

# Die Moralisierung der Märkte

GÜNTER ULRICH\*

*Rezension zu Nico Stehr, Christoph Henning und Bernd Weiler (2006) (Hrsg.): The Moralization of the Markets, New Brunswick and New Jersey: Transaction Publishers*

Die moralische Indifferenz ökonomischen Handelns zählt zu den klassischen Topoi der Wirtschaftswissenschaften. Die Traditionslinie reicht von Adam Smith, der in seiner Grundlegung der Politischen Ökonomie den Warentausch an die Eigenliebe der Tauschpartner bindet, bis hin zu Milton Friedman, für den sich die soziale Verantwortung der Wirtschaft auf das Prinzip der Profitmaximierung reduziert. Empirische Analysen des Wirtschaftslebens und die Ergebnisse der experimentellen Ökonomik sprechen jedoch eine andere Sprache. Ökonomische Akteure lassen sich offenbar nicht allein von egoistischen Orientierungen leiten, sondern beziehen sich auf sozial konstruierte Situationsdefinitionen und Handlungsskripte, die eine moralische Dimension des Handelns einschließen. Das betrifft Produktion und Konsumtion gleichermaßen: Waren und Dienstleistungen werden auch nach ethischen Gesichtspunkten bewertet und gekauft; ebenso mehrt sich anscheinend die Zahl der Unternehmen, die sich in einem Akt der Selbstverpflichtung auf ethische Standards der Unternehmensführung und Produktion festlegen.

Hier knüpft das von Nico Stehr, Christoph Henning und Bernd Weiler herausgegebene Buch an. Die darin versammelten Beiträge von Soziologen, Politikwissenschaftlern, Ökonomen und Philosophen gehen in Abgrenzung zum Mainstream der Ökonomik von der Vereinbarkeit moralischen und marktförmigen Handelns aus und zielen auf eine theoretische Erklärung der „moralization of the markets“. Hinzu kommen Fallstudien zu ausgewählten Teilaspekten der moralischen Aufladung ökonomischen Handelns. Was allerdings fehlt, ist eine wirtschaftshistorische Perspektive, die zeigen könnte, ob wir tatsächlich in einen kumulativen Prozess der „Moralisierung“ involviert sind, wie der Titel des Buchs suggeriert, oder nur von einer Veränderung der Beobachtungsperspektive profitieren, die als soziale Tatsache sichtbar macht, was bisher von den Idealisierungen der klassischen und neoklassischen Ökonomik verdeckt wurde.<sup>1</sup>

Wie Barry Smart und Paul du Gay in ihren Beiträgen zeigen, lässt sich die Geschichte der modernen Wirtschaftswissenschaften als Prozess der fortschreitenden Abstraktion von den sozialen und kulturellen Formen des Lebens beschreiben. Ein alternatives Theoriedesign, das auf die Wiedergewinnung der moralischen Dimension der Ökonomie abzielt, kann insofern bei den Gründern der Ökonomik ansetzen. Adam Smith, so Smart, habe z. B. „self-love“ noch nicht mit egoistischer Nutzenmaximierung iden-

---

\* Dr. Günter Ulrich, Institut für Soziologie, Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, D-26111 Oldenburg, E-Mail: guenter.ulrich@uni-oldenburg.de, Forschungsschwerpunkte: Systemtheorie, Wirtschaftssoziologie, Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik.

<sup>1</sup> Vgl. dazu neuerdings aus wissenssoziologischer Perspektive Stehr (2007a; 2007b).

tifiziert, sondern ein auf Selbstdisziplinierung zielendes moralisches Konzept vertreten. Und wenn Smith für das freie Wirken der Marktkräfte plädierte, dann nicht im Vertrauen auf die „invisible hand“ real existierender Märkte, sondern vor allem deshalb, weil er den Staat durch die partikularen Interessen der Kaufleute und Fabrikanten instrumentalisiert sah.

Wie könnte nun ein alternatives Theoriedesign aussehen? Jenseits aller disziplinären Differenzen sind sich die Autoren zumindest darin einig, dass die Gesellschaft der Moderne, so wie Gesellschaften überhaupt, auf kulturellen und moralischen Voraussetzungen beruht und insofern, wie *Rogers Hollingsworth* (104) schreibt, als „moral society“ angesehen werden kann. Ökonomisches Handeln ist eingebettet („embedded“) in soziale Beziehungen und Institutionen; Märkte funktionieren nur, weil es moralische Codes gibt, die dem sozialen Handeln Halt geben, Vertrauen schaffen und, wie die moderne Institutionenökonomik herausarbeitet, zur Verringerung der beim Tauschakt entstehenden Transaktionskosten beitragen.

Keine Einigkeit gibt es dagegen in der Frage, wie sich die Dynamik im Verhältnis von Ökonomie und Gesellschaft beschreiben lässt. Auf der einen Seite finden sich in diesem Sammelband Autoren, die, Max Weber, Karl Polanyi und Jürgen Habermas folgend, die moderne Gesellschaftsgeschichte als Prozess der allmählichen Entbettung zweckrationalen ökonomischen Handelns begreifen – mit negativen Rückwirkungen auf die Lebenswelt, die durch die Logik des Marktes kolonialisiert werde. Aus dieser sozialkritischen Perspektive, wie sie etwa von *Barry Smart*, *Lars Osberg* und *Albert Borgmann* vertreten wird, kann von einer „Moralisierung der Märkte“ keine Rede sein: Konsumentenentscheidungen würden im modernen Kapitalismus nicht autonom auf der Grundlage von Werten und Normen getroffen, sondern unterlägen manipulativen Einflüssen, die letztlich dazu dienen, den Betrieb am Laufen zu halten. Und der Konsument, eingesponnen in einen „cocoon of comfort and indifference“ (*Albert Borgmann*: 207), lasse sich diese Objektkontrolle gefallen, weil ihn der Akt des Konsumierens von der wachsenden Unsicherheit und Ungewissheit im globalen Kapitalismus ablenke. Ökonomietheoretisch könnte diese Sozialkritik, wie *Steve Fuller* ausführt, an Schumpeters Konzept der „Sozialökonomie“ anschließen. Ein politisches Projekt im Kampf gegen die Kommodifizierung der Welt ist damit aber noch nicht in Sicht. So bleibt den genannten Autoren nur die Forderung nach einem kritischen Diskurs, der den utopischen Möglichkeitssinn wachhält, und der Appell zum Engagement in kleinen Netzwerken, um der „hedonistischen Treitmühle“ zu entgehen.

Auf der anderen Seite stehen Autoren wie *Andrew Sayer*, *Colin Campbell* und *Patrik Aspers*, die vor einer strikten Separierung ökonomischen und sozialen Handelns warnen. Der von ihnen vertretene „moral economy approach“ geht davon aus, dass die moderne Wirtschaft und ihre Märkte nicht nur in einen größeren, von kulturellen Werten und Normen geprägten Sozialzusammenhang eingebettet sind, sondern selbst einen Bestandteil dieser Kultur darstellen. Ökonomische Beziehungen, so Sayer, seien in zweifacher Hinsicht normativ reguliert: Zum einen stützten sie sich in legitimatorischer Hinsicht auf die Institutionalisierung von Normen, die im Laufe der Zeit als naturgegeben („taken for granted“) hingenommen würden; zum anderen sei ökonomisches Handeln niemals nur am Prinzip der Nutzenmaximierung orientiert, sondern zugleich von lebensweltlich-kulturellen Einflüssen geprägt: „In addition to the estab-

lished moral economic norms that are fundamental to the framing or institutionalization of economic practices, ongoing behaviour is influenced by the moral judgements and decisions of actors with regard to others“ (Andrew Sayer: 85). Das gilt, wie Campbell schreibt, auch für den Akt der Konsumtion, der wie jedes menschliche Handeln auf Legitimation angewiesen sei. Zwar habe der Prozess der Individualisierung zu einer Abschwächung der Bindungskraft externer Erwartungen geführt, doch sei damit keine Aushöhlung der ethischen Dimension des Konsumverhaltens verbunden, weil die moralische Verpflichtung des konsumierenden Subjekts nun die Form einer Selbstverpflichtung – Verpflichtung und Verantwortung gegenüber dem eigenen Selbst, der eigenen Identität – angenommen habe. Die sozialkritische Attacke gegen die Kolonialisierung der Lebenswelt, gegen Konsumerismus und McDonaldisierung ist damit natürlich noch nicht vom Tisch, müsste aber, so Aspers in seinem Beitrag über die Rolle der Ethik in den Bekleidungsmärkten, modifiziert werden, um aktuelle Entwicklungen in Richtung „fair trade“ und „ethical trade“ verständlich zu machen.

Umgekehrt stellt sich aber auch die Frage, warum sich explizites moralisches Handeln in der Marktgesellschaft bisher nicht auf breiter Front durchgesetzt hat. *Jens Beckert* zufolge ist dies auf die ambivalenten Konsequenzen von Moralität für die Effizienz von Märkten zurückzuführen. Ein gemeinsamer Moralcode könne z. B. Free-Rider- und Principal-Agent-Probleme lösen und auf diese Weise zur Steigerung systemischer Effizienz beitragen; auf der anderen Seite müsse befürchtet werden, dass der Moralcode ökonomische Ressourcen blockiert, die andernfalls für individuelle Investitionen eingesetzt werden könnten. Eine Abwägung der positiven und negativen Effekte moralischen Handelns findet bei Beckert nicht statt und wäre auch wohl zu viel verlangt; er gibt aber zu bedenken, dass eine Ausbreitung altruistischer Orientierungen die funktionale Ausdifferenzierung der Ökonomie untergraben könnte.

Diese Sorge teilen *Arnaud Sales* und *Thomas Beschorner* nicht. Im Gegenteil: Nach ihrer Auffassung ist das wachsende Interesse an Wirtschafts- und Unternehmensethik auf die fortschreitende Erosion von Institutionen und Normen im Prozess der Globalisierung zurückzuführen, auf ein „corporate systemic wilding“, das aus sozialkritischer, aber auch aus neoliberaler Sicht kritisiert werden müsse. So würden z. B. die Eigentumsrechte der Shareholder und letztlich die Firmen selbst durch Missmanagement und betrügerische Managementpraktiken gefährdet. Für eine moderne Wirtschafts- und Unternehmensethik gibt es nach Sales/Beschorner zwei theoretische Zugänge, die einander ergänzen, aber auch z. T. widersprechen: Zum einen die neoklassische Perspektive, die bei Unternehmensentscheidungen eine Berücksichtigung ethischer Belange zulässt, solange keine zusätzlichen Kosten entstehen bzw. ökonomische Vorteile zu erwarten sind. Dabei wird die Einhaltung ethischer Mindeststandards garantiert durch ein staatlich sanktioniertes System expliziter Regeln („compliance approach“). Zum anderen die evolutionstheoretische Perspektive, die moralische Integrität als Kernkompetenz ansieht, ohne die Unternehmen in einer Wissensökonomie nicht bestehen könnten („integrity approach“): „The survival of firms depends not only on their economic performance, but also increasingly on their social performance“ (249). Wenn diese Ideenskizze richtig ist, hat sich der Geist des Kapitalismus, anders als Max Weber glaubte, nicht mit der Durchsetzung der kapitalistischen Produktionsweise

verabschiedet. Stattdessen müssen moralisches Handeln und die ethische Reflexion dieses Handelns selbst als ökonomische Potenz angesehen werden.

Der vorliegende Sammelband, soviel lässt sich festhalten, liefert einen guten Überblick über die laufende Diskussion zum Verhältnis von Ökonomie und Moral. Dass die Beiträge auf unterschiedlichen disziplinären Zugängen, theoretischen Ansätzen und Zeitdiagnosen beruhen, ist kein Manko, sondern reflektiert die unaufhebbare paradigmatische Vielfalt der Sozialwissenschaften. Angesichts der Dichte der theoretischen Reflexion ist auch zu verschmerzen, dass empirische und historische Analysen zur „Moralisierung von Märkten“ zu kurz kommen. Allerdings ist in diesem Punkt ein Forschungsbedarf zu erkennen, der auch die theoretische Diskussion um Ökonomie und Moral tangiert.

### **Literaturverzeichnis**

- Stehr, N.* (2007a): Märkte als Gemeinschaftshandeln, in: Nollmann, G. (Hrsg.): Sozialstruktur und Gesellschaftsstruktur, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 231-251.
- Stehr, N.* (2007b): Die Moralisierung der Märkte: Eine Gesellschaftstheorie, Frankfurt a. M.: Suhrkamp.