tragen deshalb auch eine (Mit-)Verantwortung für die Gestaltung der relevanten Ordnung (Ordnungsverantwortung). Sie stehen nicht außen vor, sondern sind gefordert, ihre Kenntnisse und Wertungen einzubringen.

Versteht man in diesem Sinne unternehmerische Verantwortung breit, dann öffnet sich auch eine umfassende Perspektive auf die Anspruchsgruppen, denen sich Unternehmen gegenüber sehen und die jede aus ihrer Sicht berechnete Anforderungen formulieren (s. Übersicht). Für Unternehmen hat sich die gesellschaftliche »Licence to operate« grundsätzlich verändert. Produkte und Prozesse werden von Gruppen und Institutionen beeinflusst, die weder als Kunden oder als Anteilseigner noch als staatliche Aufsicht den Unternehmen gegenüberstehen. Unternehmen werden – im Sinne von Niklas Luhmann – als »soziale Errungenschaft« moderner Gesellschaften verstanden.

Unternehmen als ein Netz von Verträgen reduzieren Unsicherheit und Kontingenz. Das Bedürfnis der Menschen nach Verlässlichkeit wird dadurch ebenso adressiert wie eine nachhaltige Einbindung in gesellschaftliche Strukturen. Unwägbarkeiten der Makrosysteme, die den Einzelnen überfordern, können durch die Existenz von Unternehmen kompensiert werden. Die große Kunst der Unternehmensführung besteht darin, das immer dynamischere Umfeld durch relative Verlangsamung zu kompensieren. Unternehmen erfüllen damit ihre grundsätzliche ökonomische Existenzberechtigung, nämlich die Ersparnis von Transaktionskosten, hier als Anpassungskosten an den Wandel.

Übersicht: Unternehmerische Verantwortung und Anspruchsgruppen

Unternehmen	Anspruchsgruppen							
	Kapitaleigner	Mitarbeiter	Kunden	Lieferanten	Mitbewerber	Fiskus	Zivilgesellschaft	öffentl. Raum
Ergebnisverantwortung	X	X	X	X	X	X	0	(X)
Reputationsverantwortung	(X)	X	(X)	X	X	0	X	X
Ordnungsverantwortung	(X)	0	0	0	(X)	X	X	X
Regelwerke	Kapitalmarkt-gesetze	Arbeitsmarkt-ordnung; Sozial-partnerschaft	Verbraucher-schutz	Ver-trags-und Haftungs-recht	Wett-bewerbs-ordnung; Finanzmarkt-ordnung	Ab-gaben-recht; BGB, HGB etc.	./.	./.

X = direktes Interesse, (X) = eingeschränktes Interesse, 0 = kein Interesse.

Quelle: Hüther (2015)

Versteht man Unternehmen als Netz von Verträgen entlang der unternehmerischen Funktionen, so stellt sich die Frage nach der Qualität dieser Verträge. Es handelt sich zumeist um unvollständige Verträge, das gilt vor allem für das Verhältnis von Kapitaleigner und Unternehmensführung, es gilt ebenso für die Arbeitsverträge. Die vertraglichen Vereinbarungen zielen oftmals nur auf globale Größen und generelle Aufträge, denn sie sind zukunftsgerichtet offen und durch das Problem asymmetrischer Informationsverteilung kontaminiert. So resultieren Handlungsspielräume für die Unternehmensführung und für die Beschäftigten. Hier gewinnt wertorientierte Unternehmensführung an Bedeutung, weil dadurch die Unternehmenskultur als Wesenskern der Organisation bewusst gestaltet wird.

Externe Glaubwürdigkeit entsteht nur durch interne Konsequenz. Das setzt aber voraus, dass Unternehmen als Teil des öffentlichen Raums fungieren, sich selbst so verstehen und sich nicht verstecken können. Intransparenz regt zur Ausbeutung an, wie der Libor-Skandal und die Abgasaffäre gleichermaßen belegen. Entscheidend ist die Selbstkorrektur durch offene Märkte und bestreitbare Marktpositionen. Marktwirtschaft als System wiederholter Spiele erzieht zu moralischem Verhalten, wenn die Rechtfertigung jeden Tag im Wettbewerb zu erbringen ist. Das erfordert Bürger, denen man als Konsumenten und als Anleger Souveränität und Mündigkeit zuspricht. Wirtschaftspolitik sollte diese Aspekte ernst nehmen, anstatt den Marktakteuren einen systematischen Hang zur Unmoral zu unterstellen. Dann hilft nur der totalitäre Staat. Wer beispielsweise im Verbraucherschutz das Leitbild des mündigen Bürgers aufgibt, ist davon nicht mehr fern. Individuelle Moral zu fordern, setzt voraus, dass man den Einzelnen für freiheits- und verantwortungsfähig hält, zur moralischen Reflexion ebenso fähig wie zur konsequenten Handlungsfolge.

**Michael Hüther**

ist seit 2004 Direktor und Mitglied des Präsidiums des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln sowie Mitglied der 6. Altenberichts-kommission sowie der 1. und 2. Engagementberichts-kommission der Bundesregierung.

www.iwkoeln.de