Rezension zu Ingo Pies (Hg.), Der Markt und seine moralischen Grundlagen.



Ingo Pies (Hg.), Der Markt und seine moralischen Grundlagen. Diskussionsmaterial zu einem Aufsatz von Jeff R. Clark und Dwight R. Lee, Verlag Karl Alber Freiburg / München 2015.

Das von **Ingo Pies** herausgegebene Buch **"Der Markt und seine moralischen Grundlagen"** stellt eine in methodischer und didaktischer Hinsicht gelungene Innovation dar. Daher hofft der Rezensent, einen Beitrag leisten zu können, potentielle Leser auf diesen Band neugierig zu machen. Das "innovative Moment" erkennt offensichtlich auch der Verlag, denn es ist der erste Band zu einer neuen Reihe: "Angewandte Ethik. Marktwirtschaft und Moral".1

Der erste Teil des Buches bildet Ausgangs- und Mittelpunkt: Es ist ein ursprünglich im Cato Journal erschienener Artikel von Jeff R. Clark und Dwight R. Lee mit dem Titel "Markets & Morality",2 der als Original und in einer von Gerhard Engel und Ingo Pies vorgelegten deutschen Übersetzung abgedruckt ist. Der Aufsatz soll auf diesem Wege einem breiteren deutschen Publikum zugänglich gemacht werden, denn er hat für den Herausgeber "das Potential, den Status eines klassischen Textes zu erreichen." (Pies S. 80; ähnlich S. 96). Im zweiten Teil des Bandes unterzieht Pies den Essay einer umfassenden Textanalyse, um Anregungen zur Interpretation zu bieten. Der dritte Teil sind schließlich die schriftlichen Ergebnisse einer interdisziplinär angelegten Tagung; darin wird der Aufsatz von verschiedenen Teilnehmern aus unterschiedlichen Perspektiven in elf Kommentaren gewürdigt. Im Ausblick (Teil 4) gibt es weiterführende Hinweise auf Artikel der beiden Verfasser sowie zur Vertiefung der Thematik geeignete Literatur anderer Autoren.

Nun, was ist so bemerkenswert an dem Artikel von Clark und Lee? Im Kern geht es den Autoren um die Klärung zwei zentraler Anliegen. Das normative Anliegen ist es, die moralische Qualität einer Marktwirtschaft herauszuarbeiten; das aufklärerische Anliegen sucht nach einer Erklärung dafür, warum trotz seiner unbestreitbaren Vorteile solch massive moralische Vorbehalte breiter Bevölkerungsschichten gegenüber marktwirtschaftlichen Systemen existieren. Aus der Verknüpfung der beiden skizzierten Anliegen ergibt sich die Botschaft des Artikels: Ökonomen haben nicht nur die Aufgabe, erklärungsbedürftige ökonomische Sachverhalte einer positiven Analyse zu unterziehen. Sie sollen sich vielmehr auch in den normativen Diskurs einbringen. Es gilt, bei Knappheitsproblemen Überzeugungsarbeit für marktwirtschaftliche Lösungen zu leisten (CL 2).3 Ökonomen sollen mithin nicht den Nicht-Ökonomen das Feld des moralischen Räsonnements überlassen.

Das Fundament, auf dem die Frage nach dem Zusammenhang von Markt und Moral abgehandelt wird, liefern die Ideen des klassischen Liberalismus von Adam Smith und Friedrich August von Hayek. Zum Verständnis des Wirtschaftsgeschehens auf Märkten ist die Smithsche Metapher von der "unsichtbaren Hand" grundlegend; obwohl jeder Einzelne im Marktgeschehen sein Eigeninteresse verfolgen kann, wird er doch durch den Wettbewerb veranlasst, das Gemeinwohl zu verfolgen, auch wenn es nicht in

seiner Absicht liegt (CL 16). Von von Hayek übernehmen die Autoren die Überlegung, dass die Menschen bei Interaktionen in modernen Gesellschaften ständig zwei sehr unterschiedlichen Arten von Regeln folgen: Die Regeln des Mikrokosmos, der kleinen Gruppe, beziehen sich auf das, was Clark und Lee als "Helfermoral" bezeichnen. Sie dokumentiert sich in der (1) beabsichtigten Hilfe (2) für identifizierbare Adressaten, die mit einem (3) persönlichen Opfer des "Helfers" verbunden sind (CL 52, 7). Die Regeln der anonymen Großgesellschaft fußen auf allgemein akzeptierten Verhaltensregeln der "Marktmoral" - "wie etwa 'die Wahrheit sagen', 'Versprechungen einlösen', 'vertragliche Verpflichtungen erfüllen'" etc. (CL 12). Eigeninteressen und Marktmoral substituieren die Helfermoral der Kleingruppe in Marktgesellschaften, in der die Menschen zwar wenig Freunde, aber viele Kooperationspartner finden (CL 15; Pies S. 84). Fürsorge allein genügt hingegen zur Lösung allokativer Probleme in Großgesellschaften nicht, es wäre für den einzelnen Akteur nicht nur unmöglich, sich um viele Menschen in der Großgesellschaft kümmern zu wollen, es fehlt ihnen auch an einer entsprechenden Informationsbasis, wie sie nur das Preissystem liefern kann. (CL 26 f.). Eher schadet eine Helfermoral in wirtschaftlichen Angelegenheiten großer Gruppe sogar, da ihr starker Impetus ineffiziente Marktinterventionen befördert und zur Ausdehnung fragwürdiger Staatsaktivitäten beiträgt. (CL 25; 32).

So offensichtlich für Clark und Lee die Vorteile eines Marktregimes sind, gibt es doch eine "weitverbreitete ethische Sichtweise", "welche die meisten Menschen dazu veranlasst, Märkte als fundamental unmoralisch anzusehen" (CL 3). Dies beruht auf dem vorherrschenden Glauben vieler Menschen, "das Marktverhalten lasse eine moralische Dimension weitgehend vermissen" (CL 17). Sie missbilligen die markttypischen Handlungsmotive, und zwar ganz unabhängig von den dadurch erzielten Marktergebnissen (CL 4). Ja, die im Marktprozess verwendeten Mittel verderben den erzielten Zweck (CL 20). Diese weitverbreitete Haltung erklären die Autoren mit der evolutionären Prägung des Menschen, die er in der langen Entwicklungsphase als Jäger und Sammler in Kleingruppen erhielt. Und so wird die in Kleingruppen ausgebildete Helfermoral zum Referenzmaßstab für die Bewertung des Marktverhaltens. Eigennütziges Verhalten gilt daher als minderwertig, ja als verpönt, weil für sie die moralische Absicht zählt, nicht aber die positiven Ergebnisse, die für andere damit verbunden sein können (CL 9).

Beeindruckend ist auch der zweite Teil, in dem Ingo Pies den Text von Clark und Lee auf wissenschaftlich anregende Weise "auslotet" (S. 80 ff.). Er arbeitet in vier Schritten mustergültig heraus, wie sich ein anspruchsvoller Text erschließen lässt. Der erste Schritt dient der Texterfassung, indem jeder Absatz in einem prägnanten Satz zusammengefasst wird; darauf baut er eine Argumentationsstruktur des Textes auf, mit der der rote Faden verdeutlicht wird. Darauf folgt im Schritt drei eine interne Kritik, in dem der Text auf die selbstgesetzten Ansprüche der Autoren (z. B. Konsistenz, logische Folgerichtigkeit, blinde Flecken etc.) hin überprüft wird. Der vierte Schritt befragt auf inhaltlich und methodischer Ebene, ob und inwieweit der Text für zukünftige Problemstellungen Relevanz besitzt.

Ein solcher Grundlagenartikel, der nach der angemessenen Moral in einer Marktwirtschaft fragt, wirft je nach der Perspektive des Betrachters naturgemäß Lücken, problematische Vereinfachungen, fehlende Nuancierungen oder auch Ungereimtheiten auf. Hieraus zieht der dritte Teil des Bandes seine Legitimation. Elf Kommentare sind hier versammelt, "die einzelne Aspekte des Themas kritisch durchleuchten" (Pies S. 6). Es sind fast durchgängig lesenswerte, kurz gehaltene Artikel. So wird - um einige wichtige Themen beispielhaft herauszustellen - thematisiert, ob nicht auch die Helfermoral einem "nutzenorientierten Maximierungskalkül" folgt (Engel S. 100; S. 106) oder ob die Marktmoral als "tendenziell kosmopolitische Fortsetzung der Helfermoral mit anderen Mitteln" interpretiert werden kann (Pies S. 112). Es wird herausgearbeitet, dass interessenbasierte Marktmoral und auf Nächstenliebe fokussierte Helfermoral nicht als strikte Gegensätze gedacht werden dürfen, da die Marktmoral "Injektionen" aus der Helfermoral benötigt (Zintl S. 132). Der Generalverdacht gegen das von Marktakteuren verfolgte Eigeninteresse wird mit Hilfe tugendethischer Überlegungen zu entkräften versucht, indem auf notwendige Tugenden wie Respekt, Wachsamkeit und Vertrauen verwiesen wird, die Voraussetzung für eine Markttransaktion mit der Realisierung beidseitiger Vorteile sind (Fioole S. 158).

Einen "blinden Flecken" macht schließlich M. G. Will aus, der in seinem Beitrag Organisationen als intermediäre Einheiten und "ihren Einfluss auf die Kooperationsbereitschaft von Individuen" analysiert. (S. 218). Allerdings erschließt sich nicht bei allen Kommentaren der spezifische Bezug zu dem zur Diskussion stehende Aufsatz von Clark und Lee, bei manchen ist er doch eher vage (Winning S. 194 ff.; Rennert S. 206 ff.). Hier hätte man sich als Leser zudem eine stärker ordnende beziehungsweise strukturierende Hand gewünscht, so wie sie im zweiten Teil des Buches so überaus deutlich erkennbar ist. Doch soll diese Kritik eher als Verbesserungsvorschlag für weitere Textbände mit ähnlicher Aufgabenstellung verstanden werden denn von der Lektüre dieses überaus bemerkenswerten Buches abhalten.

Fußnoten:

- Inzwischen liegen zwei weitere Bände derselben Reihe vor: "Die moralischen Grenzen des Marktes" und "Die Tugenden des Marktes".
- Ursprünglich erschienen in: Cato Journal, Vol. 31, No. 1, pp. 1- 25.
- Der Text von Clark und Lee (CL) ist vom Herausgeber mit Randnummern versehen, auf die hier in der Rezension verwiesen wird.

Der Rezensent



Bernd Noll

hat nach einem Studium der Rechts- und Volkswirtschaftslehre (1975 bis 1980) von 1981 bis 1985 an der Universität Bayreuth als wissenschaftlicher Mitarbeiter gearbeitet. Nach erfolgreichem Abschluss seiner Dissertation zu einem wettbewerbspolitischen Thema ist er 1986 zur Monopolkommission nach Köln gewechselt, wo er als Mitarbeiter im wissenschaftlichen Stab an der Vorbereitung von wettbewerbspolitischen Gutachten für die Bundesregierung beteiligt war. Seit 1989 ist er Professor für Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftsethik an der Hochschule Pforzheim. Hier liegen seine Arbeitsschwerpunkte in den Bereichen Mikroökonomie und Wettbewerbspolitik sowie Wirtschaftsgeschichte und Wirtschaftsethik. Er veröffentlichte zahlreiche Publikationen und hielt Vorträge, unter anderem zu den Themen Ordnungs- und Wettbewerbspolitik sowie Wirtschaftsethik. Für sein Buch "Wirtschafts- und Unternehmensethik in der Marktwirtschaft" erhielt Bernd Noll 2004 den Max-Weber-Preis des Instituts der deutschen Wirtschaft in Köln.