

Marburger Universitätsreden Nr. 25

„Zur Ethik des Wettbewerbs“

von

**Prof. Dr. Dr. Dr.h.c. Michael Ungethüm,
Stellvertretender Vorsitzender des Vorstands der B. Braun Melsungen AG**

Festvortrag anlässlich der Verleihung des Karl-Winnacker-Preises des Marburger Universitätsbundes an Dr.h.c. Ludwig Georg Braun am 8. Juni 2005

Ich habe in den vergangenen Tagen mit Herrn Braun mehrfach und eingehend über den heutigen Tag gesprochen. Dabei ist mir deutlich geworden, wie sehr Herr Braun durch diese hohe Ehrung bewegt ist und darüber nachhaltige Freude empfindet; denn er fühlt sich der Philipps-Universität Marburg seit jeher besonders verbunden und erfährt die Auszeichnung mit dem Karl-Winnacker-Preis als ganz außerordentliche Würdigung seines unternehmerischen und gesellschaftspolitischen Lebenswerkes; eines Lebenswerkes, in dem nicht nur die Kooperation zwischen universitärer Theorie und industrieller Praxis einen hochrangigen Stellenwert besitzt, sondern die grundsätzliche Orientierung des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Handelns am *Gemeinwohl* immer Richtschnur war und bleiben wird.

Insofern steht er in der Tradition einer über fünf Generationen gewachsenen Unternehmerfamilie, die Innovationskraft, Risikobereitschaft, Weitblick und Tatchristentum mit hoher persönlicher Disziplin, Empathie für den Nächsten und menschlicher Bescheidenheit auch gegen die Strömungen der Zeit zu bewahren wusste.

Da uns eine enge berufliche wie persönliche Weggenossenschaft über fast dreißig Jahre verbindet, in der sich Wegstrecken auf dem Höhenkamm des Erfolgs mit den Mühen der Ebene abwechselten, hat Ludwig Georg Braun mich gebeten, heute an seiner Stelle zu Ihnen zu sprechen. Ich komme dieser Bitte nicht nur als sein Stellvertreter im Vorstandsvorsitz der B. Braun Melsungen AG nach, sondern betrachte es als *nobile officium*, als persönliche Auszeichnung im tiefen Wortsinn, wenn ich Ihnen im Folgenden Überlegungen zur *Ethik des Wettbewerbs* vortragen kann, in denen sich nicht zuletzt auch Gemeinsamkeiten mit dem Denken und Handeln Ihres Preisträgers widerspiegeln.

II

Wir leben in Deutschland *in* einer Marktwirtschaft mit Wettbewerb, wir leben *von* der Marktwirtschaft – und zwar nicht schlecht –, aber in unseren Moralvorstellungen leben wir *gegen* Markt und Wettbewerb: Sie gelten als unsolidarisch und unmoralisch, und viele, auch hochrangige Politiker meinen, nur umfangreiche Sozialleistungen könnten diesen moralischen Defekt einigermaßen reparieren.

Der Grund liegt in folgender Überlegung: Wer in einer Marktwirtschaft mit Wettbewerb moralisch motivierte Mehrleistungen, die etwas kosten, erbringt, der gerät in Wettbewerbsnachteil gegenüber seinen weniger moralischen Konkurrenten und muss langfristig vielleicht sogar aus dem Markt ausscheiden. Wettbewerb und Moral sind, so *scheint* es, in der Marktwirtschaft unverträglich.

Karl Marx hatte die Problematik klar erkannt und daraus die Konsequenz gezogen, Marktwirtschaft und Wettbewerb um der Solidarität willen abzuschaffen. Dieser Versuch ist 1989 ökonomisch und moralisch gescheitert. Doch wie die Meinungsumfragen in Deutschland zeigen, sind mindestens 50 % der Bevölkerung gegen die Marktwirtschaft eingestellt. „Der Wettbewerb hat keine Lobby“, schreibt Wernhard Möschel in der NZZ vom 26./27. März 2005. Widerstand formiert sich in militanten Aktionen von Globalisierungsgegnern.

Wir bekommen eine Heuschreckenkampagne und eine neue Linkspartei, die nach den jüngsten Umfragen über ein Potenzial von 10 % der Wählerstimmen verfügen soll.

Wer will in dieser Situation den Wettbewerb noch verteidigen? Wer will ihn gar noch loben, und zwar loben nicht wegen seiner Effizienz, sondern wegen seiner moralischen Qualität?

Dabei greifen alle die zu kurz, die das Problem einer Ethik des Wettbewerbs für ein ideologisches Problem halten. Es ist vielmehr ein zutiefst theoretisches Problem, auf das auch viele unverdächtige Protagonisten der Marktwirtschaft nur unzureichende Antworten haben. Ich möchte Sie einladen, in der nächsten halben Stunde die Problematik mit mir durchzubuchstabieren.

III

Ich beginne mit einer Kritik von drei Argumenten, die Markt und Wettbewerb ethisch rechtfertigen wollen, die aber unzureichend bleiben.

Verbreitet ist das Argument, der Wettbewerb sei „natürlich“ – in der Welt der Menschen ebenso wie in der Tierwelt –, das müsse man hinnehmen. Dieses Argument ist sehr oberflächlich. Genauso gut könnte man mit Adam Smith sagen, dass Absprachen auf Märkten „zu den üblichen, ja sozusagen natürlichen Dingen im Leben gehören“. Außerdem bleibt die Frage offen, wie man mit denen umgeht, deren „natürliche“ Anlagen im Wettbewerb nicht mithalten können.

Stärker scheint schon das Argument zu sein, die Marktwirtschaft sei das „System der Freiheit“, weil die Einzelnen ihre speziellen Fähigkeiten frei entfalten könnten. Doch auch hier bleibt die Frage unbeantwortet, was mit den Verlierern im Wettbewerb geschehen soll. Darüber hinaus werden sich die Menschen für eine Freiheit, die sie morgen in die Arbeitslosigkeit entlässt, bedanken. Machen wir einmal folgende Rechnung: Wir haben 5 Mio. offizielle Arbeitslose, 9 Mio. reale Arbeitslose; rechnen Sie noch einmal 9 Mio. dazu, die befürchten, arbeitslos zu werden; und rechnen Sie zu diesen 18 Mio. nur je ein weiteres Familienmitglied hinzu, das mit betroffen ist, dann kommen Sie auf 36 Mio. Menschen in Deutschland, die sich durch den Wettbewerb auf dem Arbeitsmarkt und neuerlich besonders durch ausländische Arbeitnehmer in ihrer Existenz bedroht fühlen. Dann sind wir ziemlich genau bei der Prozentzahl, mit der in den Meinungsumfragen die Marktwirtschaft abgelehnt wird.

Ein drittes Argument erklärt den Wettbewerb zu einem „Wert an sich“, weil er „als Ausprägung individueller Handlungsfreiheiten“ zu verstehen sei: so Wernhard Möschel in der NZZ. Wie aber soll etwas ein „Wert an sich“ sein, wenn die betroffenen Menschen diesen „Wert“ mit Mehrheit ablehnen, wie die Umfragen zeigen? Sie wünschen zwar die Freiheit der Wahl bei der Bestimmung ihrer Urlaubsziele, nicht aber die Freiheit der Wahl bei der Entscheidung über ihre Kranken- oder Rentenversicherung: Da wollen die allermeisten ein staatliches System, selbst wenn es ineffizient ist.

Auch diese zwei Argumente, die zur ethischen Rechtfertigung von Markt und Wettbewerb dienen sollen, überzeugen also nicht. Wir kommen nicht umhin, die Ethik des Wettbewerbs genauer unter die Lupe zu nehmen.

IV

Das ethische *Problem* mit dem Wettbewerb liegt im Kern darin begründet, dass es in einzelnen Wettbewerbshandlungen immer „Verlierer“ gibt, Verlierer, die nicht selten in ihrer Existenz bedroht sind – und das nur, weil die „Gewinner“ von Egoismus und Profitgier motiviert sind und, wie man umgangssprachlich sagt, den Hals nicht voll kriegen können. Wenn es um einen Arbeitsplatz, einen Auftrag oder eine Wohnung geht, kann nur einer erfolgreich sein, und die anderen müssen in die Röhre schauen. Wer sich hier moralisch verhält, hat das Nachsehen gegenüber den Konkurrenten.

Von Karl Marx können wir nun lernen, dass dieser – vermeintliche – Mangel an Solidarität nicht auf den verwerflichen Charakter der Unternehmer, auf ihren Egoismus oder ihre Profitgier, zurückzuführen ist, sondern auf das *System des Wettbewerbs*, das in der Marktwirtschaft auch moralische Unternehmer bei Strafe des eigenen Ruins in die Logik zwingt, alles daran zu setzen, die Konkurrenten auszustechen. Deswegen hat Marx das Wettbewerbssystem als Ganzes abschaffen wollen und nicht zu einer moralischen Erziehung der Unternehmer aufgerufen.

Das Problem ist nur, dass Marx die Logik des Wettbewerbs völlig richtig analysiert! Auch ist sie nicht graue Theorie. Vielmehr erfahren wir diese Logik tagtäglich in den Globalisierungsprozessen mit großer Wucht. Täglich verliert Deutschland etwa 1000 Arbeitsplätze an das Ausland. Allenthalben wird nach Schutz vor diesem Wettbewerb gerufen, nach Subventionen, Protektionismus, Entsenderichtlinien und dergleichen mehr; die Argumente sind immer und vorrangig ethischer Natur, wenn man sich zum Beispiel auf die „soziale Gerechtigkeit“ beruft, die andernfalls verletzt werde, u. a. m.

Wie will man dann dem Wettbewerb selbst noch eine ethische Qualität attestieren?

V

Karl Marx hat den Blick von der Motivation der Menschen in den einzelnen Wettbewerbs-handlungen weg auf das Wettbewerbssystem und seine Imperative hin gerichtet. Damit ist eine wichtige Unterscheidung gewonnen, die es uns jetzt erlaubt, folgende Frage zu stellen: Wenn es bei der *einzelnen Wettbewerbshandlung* unvermeidlich „Verlierer“ gibt, könnte es nicht vielleicht bei der Vielzahl wettbewerblicher Handlungen, also beim *System des Wettbewerbs*, ganz anders sein? Diese Frage ist der Schlüssel zur Lösung der Frage nach der Ethik des Wettbewerbs: Das System des Wettbewerbs schafft, um die Formel von Ludwig Erhard zu benutzen, „Wohlstand für alle“, wobei mit „Wohlstand“ immer viel mehr gemeint war als materieller oder gar nur monetärer Wohlstand.

In dem so umfassend verstandenen „Wohlstand für alle“ liegt die ethische Qualität des Wettbewerbs begründet.

Die Marktwirtschaft mit Wettbewerb ist das beste bisher bekannte System zur Verwirklichung der Solidarität aller Menschen unter modernen Bedingungen. „Wettbewerb ist Mittel, aber nicht letzter Zweck“, heißt es 1948 im programmatischen Vorwort des ersten Bandes des Jahrbuchs „Ordo“. Der Wettbewerb hat also einen *instrumentellen Wert*, nicht einen originären. Diese Funktion kann der Wettbewerb aber nur erfüllen, wenn er Regeln unterworfen wird, die – wie beim Fußballspiel – für alle Wettbewerber gleichermaßen gelten und über deren Einhaltung ein Schiedsrichter – hier der Staat, das Kartellamt – wacht. Damit hängt die sittliche Qualität des Wettbewerbs an der Rahmenordnung, die die wettbewerblichen, d. h. vom Eigeninteresse dominierten Handlungen so kanalisiert, dass der „Wohlstand für alle“ herauskommt.

Daher ist auch Gewinnerzielung in der Marktwirtschaft nicht unsittlich, sondern legitim, ja, Gewinnerzielung ist sogar Pflicht, denn es gilt: In der Marktwirtschaft mit Wettbewerb kann bei geeigneter Rahmenordnung nur der Gewinne erzielen, der seinen Mitmenschen etwas zu bieten hat, was diese wünschen und wofür sie Zahlungsbereitschaft zeigen. Markt und Wettbewerb sind unter Bedingungen moderner Großgesellschaften die effizienteste Form der „Caritas“.

VI

Neben einer geeigneten Rahmenordnung, die hier nicht unser Thema ist, bildet *der Wettbewerb das Herzstück der Marktwirtschaft*. Genauer betrachtet, erfüllt er gleichzeitig drei wichtige Funktionen ungleich besser als alle alternativen Ordnungssysteme:

- Der Wettbewerb funktioniert als höchst leistungsfähiges Informationssystem. Dazu benötigt er lediglich Preise: Sie zeigen an, was wo in welcher Dringlichkeit benötigt wird und was nicht. Dies ist die *Informationsfunktion* der Preise, und die ist nur unter Wettbewerbsbedingungen verlässlich zu erfüllen. Wenn in Deutschland über 50 % der Preise keine Wettbewerbspreise mehr sind, legen wir dieses höchst effiziente Informationssystem lahm, und zwar in der Regel aus „sozialen“, also aus vermeintlich ethischen Gründen.
- Der Wettbewerb schafft Anreize für Innovationen und sorgt durch den Druck auf die Konkurrenten für eine schnelle Diffusion dieser Innovationen. Innovationen sorgen für ständige Verbesserungen der Produkte und Dienstleistungen, die schnelle Diffusion sorgt für breiten Massenwohlstand. Dies ist die *Anreizfunktion* des Wettbewerbs.
- Nach der berühmten Formulierung von Franz Böhm, einem der Väter unserer Sozialen Marktwirtschaft, ist der Wettbewerb „das großartigste und genialste Entmachtungsinstrument der Geschichte“. Er lässt zwar Machtpositionen entstehen, sorgt aber zugleich dafür, dass sie immer bedroht bleiben und immer wieder der Erosion unterliegen, indem bessere Lösungsmöglichkeiten entwickelt werden. Der Wettbewerb *untergräbt also Machtpositionen*. Entscheidend ist dabei, dass der Marktzutritt für Newcomer offen gehalten wird.

Dies sind die wesentlichen Funktionen, die der Wettbewerb unter modernen Bedingungen ungleich besser erfüllt als alternative Wirtschaftssysteme. Damit hat das Wettbewerbsprinzip – unter einer geeigneten Rahmenordnung, die immer nachjustiert werden muss – eine *ethische Rechtfertigung* gefunden. Sie gründet letztlich in dem Wohlstand im umfassenden Sinn, den der Wettbewerb für *alle Menschen* hervorbringt.

Das ist die *Idee* von Markt und Wettbewerb. Aber wie sieht die *Realität* aus? Stoßen sich die Kritiker nicht viel mehr an der Realität des Wettbewerbs als an seiner schönen Idee? Bringt der Wettbewerb nicht auch Kosten mit sich?

VII

In der Tat bringt der Wettbewerb *Kosten* mit sich, und die Verfechter des Wettbewerbsprinzips leisten ihrem Ziel einen Bärendienst, wenn sie diese Kosten nicht sehen oder aus propagandistischen Gründen verschweigen zu müssen glauben. Offener Ausweis der Kosten ist unverzichtbar, will man nicht die eigene Glaubwürdigkeit verspielen. Ich will hier nur auf den wichtigsten Punkt eingehen: *Entlassungen und Insolvenzen*.

Manche verschleiern die Sache, wenn sie – in bester Absicht – so argumentieren, dass Entlassungen und Insolvenzen Betriebsunfälle der Marktwirtschaft seien, die eigentlich nicht vorkommen dürften. Es ist genau anders herum: Entlassungen und Insolvenzen, kurz und euphemistisch „Strukturwandel“ genannt, gehören systematisch zur Marktwirtschaft dazu. Wenn dieser Selektionsprozess über den Wettbewerb nicht mehr funktioniert – etwa weil er durch Protektionismus, Subventionen oder überzogenen Kündigungsschutz mit Hilfe der Politik unterbunden wird –, untergräbt man die konstitutiven Bedingungen des „Wohlstands für alle“.

Wenn wir Arbeitnehmer systematisch vor Entlassungen schützen und Bankrotte von Unternehmen politisch vermeiden, um Arbeitsplätze zu sichern, dann geht auf lange Sicht die ganze Volkswirtschaft bankrott: Dies ist die Lehre, die wir aus der Implosion des sozialistischen Wirtschaftssystems 1989 ziehen sollten. Natürlich sind wir in Deutschland davon noch weit entfernt. Aber es lässt sich gut argumentieren, dass die gegenwärtigen Schwierigkeiten nicht auf zuviel Wettbewerb zurückzuführen sind, wie viele meinen, sondern auf zu wenig Wettbewerb. Hier gelten: im Zweifel für den Wettbewerb, und: Wehret den Anfängen.

Um nicht missverstanden zu werden: Das ist kein simples Plädoyer für „Deregulierung“. Jede Deregulierung braucht einen geeigneten Ordnungsrahmen, um „Wohlstand für alle“

zu generieren. Es ist einer komplizierten Rahmenordnungsreform zu verdanken, die viel Arbeit gekostet hat, dass uns heute der Wettbewerb unter den Anbietern so günstige Telefontarife beschert.

Der Wettbewerb in der Marktwirtschaft stellt hohe Anforderungen an Menschen und Unternehmen. Wettbewerb ist kein Zuckerschlecken. Der große österreichische Ökonom Joseph Schumpeter hat die Marktwirtschaft als „Prozess der schöpferischen Zerstörung“ gekennzeichnet. Permanent werden Ressourcen zerstört: Kapital, Wissen, Fähigkeiten, Unternehmen, Arbeitsplätze. Aber es handelt sich um eine „schöpferische“ Zerstörung, eine Zerstörung des Alten, Überkommenen, um Besseres an seine Stelle zu setzen.

Auch sind es nicht die Unternehmen oder ihre Manager, die Arbeitsplätze „vernichten“, wie Boulevardblätter und Fernsehmagazine gern titeln: Es ist der Wettbewerb, der diese höchst stressige Dynamik in der Marktwirtschaft hervorbringt, ohne die wir jedoch nicht zukunftsfähig sind.

VIII

Diese Kosten von Markt und Wettbewerb erinnern uns daran, dass wir mit dem Nachweis des Nutzens *für die Gesellschaft* die Frage nach dem Nutzen *für den Einzelnen* noch nicht beantwortet haben: Was hilft es dem Einzelnen, wenn die Gesellschaft blüht, er selbst aber aufgrund von Armut und Arbeitslosigkeit an dieser Gesellschaft nicht teilnehmen kann? Dies ist eine zutiefst ethische Frage: Es geht um die *Solidarität*. Und noch eine weitere ethische Frage ist offen: Wie steht es mit der *Freiheit*, die doch als herausragendes sittliches Merkmal von Markt und Wettbewerb angesehen wird?

IX

Wenden wir uns zunächst der Frage zu, wo die *Solidarität* im Wettbewerb bleibt. Um diese Frage zu beantworten, verweist man gerne auf den Wohlfahrtsstaat und die *Soziale* Marktwirtschaft. Doch sind auch hier oft Argumente im Spiel, die die Absicht, die *Soziale* Marktwirtschaft ethisch zu verteidigen, direkt konterkarieren.

Da ist zum ersten das Argument, dass der Wohlfahrtsstaat nicht mehr bezahlbar ist und deswegen ein „Abbau“ unvermeidlich sei. Wer so argumentiert, in welcher Variation auch immer, unterstellt implizit, dass die Sozialpolitik als Konsum einzustufen ist, den wir uns in guten Zeiten leisten konnten, unter den verschärften Wettbewerbsbedingungen von EU-Erweiterung und Globalisierung aber nicht mehr leisten können.

Eng damit verbunden ist ein zweites Argument; es stellt eher eine implizite Hintergrundvorstellung dar. Danach soll die Sozialpolitik die Wunden heilen, die Markt und Wettbewerb schlagen, und es werden ethische Gründe wie Mitleid mit den Verlierern des Systems angeführt. Die Argumentation geht bis hoch in die Politik hinauf und tief in die Wissenschaft hinein.

Beide Argumente leisten einer ethischen Begründung der Marktwirtschaft einen Bären-dienst. Denn sie gehen übereinstimmend davon aus, dass das Soziale an der Sozialen Marktwirtschaft eine Kompensation, eine Art Wiedergutmachung für Markt und Wettbewerb darstellen sollen. Damit wird aber genau das Vorurteil gestärkt, gegen das man kämpfen will, nämlich dass Markt und Wettbewerb *als solche* sittlich schlecht sind und dass die ethische Akzeptanz der Marktwirtschaft erst durch das Soziale hergestellt wird. Damit sind von der Theorie her die Schleusen geöffnet für ein unkontrolliertes Ausufer des Sozialstaates und für die fortgesetzte Diskreditierung von Markt und Wettbewerb: Die Meinungsumfragen belegen dies eindrucksvoll.

Bei diesen Hintergrundvorstellungen kann man einen zentralen Gedanken nicht mehr denken, nämlich den, dass der Sozialstaat die Funktion hat, *Markt und Wettbewerb erst richtig in Schwung zu bringen*. In einem Bild gesagt, das wiederum auf Schumpeter zurückgeht: Wenn man beim Autofahren auf die Bremse tritt, fährt das Auto langsamer und kommt vielleicht gar zum Stehen. Aber die Funktion des Bremssystems besteht darin, im Normalbetrieb schneller fahren zu können als ohne Bremsen.

Eine moderne Konzeption von Sozialpolitik muss diese daher nicht als Konsum denken, sondern als eine *Investition in ein besseres Funktionieren von Markt und Wettbewerb*. Allmählich setzt sich diese Auffassung auch in der Politik durch, etwa wenn neuerdings häufiger die Rede ist vom „aktivierenden Sozialstaat“.

Der Sozialstaat lässt sich auffassen als große Versicherung, die jeden Einzelnen ermutigen soll, risikoreicher in Sach- und Humankapital zu investieren, als er das ohne soziale Absicherung tun könnte. Unser Sozialstaat leidet nicht an einem Zuviel, sondern an einem falschen Zuschnitt der Leistungen, die dann zu Fehlanreizen führen. Es geht nicht um die „Kosten“, es geht vielmehr um die Rendite der Sozialleistungen, also der Versicherung, also um die Kosten im Verhältnis zum Ertrag. Es ist noch keinem Verfechter der Marktwirtschaft eingefallen, an der Produktivität von Versicherungen grundsätzlich zu zweifeln; allerdings muss man die dadurch gesetzten Anreize – und die möglichen Fehlanreize – genau im Auge behalten.

Der Sozialstaat dient, richtig zugeschnitten, nicht dazu, die vom Strukturwandel Betroffenen zu entschädigen, sondern dazu, sie in die gesellschaftlichen Interaktionsprozesse zu reintegrieren – gemäß der Devise: Sozial ist, was Arbeit schafft.

X

Nun zu der Frage, was Markt und Wettbewerb mit der *Freiheit* zu tun haben. Das vielfach benutzte Argument, Marktwirtschaft sei das System der Freiheit, klingt angesichts der Millionen, die von Arbeitslosigkeit betroffen oder bedroht sind, und ihrer Angehörigen wie ein Hohn. Diese erfahren auf den Arbeitsmärkten Druck, Konkurrenzdruck und, wenn man so will, Ohnmacht und Zwang. Den Unternehmern geht es auf liberalisierten Märkten nicht anders. Wie bringen wir diese Lebenserfahrung mit unserer Intuition zusammen, dass Marktwirtschaft etwas mit Freiheit zu tun hat?

Wir haben auf Märkten mit Wettbewerb immer *beides zugleich: Druck und Freiheit*. Druck, Konkurrenzdruck, auf derselben Marktseite, unter den Anbietern und unter den Nachfragern, und die Freiheit der Wahl auf der jeweils anderen Marktseite, wo sich die Akteure ihre Anbieter oder Nachfrager auswählen können. *Die Freiheit der Wahl wird durch Konkurrenzdruck auf der Marktgegenseite hervorgebracht*. Auf diese Weise vermehrt sich die Zahl der Optionen. Je größer der Konkurrenzdruck, desto besser und freier die Wahl der Menschen auf der Marktgegenseite. Die Globalisierung hat die Freiheit aller erweitert – durch erhöhten Konkurrenzdruck. Die Beispiele sind Legion: Fotoapparate und Autos aus

Japan, Wein aus Chile, Restauratoren und Erntehelfer aus Polen, Müllmänner aus der Türkei und so weiter.

Unsere Intuition, Marktwirtschaft habe etwas mit Freiheit zu tun, war also nicht ganz falsch, hat aber die Ursache dieser Freiheit, den Konkurrenzdruck auf der jeweiligen Marktgegen-
seite, nicht offen ausgewiesen.

XI

Versuchen wir, die Ernte unserer bisherigen Überlegungen einzubringen.

1. Der Wettbewerb hat eine ethische Qualität, weil er unter Bedingungen moderner Großgesellschaften das beste bisher bekannte Instrument zur Realisierung der Solidarität aller Menschen ist. Oder wie der Münchener Wirtschaftsethiker Karl Homann sagt: „Wettbewerb ist solidarischer als Teilen“.
2. Dass das unmittelbar handlungsleitende Motiv im Wettbewerb das Eigeninteresse ist, stellt kein Gegenargument dar: Es kommt auf die Wirkung des Wettbewerbssystems für die Mitmenschen an, nicht auf das Handlungsmotiv, und die wohltätige Wirkung des Wettbewerbs wird durch eine geeignete Wirtschaftsordnung hervorgebracht.
3. Diese Sicht widerspricht den Intuitionen, die wir aus unserer moralischen Sozialisation mitbringen und die sich um Geschichten wie die vom barmherzigen Samariter und vom heiligen Martin ranken. In diesen Fällen ist auf spontane Einzelhandlungen abgestellt, und dafür auch in Ordnung, nicht aber auf ein System und seine Imperative. In einer Marktwirtschaft würde der heilige Martin heute eine Mantelfabrik errichten und dem Bettler Arbeit geben, damit er – und viele andere (!) – sich die Mäntel kaufen könnten.
4. Kontraintuitive moralische Handlungsanweisungen – etwa einen Konkurrenten in fairem Wettbewerb auszustechen – müssen in ihrer sittlichen Qualität verständlich gemacht werden, weil sonst die Menschen weiterhin besten Wissens und Gewissens Widerstand gegen Markt und Wettbewerb leisten werden. Ethische Argumentation und Aufklärung ist Aufgabe nicht nur des Staates und der Erziehung, sondern auch der Unternehmen – und zwar um ihres eigenen Erfolgs willen, denn in einem antimarktwirtschaftlichen Klima können sie nachhaltig keine

guten Geschäfte machen. Dies scheint der eigentliche Standortnachteil Deutschlands zu sein.

XII

Es bleibt für viele von uns, die christlich sozialisiert worden sind, eine letzte, entscheidende Frage offen: Wie verhält sich eine solche Ethik des Wettbewerbs, die im Neuen Testament undenkbar wäre, zum christlichen Gebot der Nächstenliebe?

Nach dem Tod von Papst Johannes Paul II. hat Nils Goldschmidt in der FAZ vom 16. April 2005 als bedeutenden Meilenstein in der Sozialverkündigung der Katholischen Kirche die Anerkennung der Marktwirtschaft in der Enzyklika „Centesimus Annus“ 1991 herausgestellt.

Aber gleichzeitig moniert er, dass man darin über den Wettbewerb nur wenig erfahren hätte: Hier scheinen weiterhin hohe theoretische Hürden vorzuliegen, den Wettbewerb, der bis zum wirtschaftlichen Bankrott von Konkurrenten führen kann, mit dem christlichen Liebesgebot in Einklang zu bringen. Und auch der ehemalige Kardinal Ratzinger, jetzt Benedikt XVI., scheint hier nur Egoismus und Materialismus und eine „Pathologie der Vernunft“, der innerweltlichen Vernunft, am Werk zu sehen.

Schaut man die abendländisch-christliche Ethik-Tradition genauer an, stellt man überraschender Weise fest, dass weder die Goldene Regel noch das christliche Liebesgebot noch auch der kategorische Imperativ von Immanuel Kant das individuelle Vorteilsstreben als solches moralisch ächten. Die asketische Tradition des Christentums hat verdeckt, dass das christliche Liebesgebot aus guten Gründen nicht lautet: Du sollst deinen Nächsten mehr lieben als dich selbst. Es heißt vielmehr: Du sollst deinen Nächsten lieben *wie dich selbst*.

Das individuelle Vorteilsstreben wird, mit Kant zu sprechen, damit es sittlich ist, lediglich unter eine „einschränkende Bedingung“ gesetzt, nämlich unter die Bedingung, dass vom individuellen Vorteilsstreben die Rechte anderer nicht geschmälert werden, ja, dass von diesem Streben des Einzelnen nach Vorteils- und Gewinnmaximierung *auch die anderen Menschen Vorteile haben*.

Dabei fallen diese Vorteile in Form von Leistungsbeiträgen, guten, preiswerten, innovativen Produkten und Dienstleistungen an, die über den Markt vermittelt werden. Genau dies leistet die Marktwirtschaft durch Wettbewerb unter sittlichen Regeln. Markt und Wettbewerb können daher als institutionalisierte Form des Gebots der Nächstenliebe unter den Bedingungen moderner Großgesellschaften verstanden werden.

Zugleich aber bewahrt uns der christliche Glaube vor der Selbstüberschätzung der vom Menschen gemachten Systeme. Er dient durchaus der Korrektur der „Pathologien der Vernunft“, wie Kardinal Ratzinger es formuliert hat. Wir haben im vergangenen Jahrhundert die furchtbaren Katastrophen von Ideologien erfahren und erlitten, die der Allmachtsanspruch einer von der Transzendenz gelösten Vernunft über die Menschen gebracht hat.

Die menschliche Vernunft ist ein großes Geschenk Gottes, aber der Mensch sollte sich immer der Tatsache bewusst bleiben, dass er „Sünder“ ist. Dies sollte uns in all unserem Bemühen um die rechte Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft demütig machen. Der Mensch allein kann wenig genug aus eigener Kraft. Er kann ohne fremde Hilfe nicht einmal etwas Gutes tun. Immer ist er auf seine Mitmenschen und ihre Hilfe angewiesen. Und er bleibt angewiesen auf die Orientierung, die ihm aus dem Glauben erwächst.

Natürlich muss diese Orientierung immer neu, in ehrlichem und fehlbarem Ringen auf veränderte Situationen angewandt werden, aber auf die orientierende Kraft des Glaubens können auch die moderne Marktwirtschaft und der Wettbewerb nicht verzichten. Oder wie es der französische Philosoph Blaise Pascal im 17. Jahrhundert ausgedrückt hat:

Der Glaube ist ein besserer Ratgeber als die Vernunft.
Die Vernunft hat Grenzen, der Glaube keine.