

25 Jahre Wirtschaftsdenkschrift
"Gemeinwohl und Eigennutz"

- »» Die Soziale Marktwirtschaft weiterdenken
- »» Impulse aus protestantischer Perspektive

Joachim Fetzer

Wettbewerb neu buchstabieren! Soziale Marktwirtschaft im 21. Jahrhundert

1. Wertewandel braucht Zeit
Bad News are Good News
Das Land der Kartelle und die Freiburger Denkschrift
Der siebenjährige Krieg und seine aktuelle Bedeutung
Fazit
2. Das Unbehagen mit dem Wettbewerb
3. Ein wirtschaftsethisches Verständnis des Wettbewerbs
Marktwettbewerb - eine Definition
Der ethische Sinn des Wettbewerbs
Voraussetzungen "jenseits von Angebot und Nachfrage"
4. Management-Kompaß für den Wettbewerb
Wettbewerb in Zeiten der Globalisierung - ein neues Spiel?
Der "Wolf of Wallstreet" muss umdenken
Konstruktive Haltungen im Wettbewerb
Was ist fairer oder unfairer Wettbewerb?
5. Wettbewerb - eine theologische Reflexion zum Wettbewerb
Fluch oder Segen? - eine Frage der Haltung
Bewahrung der (Schöpfungs-)Ordnung?
Nächsten- und Feindesliebe?
Wettbewerbsdilemmata - Die nächste Meile mitgehen?
6. Unternehmergeist für "Wachstum? Wohlstand? Lebensqualität!"

Joachim Fetzer

Wettbewerb neu buchstabieren! Soziale Marktwirtschaft im 21. Jahrhundert

1. Wertewandel braucht Zeit

Bad News are Good News

Wer sich in den Tagesmedien über ein Thema informiert, der stößt vor allem auf die negative Seite. Only bad news are good news. Und in der Tat - ein Strafverfahren wegen Verstößen gegen den Wettbewerb jagt das andere. Man begegnet dabei dem Who is Who der Industrie:

- HeidelbergCement, Schwenk Zement, Dyckerhoff, Lafarge, Readymix: das Zementkartell. Bußgelder in Höhe von 330 Mio. Euro wurden 2009 verhängt.
- Tchibo, Melitta, Dallmayr und KraftFoods: das Kaffeekartell mit Bußgeldern in Höhe von 160 Mio. Euro in 2009. KraftFoods war als Kronzeuge glimpflich davon gekommen.
- ThyssenKrupp, Otis, Schindler und Kone: das Fahrstuhl- und Rolltreppenkartell mit einer EU-Kartellstrafe im Umfang von 990 Mio. Euro.
- Intel: Die EU-Kommission verhängte eine Strafe in Höhe von 1 Mrd. Euro wegen Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung.
- Voestalpine, ThyssenKrupp und Corus: Von den Preis- und Mengenabsprachen des Schienenkartells waren vor allem die Deutsche Bahn und viele Verkehrsbetriebe geschädigt. Unklar ist, inwieweit die Bahn das Kartell sogar gedeckt hat. Denkbar wäre es, schließlich sind die Schienenweginvestitionen vom Bund zu tragen.

Auch Bestechung im Geschäftsverkehr (Siemens) oder Zinsmanipulationen (vielleicht unter Beteiligung der Deutschen Bank) sind

Delikte gegen den Wettbewerb - von den zahlreichen Urteilen wegen Verstößen gegen die Regeln des lautereren Wettbewerbs ganz zu schweigen.

Man könnte meinen, es gäbe eine grandiose Zunahme an Wettbewerbsdelikten. Dafür spricht, dass sich die Zahl der Verfahren wegen Kartellverstößen seit ca. 2000 vervielfacht hat - und damit auch der Umfang der Medienberichterstattungen.

Wird also alles immer schlimmer und sind die Regeln fairen Wettbewerbs heute einem Moral- und Werteverfall ausgesetzt? War früher alles oder wenigstens dieses besser? Diese Schlussfolgerung greift zu kurz. Wer sich die Entwicklung des Wettbewerbs in etwas längerer Perspektive vergegenwärtigt, kann auch zur genau gegenteiligen Schlussfolgerung kommen: In den genannten Verurteilungen und Skandalen erleben wir einen weiteren Schritt in der langsamen und mühevollen Durchsetzung des Wettbewerbs als "Grundgesetz der Sozialen Marktwirtschaft". Insofern sind diese Bad News tatsächlich Good News.

Das Land der Kartelle und die Freiburger Denkschrift

Werfen wir einen Blick zurück: 1890 wurde in den USA der Sherman Act erlassen, der wettbewerbsbeschränkende Absprachen und Monopolisierungspraktiken unter Strafandrohung verbot. Deutschland Ende des 19. Jahrhunderts wurde dagegen als "Land der Kartelle" bezeichnet. Nach dem Wiener Börsenkrach 1873 war die Wirtschaft in eine längere Stagnationsphase übergegangen. In dieser Zeit wurden nicht nur Schutzzölle eingeführt, sondern auch die Zahl der Kartelle stieg rapide an. Der "ruinöse Wettbewerb" sollte gemildert werden. Der sächsische Holzstofffabrikanten-Verband - um ein Beispiel zu nennen - wurde mit dem Zweck gegründet "in Zukunft einen verderblichen Wettbewerb der Fabrikanten untereinander zu verhindern und für ihr Fabrikat einen angemessenen Preis zu erzielen" (o. V. 1957, S. 20). Produktionsquoten und Preise wurden vertraglich festgelegt und für Kartellabweichler wurden Vertragsstrafen vereinbart. Während zeitgleich in den USA wettbewerbsbeschränkende Absprachen schon unter Strafandrohung standen, gab der deutsche Staat vollen Rechtsschutz für Kartelle und machte die Vertragsstrafen

einklagbar. Privatwirtschaftliche Kartellvereinbarungen konnten also mit staatlicher Hilfe durchgesetzt werden.

Ein vorsichtiges aber wirkungsloses Umsteuern begann nach dem ersten Weltkrieg. Aufgrund deutlich verschlechterter Wirtschaftslage und ständig wachsender Zahl der Kartelle kam es zum Erlaß einer "Kartellverordnung" (Verordnung gegen den Mißbrauch wirtschaftlicher Machtstellungen vom 2. November 1923, RGBl 1067). Sie folgte dem "Missbrauchsprinzip": Kartelle blieben erlaubt. Nur für bestimmte Formen des Missbrauchs, die kaum nachweisbar waren, waren Sanktionen vorgesehen. Die Wirkung war unbedeutend. Der Reichsverband der deutschen Industrie verwaltete etwa 1000 Kartelle in Deutschland. Die Herrschaft der Nationalsozialisten führte schließlich sogar zu einem Gesetz zur Errichtung von Zwangskartellen. Nicht das Verbot privatwirtschaftlicher Kartelle war das Ziel, sondern diese als Instrument der Staatswirtschaft zu nutzen.

Ein halbes Jahrhundert der Gewöhnung an das Instrument des Kartells als Ordnungselement der Wirtschaft und scheinbar notwendiges Instrument zur Erzielung "auskömmlicher Preise" verschwand auch 1945 nach einem verlorenen Krieg nicht unmittelbar aus den Köpfen und Institutionen der Gesellschaft und Wirtschaft. Noch ein weiteres halbes Jahrhundert hat es gedauert, bis nun zumindest in Deutschland und Europa Kartelle und andere wettbewerbseinschränkende Praktiken in gehäufte Weise sanktioniert werden und auch damit die öffentliche Missbilligung an Fahrt gewinnt. Dazwischen lag nicht weniger als eine kulturelle Wende in der Wirtschaftsordnungspolitik und nicht zuletzt der sogenannte "siebenjährige Krieg".

Die Grundgedanken dieser Wende wurden von den sogenannten Vätern der Sozialen Marktwirtschaft noch in der Kriegszeit gearbeitet. Eines der wichtigsten Dokumente ist die sogenannte Freiburger Denkschrift, in deren Anlage 4 die Grundgedanken der Sozialen Marktwirtschaft als Wirtschafts- und Werteordnung mit dem Vorrang des Individuums und seiner Verantwortung vor kollektivistischen Tendenzen in immer noch lesenswerter Form dargestellt sind. Eine Rückkehr zu den Verhältnissen vor 1933 oder auch vor 1914 wird entschieden abgelehnt. Am Ende der Denkschrift wird im Blick auf den notwendigen Übergang subsumiert:

- "a) Eine Übergangswirtschaft kann ihre Aufgabe nur erfüllen, wenn klar ist, zu welcher Wirtschaftsordnung sie überleiten soll.
- b) Die Übergangsmaßnahmen sind möglichst einfach zu halten und möglichst kurz zu bemessen.
- c) Voraussetzung für die Ingangsetzung der Wettbewerbsordnung ist eine Währungspolitik, die stabilen Geldwert schafft und dauernd sichert. Die Bereinigung des Geldwesens ist daher vordringlich" (AEU 2015, S. 53).

Der letzte Punkt war Gegenstand der Währungsreform 1948, deren Konsequenz, die D-Mark, im allgemeinen Bewusstsein so eng mit dem Erfolgsmodell Soziale Marktwirtschaft verknüpft ist, dass der Abschied von dieser Währung vielen ein halbes Jahrhundert später äußerst schwer fiel. Für die Klarheit der Wettbewerbsordnung gilt dieses "mission completed" nicht in gleicher Weise und man kann die Geschichte auch so lesen, dass wir heute immer noch im Stadium der "Übergangsmaßnahmen" befangen sind. Nicht immer richtet sich die politische Realität nach den Grundgedanken einer Denkschrift.

Der "siebenjährige Krieg" und seine aktuelle Bedeutung

Auf dem CDU-Parteitag 1950 in Goslar stellte Ludwig Erhard erstmals sein Konzept zu einem kompletten Kartellverbot vor, für ihn das Herzstück seiner Wirtschaftspolitik, welches Leitbild und Grundgesetz der Wirtschaft werden sollte. Die Reaktionen waren vorauszusehen: "Dies sei eine Theorie, die im Sinne der Freiburger Schule die Wirtschaft nicht von der praktischen Seite, sondern als ein gedachtes Modell ansehe und nur im Elfenbeinturm der Wissenschaft Gültigkeit besitze" (o. V. 1957, S. 19f). Dies ist ein heute immer noch beliebtes Argumentationsmuster: Was die Volkswirte da denken, sei doch weltfremdes Modelldenken und graue Theorie. Aber nichts ist so praktisch wie eine gute Theorie.

Da die Alliierten im Potsdamer Abkommen die Auflösung von Kartellen und Monopolunternehmen verfügt hatten und sich das Kartellwesen vom schriftlichen Vertrag zum halblegalen mündlichen "Gentleman's Agreement" verwandelt hatte, kam Erhard auch unter Verdacht, er sei ein "kritikloser Epigone der alliierten Anti-Kartell-Fanatiker". Antiamerikanismus und antimarktwirtschaft-

liches Denken sind historisch gesehen gute Kumpane. Daran hat sich bis heute, z. B. im Blick auf die TTIP-Verhandlungen, nicht viel geändert.

Als 1952 der Erstentwurf des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen vom Wirtschaftsministerium vorgestellt wurde, erklärte der Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI), Fritz Berg, "die neoliberale Konzeption Erhards müsse zum Catch-as-Catch-Can-Wettbewerb und zum Zerfleischen der Unternehmer, insbesondere der mittelständischen Industrie, führen" (o. V. 1957, S. 21).

Die 10 Thesen von Ludwig Erhard neben denjenigen von BDI-Chef Berg könnten mit leichten sprachlichen Überarbeitungen auch heute noch verwendet werden.

Ludwig Erhard (Wirtschaftsminister)	Fritz Berg (Präsident des BDI)
2. Es gibt auf die Dauer keine freie Marktwirtschaft ohne einen freien Leistungswettbewerb. Zum freien Wettbewerb aber gehört die freie Preisbildung.	2. Der völlig freie Marktautomatismus führt oft zu volkswirtschaftlichen Verlusten, die vielleicht unter dem Laissez-faire-Prinzip der Vergangenheit, nicht aber im Zeichen des heutigen Sozialbewußtseins hingenommen werden können.
4. Der freie Unternehmer steht und fällt mit der Marktwirtschaft. Wenn er nicht mehr die volkswirtschaftliche Aufgabe erfüllen will, sich im Wettbewerb zu messen, dann hat die freie Unternehmungswirtschaft keinen Bestand.	4. Siebzig Prozent der Kartelle waren nur Konditionen-Kartelle. Sie dienten der Vereinfachung des Geschäftsverkehrs sowie der Sicherung eines lauterer Wettbewerbes und haben sich für die Volkswirtschaft als nützlich erwiesen.
8. Es ist grotesk, das Recht auf Zusammenschluss mit dem Anspruch auf Freiheit begründen zu wollen. Denn die von den Kartellfreunden geforderte Freiheit dient wiederum zur Unterdrückung und Beseitigung der Freiheit anderer.	8. Der ... Begriff des marktbeherrschenden Unternehmens ist unhaltbar, weil die nach der Alliierten Entflechtung in der Bundesrepublik verbliebenen Großunternehmen nur Zwerggebilde gegenüber ihren ausländischen Konkurrenten sind.

Die Verbände des Handels, des Handwerks und der Deutsche Industrie- und Handelskammertag schlossen sich an. Der politische Beifall kam eher von Seiten der SPD, während der CDU-Wirtschaftsminister Erhard in der eigenen Partei alle Formen des Wi-

derspruchs erleben durfte. Eine Verabschiedung kam in dieser Legislaturperiode nicht zustande und auch in der folgenden Periode dauerte die Schlacht in Ausschüssen und Öffentlichkeit weitere 3 Jahre. Die Kernfrage: Sind *Kartelle zu verbieten* und Preisbindungen (z. B. von Markenfirmen gegenüber dem Handel) für unwirksam zu erklären *oder nur der* wie auch immer nachzuweisende *Missbrauch*? Als klar wurde, dass Erhard vom Verbotsprinzip nicht abzubringen war, verlegte sich die Debatte auf die Frage der Ausnahmegenehmigungen. Der Gesetzesentwurf hatte zunächst drei Ausnahmen für bestimmte Krisen, Rationalisierungs- und Exportsituationen. Am Ende wurden es 14 Ausnahmen, so dass das Gesetz schließlich als "durchlöcherter Kartellgesetz", als "Schweizer Käse" oder "Papiertiger" titulierte wurde. Die bei Verstoß vorgesehenen Ordnungsstrafen wurden in den letzten Verhandlungstagen noch von 1 Mio. DM auf bis zu 100.000 DM abgesenkt. Dann schließlich - vorher war noch die Drohung Erhards gegenüber Bundeskanzler Adenauer, er werde sonst zurücktreten, nötig - am 3. Juli 1957 wurde das Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) endlich verabschiedet - nach siebenjähriger hitziger Debatte.

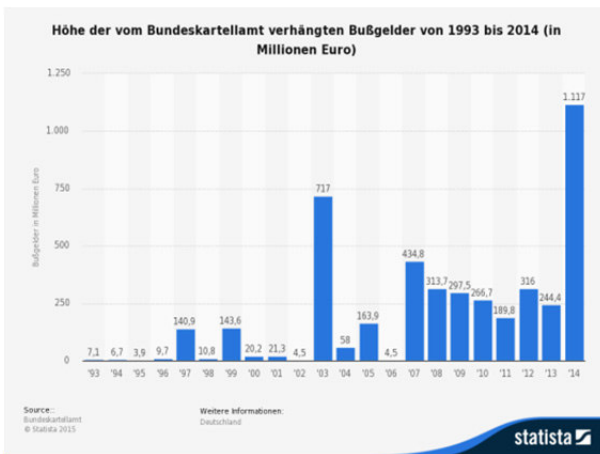
Manche Löcher wurden später gestopft: Die im Erstentwurf des GWB vorgesehene Kontrolle bei Fusionen zu einer marktbeherrschenden Stellung war faktisch gestrichen worden und wurde erst in Novellierungen der 70er Jahre eingeführt. Dabei wurde auch die Monopolkommission gegründet, deren Präsident im Jahr 2016 aus Protest gegen die Ministererlaubnis durch Wirtschaftsminister Gabriel im Fusionsfall Tengelmann/Edeka zurückgetreten ist.

Andere damalige Versäumnisse blieben: Im Erstentwurf des GWB war auch die Auflösung von marktbeherrschenden Gruppen durch das Kartellamt als Möglichkeit vorgesehen gewesen. Sie fand bis heute noch nicht Eingang in die Gesetzgebung.

Manchmal spielt die Geschichte "über Bande": Ludwig Erhard vertraute "auch auf die recht scharf gefaßten Anti-Kartellbestimmungen, die der Vertrag über den gemeinsamen europäischen Markt enthält" (o. V. 1957, S. 23). Die 6. Novelle des GWB im Jahr 1998, welche der Harmonisierung mit dem europäischen Wettbewerbsrecht diente und nach welchem nicht mehr das Ziel der Wettbewerbsbeschränkung nachgewiesen werden muss, son-

dem schon die wettbewerbsbeschränkenden *Folgen* ein Verbot auslösen, hat er nicht mehr erlebt.

Gleiches gilt für die 1996 eingeführte Kronzeugenregelung im EU-Kartellrecht und die Bonusregelung des Kartellamtes aus 2002. Die Kartellbehörden können Teilnehmern eines Kartells die Geldbußen erlassen oder mindern, wenn diese durch ihre Kooperation mit der Behörde dazu beitragen, dass ein Kartell aufgedeckt werden kann. Seit 2012 hat das Bundeskartellamt das anonyme Hinweisgebersystem der Business Keeper AG in Betrieb. Es ist vermutlich kein Phantasiegebilde, die Häufung großer Kartellverfahren in den letzten Jahren mit diesen Maßnahmen in Verbindung zu bringen.



Eine inhaltlich identische Grafik findet sich auf: http://www.bundeskartellamt.de/DE/Kartellverbot/kartellverbot_node.html

Fazit

Noch immer sind wir dabei, den Wettbewerb als Grundgesetz der Sozialen Marktwirtschaft durchzusetzen - schon längst im europäischen Rahmen. Mit den Kronzeugenregelungen und den öffentlichkeitswirksamen Verfahren wird deutlich: Wettbewerbsverstöße sind kein Kavaliersdelikt. Es gibt eine rote Ampel und neuerdings ein Blitzgerät. Dies ist immer bitter für diejenigen, die betroffen sind, weil sie die Errichtung dieser Kamera bzw. die wirksamere Strafverfolgung nicht mitbekommen haben. Im Einzelfall tut es einem leid. Und doch: Es ist ein gutes Zeichen !

Auch heute noch gilt: Unternehmer und ihre Verbände sind nicht automatisch Unterstützer marktwirtschaftlicher Prinzipien. Immer noch und immer wieder neu muss um Akzeptanz für die Grundgedanken der Sozialen Marktwirtschaft geworben werden. Es wird nicht einfach sein, darauf zu achten, dass die fortschreitende globale Vernetzung, die Gleichzeitigkeit von Kooperation und Konkurrenz (Co-Opetition), die Forderung nach mehr Verantwortung der Unternehmen für ihre gesamte Wertschöpfungskette und die Zusammenarbeit im Rahmen von Nachhaltigkeits- und CSR-Engagement diese Entwicklung nicht konterkariert. Wertewandel und Mentalitätswandel braucht manchmal lange, um sich durchzusetzen - Rückschläge eingeschlossen. Das geht nicht von heute auf morgen.

2. Das Unbehagen mit dem Wettbewerb

"Weder in der deutschen Öffentlichkeit noch in den beteiligten Wirtschaftskreisen ist bisher ein lebendiges Gefühl dafür verbreitet, daß wettbewerbsbeschränkende Verträge und Geschäftspraktiken unerlaubt und ethisch verwerflich seien" (o. V. 1957, S. 20), hieß es in der Begründung zum 1952 vorgelegten Entwurf des Kartellgesetzes. Wie weit ist dieses Gefühl heute in der deutschen oder gar globalen Öffentlichkeit und in den beteiligten Wirtschaftskreisen entstanden? Unerlaubt ist es, und die intensivierete Kartellverfolgung spricht sich unter dem Eindruck der zunehmenden Strafen durchaus herum, wie nicht nur der Präsident des Bundeskartellamtes betont (vgl. Mundt 2014). Wettbewerbs-Compliance wird zunehmend Teil der Compliance Management Systeme, um die sich in den letzten 15 Jahren eine ganze - hier nicht zu bewertende - Compliance-Industrie angelagert hat.

Wie steht es aber um die Öffentlichkeit und die - nach wie vor das Bewusstsein prägende - kulturelle und intellektuelle Szene? Gilt hier immer noch der Satz von Franz Böhm, einem der Mitbegründer der Sozialen Marktwirtschaft: "Für die Marktwirtschaft kann man arbeiten, von der Marktwirtschaft kann man leben, mit der Marktwirtschaft kann man Mangel überwinden und Produktivkräfte aktivieren ... aber man kann für die Marktwirtschaft nicht auf die Barrikaden steigen, wenn man sich nicht lächerlich machen will. Für sie ein gutes Wort einzulegen, gehört jedenfalls nicht gerade zum guten Ton in der geistigen Welt" (zitiert nach Noll 2013, S. 229f).

Zur "geistigen Welt" gehören nach wie vor auch Kirchen und christliche Gruppierungen. Ohne Anspruch auf quantitativ-empirische Validität kann man wohl sagen: Zumindest ein Unbehagen mit dem Wettbewerb ist weit verbreitet. Einige typische Argumentationselemente seien genannt, die in religiöser wie nicht-religiöser Terminologie das kulturelle Bewusstsein prägen oder mindestens beeinflussen.¹

1) Sprache, Mentalität und Haltung

"Wettbewerb ist Krieg - vorerst ohne Tote." So ist ein fiktives Streitgespräch aus dem Berliner Arbeitskreis Ökonomie und Kirche überschrieben (Schirmer 2010), welches durch zahlreiche weitere Klagen über den Kampf der Egoisten, über militaristische Sprache in Unternehmen, über strategische Aufstellungen und wirtschaftliche Truppen ergänzt werden könnte. Konkurrenz und Kooperation gelten schnell als Gegensätze und ein friedliches Zusammenleben sollte doch von Kooperation und nicht vom "Survival of the fittest" gekennzeichnet sein. Wettbewerb und Konkurrenz gelten als Haltung, zu welcher im ökonomischen Wettbewerb jeder gezwungen wird und die im Widerspruch zu Werten wie Freundlichkeit, Zuwendung, wechselseitiger Sorge stehen. In dieser Sicht stehen Konkurrenz und Wettbewerb im Gegensatz zu Nächstenliebe, Achtsamkeit und gemeinschaftsorientierter Moral.

Tatsächlich beginnt auch Christoph Lütge seine Ethik des Wettbewerbs mit dem Heraklit zugeschriebenen Zitat "Der Krieg ist der Vater aller Dinge" (Lütge 2014, S. 7), um daran anzuschließen, dass es beim mit Krieg übersetzten Wort "polemos" eher auch um Widerstreit und Wettstreit, also um Wettbewerb gehen könnte. Kein einladender Auftakt für friedliebende Gemüter! Der Gründer der auch in kirchlichen Kreisen zunehmend populären Gemeinwohl-Ökonomie Christian Felber sagt: "Wettbewerb ist eine Haltung mit

¹ Erst 2014 haben sich Homann/Gruber erneut mit der Marktwirtschaft und ihren intellektuellen Kritikern auseinander gesetzt und gehen von der These aus, dass grundlegende Kritik an der Marktwirtschaft unter den Intellektuellen signifikant weiter verbreitet ist als in allen anderen Gruppierungen der Gesellschaft einschließlich der Gewerkschaften (vgl. Homann/Gruber 2014, S. 6). Auch Christoph Lütge setzt sich in seiner ebenfalls 2014 erschienenen "Ethik des Wettbewerbs" mit Kritikern und v. a. Kritikpunkten auseinander. Dies sei hier mit Blick auf spezifisch christlich-religiöse Argumentationsmuster ergänzt.

dem Ziel, besser zu sein als Du. Wenn ich erfolgreich bin, bist Du es nicht. Wenn Du gewinnst, verliere ich. Je schärfer der Wettbewerb, um so heftiger arbeiten wir gegeneinander und um so schlechter geht es uns dadurch. Die Menschen sind viel stärker motiviert, wenn sie kooperativ arbeiten" (Felber 2016, S. 46).

2) Fixed-Pie-Annahme und Status Quo-Orientierung

Im vorigen Zitat kommt schon die weit verbreitete Fixed-Pie-Annahme zum Ausdruck: Ein Kuchen festgelegter Größe wird verteilt und was der eine mehr gewinnt fehlt einem anderen. Hinzu kommt - wie zahlreiche Studien gezeigt haben - die Annahme, dass der jeweilige Status Quo von vielen Menschen als bewahrenswert eingestuft wird (vgl. Fetchenhauer/Enste/Köneke 2010).

Auf grundsätzlicher philosophischer Ebene steht die Vorstellung vom ständigen Wandel, wie sie in Heraklits "panta rei" - "alles fließt" zum Ausdruck kommt, in tiefem Gegensatz zur Orientierung an ewigen Werten, an der Einheit des Seins und am überzeitlich Göttlichen oder auch im Gegensatz zur Sehnsucht nach einer beständigen Ordnung, nach Beheimatung in einem stabilen und vertrauenswürdigen Umfeld. Demgegenüber kann das Neue, das Fremde als bedrohlich und Angst auslösend wahrgenommen werden.

3) Wettbewerb als Sündenbock (und Allheilmittel)

"Die verheerenden Verwüstungen unserer natürlichen, sozialen und kulturellen Lebensgrundlagen, die der Wettbewerb in der Marktwirtschaft angerichtet hat, sind ... nicht ... ethisch zu rechtfertigen" (Hoffmann 2010, S. 1). Interessant an diesem Zitat eines katholischen Theologen ist nicht nur die Wahrnehmung verheerender *Verwüstungen*, sondern vor allem die scheinbar unbestreitbare Verursachung *durch den Wettbewerb*. Allerdings wurden zumindest in den 90er Jahren nicht selten der Markt oder der Wettbewerb oder die Marktkräfte mehr oder minder als Allheilmittel aller Probleme angepriesen. So darf es nicht verwundern, wenn auch viele Übel der Welt diesem Mechanismus zugeschrieben werden.

Dass häufig Wettbewerb und Marktwirtschaft, Kapitalismus und Ökonomismus im gleichen Atemzug genannt werden (vgl. auch Lütge 2014, S. 21-27), trägt ebenfalls nicht zur Präzisierung der Debatte bei. Nur mit hinreichend theoretisch gestützter Argumentation lässt sich schließlich klären, ob soziale Verwerfungen und globale Ungleichheiten, lokale Umweltzerstörung und globaler Klimawandel trotz, wegen oder unabhängig vom Wettbewerb entstehen oder bestehen.² Daher ist zunächst ein genaueres Verständnis von Wettbewerb, seinen Funktionen und aktuellen Herausforderungen zu gewinnen (Kap. 3f), bevor auf dieses Unbehagen mit einer theologischen Reflexion eingegangen werden kann (Kap. 5).

3. Ein wirtschaftsethisches Verständnis des Wettbewerbs

Marktwettbewerb - eine Definition

Wettbewerb gibt es nicht nur in der Wirtschaft. Aber nicht jede Auseinandersetzung ist ein Wettbewerb. Wettbewerb ist der "Zustand eines Konkurrenzstrebens mehrerer Akteure, eines Konkurrenzstrebens, das aber ... nicht naturwüchsig ist und sich nicht von selbst aufrechterhalten kann. Wettbewerb ... ist vielmehr eine Situation, die sich nur aufgrund von Regeln stabilisiert." (Lütge 2014, S. 11). Wettbewerb ist also ein "höchst artifizielles Gebilde" (ebd.), dessen formelle oder informelle Regeln die spezifische Form des Wettbewerbs prägen.

Marktwettbewerb wiederum - und das ist hier das Thema - ist eine ökonomisch-technische Umsetzung und Implementierung des Wettbewerbsgedankens in der Wirtschaft. Auch dieser ist nicht zu denken, nicht zu beschreiben und nicht sinnvoll zu kritisieren, ohne dessen Funktionsweise, seinen gesellschaftlichen Sinn und Zweck als auch dessen formelle und informelle Regeln oder deren mögliche Defizite zumindest grob in Augenschein zu nehmen.

² Die in 2015 erschienene und viel beachtete Umwelt- und Armutszyklika *Laudato Si* von Papst Franziskus entfaltet die Klage über alle Missstände dieser Welt in eindrucksvoller Weise. Allerdings: Als menschliche Wurzel der Krise (Papst Franziskus 2015, Ziff. 101-136) identifiziert Franziskus *nicht* den Wettbewerb, sondern eine eindimensionale technokratische Denkweise, die *gleichmaßen* in Markt- wie in Planwirtschaft ihre unheilvollen Wirkungen zeitigen kann (Ziff. 195).

Der ethische Sinn des Wettbewerbs

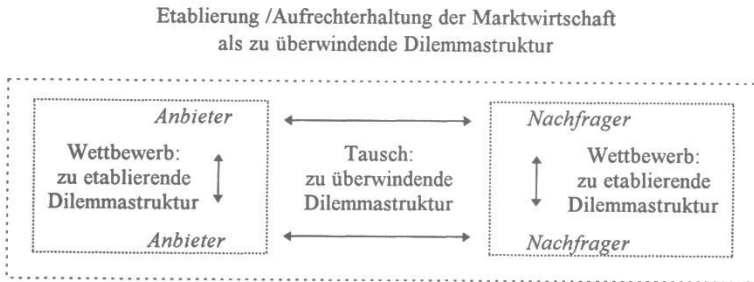
Die Diskussion über die moralischen Grundlagen des Wettbewerbs wurde in der deutschsprachigen Wirtschaftsethik der 1980er und noch 1990er Jahre intensiv geführt.³ Im Wesentlichen haben sich folgende Argumentationen herauskristallisiert (vgl. exemplarisch Noll 2013, S. 229-252; Suchanek 2001, S. 78-86; Herfeld 2001, S. 300-305 oder ausführlich Rich 1984/1990), von denen die erste die unbekannteste und die letzte die wichtigste ist:

1) Wettbewerb dient der Kooperation beim Tausch

Grundelement der Marktwirtschaft ist der Tausch. "Marktwirtschaftlicher Wettbewerb ist ... ein Wettbewerb um potentielle Tauschpartner" (Herfeld 2001, S. 301) und dient der Überwindung der Dilemmastruktur, die in jedem Tausch vorhanden ist. Dieses Dilemma besteht darin, dass der Anbieter immer einen Anreiz hat, eher eine geringere oder minderwertigere Leistung zu bieten oder einen höheren Preis zu verlangen. Der Nachfrager hat im Normalfall das umgekehrte Interesse an einem niedrigeren Preis oder einer höherwertigeren Leistung. Damit besteht die Gefahr, dass die Kooperation, die eigentlich zum wechselseitigen Vorteil sein könnte, entweder nicht zustande kommt oder eine Seite übervorteilt wird. Die jahrhundertealte Suche nach Kriterien für einen "gerechten Preis" wird in der Wettbewerbswirtschaft durch ein Verfahren ersetzt, in welchem auf jeder Marktseite mehrere Tauschpartner zur Verfügung stehen sollen. Die künstliche Etablierung von Wettbewerb auf beiden Marktseiten ermöglicht jedem die Abwanderung zu einem besseren Angebot, wenn ein solches existiert. Damit entsteht für jede Seite der Anreiz, sich die Interessen

³ Sie findet heute häufig nur noch eine kurze und kursorische Erwähnung. Dies mag einerseits daran liegen, dass deren ausführliche Wiederholung im Innovationswettbewerb des Wissenschaftsbetriebes keine Lorbeeren mehr verspricht. Das wäre zumindest in Schulen und Hochschulen genauso sträflich wie die Vernachlässigung der Grundrechenarten, nur weil diese hinreichend erforscht seien. Ein anderer Grund könnte der Wegfall der Systemfrage in den 90er Jahren sein: Ein System welches scheinbar am Ende der Geschichte ubiquitär zu werden verspricht, bedarf wegen seines Erfolges keiner moralischen Rechtfertigung mehr. Dies könnte sich als grandioser Irrtum erweisen, weil die Erosion einer Gesellschaftsordnung vielleicht doch eher von innen her, denn von außen her geschieht.

des potentiellen Tauschpartners zu eigen zu machen und damit das Dilemma der Tauschinteraktion zu überwinden.



Quelle: Homann/Suchanek 2000, S. 244.

Wenn auf einer Seite des potentiellen Tausches nur ein Tauschpartner zur Verfügung steht, spricht man von einem Monopol. Die Abwanderungsmöglichkeit der Gegenseite wird unterbunden – zum Nachteil des Kooperationspartners. Daher ist der Wettbewerb auf jeder Marktseite eine künstlich zu etablierende Dilemmasituation. Wettbewerb steht als Instrument im Dienste der Tauschkooperation.

2) Disziplinierung zur Leistung

Diese eher jüngere Interpretation enthält schon Teile eines traditionelleren Arguments: Wettbewerb zwingt und diszipliniert zur Leistung für andere, unabhängig vom Grad des persönlichen Altruismus. Daher ist die Wettbewerbswirtschaft im Normalfall besser in der Lage, die Bedürfnisse der Menschen als Verbraucher zu erfüllen.

3) Sachgerecht: Preise als Kommunikationsmedium

Zu den moralischen Kriterien einer Wirtschaftsordnung gehört nicht nur, dass diese menschengerecht, sondern auch sachgerecht zu sein hat (vgl. Rich 1984/1990). Wettbewerb ist ein Informationssystem und benötigt dazu vor allem Preise: Sie zeigen an, was wo wie dringend benötigt wird. Diese Informationsfunktion der Preise ist nur unter Wettbewerbsbedingungen verlässlich zu

erfüllen. Unter dieser Voraussetzung dienen Preise der dezentralen Steuerung und als Feedbackinstrument für Unternehmensverantwortung (Fetzer 2004, S. 184-187).

4) Triebfeder des Wandels

Wettbewerb, der offen ist für neue Wettbewerber, motiviert zur Kreativität und Innovation und ist ein Entdeckungsverfahren für neue Produkte, Dienstleistungen, Ideen und Technologien. Jede neue Idee ist zunächst ein Monopol und verspricht damit einen Pioniergewinn. Aber noch wichtiger ist die Wirkung auf die Wettbewerber. Durch den Druck auf die Konkurrenten sorgt Wettbewerb für die rasche Diffusion von Innovationen im Markt. Die Bewertung dieser Funktion hängt natürlich davon ab, ob Kreativität und Innovation als positive Aspekte des menschlichen Lebens aufgefasst werden. Dabei geht es jedoch nicht um die jeweils konkrete Produktidee. Viele neue Ideen werden im Wettbewerb getestet und verworfen. Aber die grundsätzliche ständige Veränderung, das ständige Suchen nach neuen oder auch alten und vergessenen, jedenfalls besseren Lösungen ist wesentlicher Teil der Wettbewerbslogik.

5) Kontrolle von Machtpositionen

Die Kontrolle von Machtpositionen ist schon angesprochen worden. Ergänzt sei die berühmte Formulierung von Franz Böhm, einem der Väter der Sozialen Marktwirtschaft, wonach der Wettbewerb "das großartigste und genialste Entmachtungsinstrument der Geschichte" (F. Böhm, 1961, S. 22) ist. Machtpositionen von Anbietern oder Nachfragern entstehen zwar immer neu, bleiben aber durch den Wettbewerb bedroht und unterliegen wieder der Erosion. Voraussetzung ist allerdings, dass der Marktzutritt für Newcomer immer wieder offen gehalten oder geöffnet wird. Vermeintlich selbstverständliche Privilegien werden immer wieder geschleift, wie bei der Integration in größere Marktzusammenhänge häufig schmerzlich empfunden wird.

6) Wettbewerb und Menschenwürde

In vielen - auch kirchlichen Texten - wird immer wieder zugestanden, dass Wettbewerb in der Sozialen Marktwirtschaft sinnvoll sei, um Wohlstand zu schaffen und damit die Voraussetzungen für soziale Verteilung zu legen. Diese Argumentation unterminiert allerdings eine angemessene Würdigung des Wettbewerbs. Der moralische Sinn käme danach erst durch die soziale Verteilung und nicht durch den Wettbewerb selbst in die Soziale Marktwirtschaft. Diese Argumentation ist auch ein Eigentor der Verteidiger der Marktwirtschaft (Homann/Gruber 2015, S. 34-41), welches allerdings schon auf Ludwig Erhard und Alfred Müller-Armack zurückgeht (Noll 2010, S. 261f).

Die entscheidende moralische Grundlage einer Wettbewerbsordnung ist die Ermöglichung eines Lebens in Würde und Selbstbestimmung. Menschliche Würde ist ohne Freiheit und ein gewisses Maß an Wohlstand schwer denkbar. Aber Freiheit ist nicht einfach Unabhängigkeit und Willkür und Wohlstand kein Selbstzweck. Zumindest im christlichen Verständnis gehört zur Freiheit immer auch die Anerkennung und verantwortliche Gestaltung von fundamentaler Abhängigkeit (Vogel 2006, S. 28). Was aber bedeutet dies - übersetzt in Fragen der Wirtschaftsordnung? Die Freiheit des Einen muss mit der Freiheit des Anderen koordiniert werden und zwar so, dass einseitige Abhängigkeitsbeziehungen so weit als möglich vermieden werden. Es war vor allem Walter Eucken, der herausgearbeitet hat, dass Markt nicht gleich Markt ist. Es gibt verschiedene Marktformen und nur manche davon sind geeignet, Wohlstand, Freiheit und Selbstbestimmung gleichzeitig zu fördern und einseitige Abhängigkeitsbeziehungen zu minimieren. Nur eine "Wettbewerbsordnung, in der potentiell unendlich viele Anbieter und Nachfrager auf den jeweiligen Märkten miteinander konkurrieren und kooperieren, (ist) in der Lage, die Freiheit des Menschen dauerhaft zu gewährleisten. Diese Ordnung orientiert sich an der Marktform der vollständigen Konkurrenz: Weder Anbieter noch Nachfrager verfügen dann über die Macht, die Freiheit des jeweils Anderen wirksam einzuschränken." (Müller 1998, S. 103)

Dies ist der oft vergessene Grundgedanke: Ein privates Monopol macht genauso abhängig wie ein staatliches Monopol. Erst der Wettbewerb ermöglicht die freiheitliche Gestaltung wechselseiti-

ger Abhängigkeit, die zur *conditio humana* zumindest nach christlichem Verständnis unabdingbar hinzugehört. Insofern ist der Wettbewerb ein Ausdruck eines qualitativen Freiheitsverständnisses und Ausdruck der Menschenwürde.

Nota bene: Der Zweck des Wettbewerbs ist nicht einfach individuelle Freiheit. Dieses Argumentationsmuster ist ebenfalls als Eigentor der Verfechter der Marktwirtschaft zu bezeichnen (Hermann/Gruber 2015, S. 36f). Im Gegenteil: Die "Peitsche des Wettbewerbs" hat dafür zu sorgen, dass auch unternehmerische Freiheit gleichzeitig dem Wohle der Allgemeinheit dient.

Fazit

Der Zweck des Systems Wettbewerb ist die Stabilisierung von Kooperationen von Tauschpartnern - aber eben die Stabilisierung von Kooperationen in größtmöglicher Freiheit. Der ständige Wechsel von Lieferantenbeziehungen, also die Abwanderung eines Tauschpartners zum anderen, ist kein Selbstzweck. Aber die Möglichkeit des Wechsels auf beiden Seiten ist eine unhintergehbare Voraussetzung für vertrauensvolle Zusammenarbeit mit minimalem Zwang.

Voraussetzungen "jenseits von Angebot und Nachfrage"

Viele der Argumente für eine Wettbewerbsordnung werden scheinbar durch die Realität nicht gedeckt. Nicht jede der unzähligen Kooperationssituationen in der deutschen oder europäischen, geschweige denn globalen Wirtschaft entspricht diesem Idealbild des Wettbewerbs.

Ein Grund dafür ist eigentlich selbstverständlich: Keine Realität entspricht jemals dem Ideal, das anzustreben sich trotzdem lohnt. Daher ist der Hinweis auf die angeblich so abweichende Realität des globalen Kapitalismus mit seinen vielfältigen einseitigen Machtbeziehungen ein rhetorischer Taschenspielertrick, wie umgekehrt auch der stete Hinweis auf das vorläufig geschichtliche Scheitern des real existiert habenden Sozialismus der Diskussion über die Grundlinien guter Gesellschaftsordnungen nicht angemessen ist.

Ob allerdings die oft beklagte angebliche Zusammenballung von Macht in internationalen Konzernen wirklich am Wettbewerb oder vielleicht an zu geringer Durchsetzung von Wettbewerb besteht, wäre im Einzelfall erst zu untersuchen. Analog wäre zu fragen, ob es wirklich der Wettbewerb ist, welcher besseren Klima- und Umweltschutz behindert, selbst wenn man vom Wettbewerb allein nicht die Lösung aller umweltpolitischen Herausforderungen erwartet, wie es bei Lütge (2016) durchscheinen mag.

Der andere Grund für das Abweichen der Realität liegt darin, dass - zumindest nach ordoliberalem Verständnis - Wettbewerb und Marktwettbewerb eben artifizielle Gebilde sind und Voraussetzungen haben, die nicht vom Wettbewerb selber geschaffen werden. Folgende Voraussetzungen sind mindestens zu nennen:

- Eigentumsrechtsordnung: Wer tauschen will, muss etwas zu tauschen haben. Private, handelbare Verfügungsrechte sind Voraussetzung für Tauschprozesse.
- Haftungsregeln zur Klärung und Sicherstellung der Verantwortlichkeit im Falle des Auftretens von Schadensfällen.
- Umweltordnung und Umweltgesetzgebung hat es mit beidem zu tun: Bei vielen Umweltthemen geht es um die Beeinträchtigung von Kollektivgütern oder um Clubgüter in anderem Besitz, aber auch um Haftungsfragen.
- Vertragsordnung: Was nützt eine Tauschvereinbarung, wenn sie am Folgetag nicht gilt? Ohne Sicherung der Vertragsfreiheit und Institutionen zur Durchsetzung von Verträgen hängt der Nutzen für die jeweils andere Vertragsseite vom Wohlwollen des Akteurs ab. Ohne Durchsetzbarkeit von Verträgen wird Vertrauen extrem beansprucht.
- Sozialer Rechtsschutz: Gemeint sind hier nicht sozialstaatliche Leistungen oder Rechtsschutzversicherungen, sondern die vielen Einschränkungen der Vertragsfreiheit mit dem Ziel, ungleiche Partner beim Vertragsschluss vor Risiken zu bewahren, die sie selber nicht absehen können. Das Arbeitsrecht oder auch das Mietrecht bieten hierfür hinreichend Anschauungsmaterial, über dessen Sinnhaftigkeit und Notwendigkeit im Einzelnen

man streiten mag. Aber kaum jemand bestreitet, dass eine freie Zustimmung der Tauschpartner bei unterschiedlichen Verständnissvoraussetzungen komplexer Verträge nicht immer gegeben und erst ermöglicht werden muss. Ob dafür mehr Verbraucherschutz oder mehr wirtschaftliche Bildung das probatere Mittel ist, steht auf einem anderen Blatt.

- Geldordnung: Das Geld trägt als Tauschmittel und als Wertmaßstab wesentlich dazu bei, die Transaktionskosten dezentral koordinierter Wirtschaftsaktivitäten drastisch zu senken. Ohne seine Existenz sind preisbildende Märkte schwer denkbar. Und abschließend am wichtigsten:
- Eine Wettbewerbsordnung, welche den erwünschten Wettbewerb erst sicher stellt. Die Reduzierung einseitiger Macht ist ohne Wahlmöglichkeiten auf beiden Marktseiten immer wieder eingeschränkt.

Strittig blieb in der wirtschaftsethischen Diskussion der 80er und 90er Jahre: Wieviel eigene Moral benötigt der Unternehmer und das Unternehmen? Reicht es nicht aus, wenn die Voraussetzungen für das Funktionieren des Wettbewerbs in der sogenannten Rahmenordnung geschaffen werden? Nach dem Motto "the business of business is business" kann und muss sich der Manager und Unternehmer dann auf seine "eigentliche Aufgabe", die Gewinnmaximierung konzentrieren. So wurde der berühmte Satz, dass der "systematische Ort der Moral in der Rahmenordnung liege" (klassisch: Homann/Blome-Dress, S. 20), häufig missverstanden und bekämpft. Diese umwegreiche Debatte muss hier nicht nachgezeichnet werden. Klar ist inzwischen, dass klare Spielregeln und ihre wirksame Sanktionierung auf der einen und ein gemeinsames Spielverständnis auf der anderen Seite, das heißt formelle und informelle Regeln, sich (im Optimalfall) gegenseitig ergänzen und nicht konterkarieren (vgl. Suchanek / von Broock 2008).

4. Management-Kompass für den Wettbewerb

Wettbewerb in Zeiten der Globalisierung - ein neues Spiel?

Die skizzierten Rechtfertigungslinien des Wettbewerbs in einer Sozialen Marktwirtschaft entstammen zweifellos der Situation einer nationalstaatlich gedachten Wirtschaftsordnung. Der Staat setzt den Rahmen und die Wirtschaftsakteure agieren darin im nutzbringenden Wettbewerb. Diese Zeit ist für viele Wirtschaftsakteure längst vorbei, auch wenn Teile der Öffentlichkeit dies noch nicht sehen können oder wollen. Dies betrifft vor allem die rechtlichen, aber auch mentalitätsmäßigen Voraussetzungen des Marktwettbewerbs, die nicht aus diesem heraus hergestellt werden:

- Eigentumsrechtsordnung? Nicht überall durchgesetzt und manchmal kulturell in unserer Form kaum bekannt. Die Diskussion über "Landgrabbing" - eher ein Thema der kritischen Zivilgesellschaft - hat genauso viel mit diesem Thema zu tun wie der Schutz intellektueller Eigentumsrechte - eher ein Thema der Industrieverbände und Markenunternehmen.
- Haftungsregeln? Umweltordnung? Sozialer Rechtsschutz? Sehr unterschiedlich ausgeprägt, um das mindeste zu sagen. Die Absicherung von Verträgen unterliegt ungleich schwierigeren Bedingungen und nicht überall ist "pacta sunt servanda" Teil des selbstverständlichen kulturellen Erbes.
- Geldordnung? Ist international auch ein komplexes Geflecht der Risikotransformation auf Kapitalmärkten. Die teilweise moralisch skandalisierte Diskussion über sogenannte "Spekulation mit Grundnahrungsmitteln" hat viel mit dieser zunächst nur Fachleuten verständlichen Funktion unterschiedlicher Kapitalmarktsegmente zu tun (vgl. Prehn / Glauben / Pies et al. 2013).
- Wettbewerbsordnung? Statt einer internationalen Wettbewerbsordnung gibt es verschiedene Wettbewerbskonzepte, die noch um ihre Harmonisierung und/oder Vormachtstellung ringen. Die Verhandlungen über die multilaterale Weiterentwicklung der WTO in der Doha-Runde stagnieren und ob die second-best-Lösung eines europäisch-amerikanischen Wirtschaftsraumes nun das Mittel der Wahl sein soll, ist strittig. Wird bei den Ver-

handlungen in Erinnerung bleiben, dass Marktzugang für alle das eigentliche Ziel und TTIP nur ein Zwischenschritt sein darf? Werden insbesondere die afrikanischen Länder hinreichend Berücksichtigung finden?

Die rechtlichen, politischen und vor allem auch kulturellen Rahmenbedingungen des globalen Marktwettbewerbs sind extrem vielgestaltig. Ist die Beschäftigung mit den Traditionen der Sozialen Marktwirtschaft damit nur noch ein Gegenstand historischer Forschung? Ist ihr Verständnis von Wettbewerb allenfalls noch wichtig für Akteure internationaler Wirtschaftspolitik? Ist sie für anständiges Management und angemessene Managementausbildung irrelevant? Oder ist dies gerade jetzt besonders wichtig?

Bemühen wir folgenden Vergleich: Die Spielregeln des Fußballs sind für das Funktionieren dieses Spieles genauso wichtig wie eine geeignete Infrastruktur: Dazu gehören ein halbwegs ebener Untergrund ohne all zu viele Büsche, eine Markierung für Tore usw. Diese Voraussetzungen werden im allgemeinen nicht von den Spielern während des Spiels geschaffen, sondern sind im Bundesligastadion mit Infrastruktur und Schiedsrichtern schon da. Beim Spiel von Jugendlichen, beim Kicken auf der Wiese am Waldrand, ist die Situation anders: Da werden die Voraussetzungen vor dem Spiel von den Spielern selbst geschaffen und ein paar Begrenzungen als Torpfosten abgelegt. Häufig werden Spielunterbrechungen für Reparaturen an der Tormarkierung und häufig auch für Regeldiskussionen durchgeführt.

Wettbewerb in Deutschland und anderen westlichen Ländern ist eher vergleichbar dem Spiel unter Bedingungen des Bundesligastadions. Die Engstirnigkeit manches Schiedsrichters mag dem einen oder anderen Trainer auch mal zu weit gehen. Im Zweifel ist aber klar, wer sich durchsetzt und man kann sich halbwegs auf die Regeldurchsetzung durch dafür geschaffene Behörden oder privatwirtschaftliche Organisationen verlassen.

In anderen Teilen der Welt, in denen dies nicht in gleicher Weise gewährleistet ist, fühlt man sich eher an das Kicken am Waldrand erinnert. Globales Wirtschaften ähnelt eher dem Kicken am Waldrand denn dem Bundesligaspiel. Das erfordert von den Spielern die Fähigkeit zum schnellen Umschalten zwischen erfolgsorien-

tiertem Wettbewerb und konsensorientierter Gestaltung der Wettbewerbsbedingungen. Diese Fähigkeit kann man bei Kindern gut beobachten: "Spielpause, das Tor ist umgefallen", "Spielpause, das war doch ein Foul". Im Liga-Stadion klärt das der Schiedsrichter und die Spieler bereiten sich auf den nächsten Angriff vor. Am Waldrand müssen die Spieler selber ständig die Rollen wechseln. Geschieht dieser Rollenwechsel nicht - auch das kommt vor -, dann wird aus der Regeldiskussion auch schnell mal ein Faustkampf und die Veranstaltung endet in einer ganz anderen Form als eigentlich vorgesehen.

Im Blick auf unterschiedliche Prägungen durch Kultur oder bisherige Wirtschaftsordnung in manchen Regionen kann man das Bild noch zuspitzen: Stellen wir uns zwei Mannschaften vor, eine Fußball- und eine Baseballmannschaft. Beide kennen die Spielregeln des anderen Spiels bisher nicht. Man schickt sie auf einen Platz mit notdürftig eingezeichnetem Feld und lässt sie aufeinander los. Wahrscheinlich wird dieser Wettkampf ganz besonders oft unterbrochen werden und entweder wird das Spiel beendet (Re-Nationalisierung?), in den Faustkampf übergehen (Militärische Durchsetzung der je eigenen Spielregeln?) oder es wird einen neuen Regelsetzungsprozess im trial-and-error-Verfahren geben. Ob dann am Ende Fußball oder Baseball oder eine Mischung gespielt wird, kann man vorab nicht wissen.

Aber eines erscheint evident: Damit diese Veranstaltung der globalen Weltwirtschaft zu einem Erfolg wird, reicht Spielkompetenz und Motivation nicht aus. Unabdingbar ist hier die Fähigkeit, die eigenen Regeln zu verstehen und erklären zu können, die Regeln des anderen überhaupt als Regeln wahrzunehmen und konstruktiv auf der Suche nach gemeinsamen Spielregeln und Spielverständnissen verarbeiten zu können. Das sind neue Anforderungen an transkulturelles Management, welche nicht zur klassischen betriebswirtschaftlichen Ausbildung gehören (vgl. Wieland 2015).

Die Realität ist kein Lehrbuch. Selbst wenn die Rahmenordnung der systematische Ort der Moral in der Marktwirtschaft ist, so kann der global agierende Unternehmer (Wer ist das inzwischen nicht irgendwie?) nicht warten, bis weltweit die Moral systema-

tisch in den real existierenden oder auch nicht existierenden rechtlichen Rahmenordnungen realisiert ist.

Dies bringt global agierende Unternehmen in eine ungewohnte Rolle. Sie sollen Verantwortung für die Abmilderung des Klimawandels, für nach europäischem Verständnis angemessene Arbeitsbedingungen bei Zulieferern der zweiten, dritten und vierten Stufe, für die Durchsetzung der möglichst umfassend definierten Menschenrechte inklusive Nicht-Diskriminierung und Inklusion jedweder Minderheiten, für Regionalentwicklung und vieles andere mehr übernehmen.

Dafür braucht man einen inneren Kompass, welcher die legitime Erwartung an Mitverantwortung unterscheiden kann von schlichter Erpressung nach dem Motto: "Wir haben hier ein Problem. Unternehmen haben Ressourcen. Sie sollen es lösen, sonst stellen wir sie als verantwortungslose und egoistische Gewinnmaximierer an den Pranger."

Der "Wolf of Wallstreet" muss umdenken

Ohne global funktionierende Voraussetzungen des Wettbewerbs in einer gleichzeitig kommunikativ global vernetzten Welt muss das Management in Unternehmen die moralischen Grundlagen des Handelns im Wettbewerb selber verstehen. Daher nochmals: Marktwettbewerb ist ein Kooperationsprojekt zum Nutzen der Gesellschaft durch die Kooperation in Freiheit mit der anderen Marktseite. Er soll Anreize setzen, dass Unternehmen ihrer spezifischen Aufgabe in der Gesellschaft nachkommen: zielgerichtete Leistungen für die Kunden in effizienter Weise (also ohne Ressourcenverschwendung), fortgesetzte Innovation und faire Verteilung von Risiken nach dem Verursacherprinzip (vgl. Fetzer 2004, S. 180-182).

Wettbewerb ist kein Vernichtungskrieg gegen den Konkurrenten, kein regelloser Kampf aller gegen alle, sondern eine höchst künstliche Veranstaltung mit Regeln - seien diese informell oder gesetzlich festgeschrieben, seien diese durchgesetzt durch wechselseitige Kontrolle oder durch staatliche Kontrolle.

Ist ein solches Verständnis von Wettbewerb als Kooperationsprojekt zum Nutzen des Kunden und der Gesellschaft heute Allgemeingut? Denken unsere Manager so? Denken unsere Vertriebsleute so? Denken unsere Einkäufer so? Denken unsere Produktentwickler so?

Manchmal gewinnt man den Eindruck, dass eher die Haltung von Leonardo DiCaprio im "Wolf of Wallstreet" die Grundlage der Trainings in den Unternehmen ist. Mit einiger Überzeichnung kann man diese - im Grundsatz fragwürdige Haltung - wie folgt skizzieren: Im Wettbewerb gehe es vor allem darum, das Geld des Kunden zu bekommen. Bedauerlicherweise müsse man ihnen dazu etwas bieten, nämlich zumindest ein kurzzeitiges Nutzengefühl im Moment des Vertragsschlusses. Der Nutzen des Kunden nach Vertragsschluss müsse nur in soweit interessieren, als dieser zu späteren Ansprüchen führen kann.

Leonardo DiCaprio als Jordan Belfort in dem Film "Wolf of Wallstreet" verkörpert als beneidenswert charismatischer Verkäufer und dann auch als Motivator seines Teams diesen Geist in eindrucksvoller Weise. "Versprecht Ihnen, was immer sie hören wollen! Nutzt ihre Träume und ihre Gier! Dann geben sie Euch ihr Geld. Nur darauf kommt es an."

Wer mit dieser Einstellung um die Gunst "des Kunden" kämpft, der kann zwischen Leistungswettbewerb und Korruption bald nicht mehr unterscheiden. Wenn der Kunde kein individueller Konsument, sondern z. B. ein Firmenkunde ist, dann mag es ausreichen, demjenigen ein gutes Gefühl zu geben, der als Agent des eigentlichen Kunden die Verhandlungen führt. Ihn sollte man hofieren, einladen und mit diversen Vergünstigungen das "gute Gefühl" geben und wo dann die Grenze zur Bestechung liegt, wird zu einer rein juristischen Frage.

Die Maxime wäre dann: Wir wollen das Geld der Kunden, also geben wir ihnen oder ihren Delegierten ein gutes Gefühl. Die Compliance-Abteilungen im eigenen und im Partnerunternehmen wären in dieser Sicht nur lästige Störenfriede, welche den effizienten Kundenkontakt stören - sofern sie nicht ohnehin ihre Aufgabe schon umdefiniert haben: Externe und für das eigene Wirtschaften störende regulatorische Anforderungen so schlank und

effizient wie möglich zu erfüllen oder zumindest mögliche Straf- und Haftungsrisiken kalkulierbar zu halten. Der Sinn und Zweck regulatorischer Anforderungen (vom Kartell-, Umwelt-, Arbeitsschutz- bis zu Geldwäsche- und Steuerrecht) müsste man genauso wenig verstehen wie den Sinn und Zweck von Wettbewerb und Marktwirtschaft.

Wie weit ist dieses sicher überspitzte Zerrbild in der Wirtschaft verbreitet? Das wäre einer vertieften empirischen Untersuchung wert. Aber wenn dem in einem gewissen Maße so ist - und dafür spricht vieles -, dann kann die Antwort nicht einfach nur eine immer weiter gehende Regulierung sein. Dann ist in Aus-, Fort- und Weiterbildung, in Managementtrainings und Managementberatung auch ein massives Umdenken nötig. Der "Wolf of Wallstreet" ist kein guter Botschafter des marktwirtschaftlichen Wettbewerbs.

Konstruktive Haltungen im Wettbewerb

In jedem sportlichen Wettbewerb ist es vor allem der Schiedsrichter, der auf die Einhaltung der Spielregeln zu achten hat. Aber wenn von den Teilnehmern des Wettkampfes diese Spielregeln entweder nicht verstanden oder im Grundsatz nicht akzeptiert werden, dann ist die Dauerüberforderung jedes Schiedsrichters vorprogrammiert. Übertragen auf die Situation der Wirtschaft im allgemeinen oder einer globalisierten Weltwirtschaft im besonderen mit ihrer relativ schwach ausgeprägten Schiedsrichterfunktion gilt dies umso mehr.

Wie sieht eine konstruktive Haltung der Wettbewerbsteilnehmer aus, die zum gesellschaftlichen und ethischen Sinn einer freiheitlichen Wettbewerbsordnung passt? In folgenden Maximen kann diese zusammengefasst werden:

Unternehmensethische Maximen

Maxime 1 - Wettbewerb als Kooperationsstruktur: Achte den Wettbewerb als gesellschaftliches Kooperationsprojekt und übe Widerspruch, wo immer er als regelloser Kampf aller gegen alle missverstanden wird!

Maxime 2 - Verhältnis zu Mitbewerbern: Rücksichtnahme oder gar Mitleid mit Konkurrenten ist nicht gefordert - aber Respekt, weshalb Konkurrenten mit guten Gründen als Mitbewerber bezeichnet werden.

Maxime 3 - Kundenorientierung: Gekämpft wird nur scheinbar gegen die Wettbewerber. In Wirklichkeit wird "gekämpft" um die bessere Leistung für die Gesellschaft und vor allem für die aktuellen und potenziellen Kunden.

Maxime 4 - Standards und Marktzugang: Fachliche Kooperation auf der gleichen Marktseite mit Mitwettbewerbern ist manchmal nötig. Diese hat mit höchstmöglicher Transparenz zu erfolgen. Stets ist zu fragen, ob sie wirklich an der besseren Lösung für Gesellschaft und Kunden orientiert ist oder mehr der Zementierung eigener Marktmachtpositionen und dem Ausschluss weiterer potenzieller Mitbewerber dient.

Maxime 5 - Mitverantwortung: Politik und Recht können nicht alles. Wirke mit an der Geltung oder an der Etablierung fairen Wettbewerbs!

Was ist fairer oder unfairer Wettbewerb?

Juristen werden an dieser Stelle auf die Vielzahl verschiedener gesetzlicher Regelungen verweisen: neben dem Kartellrecht sicher auch auf das UWG, das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb, aber auch auf die Strafbarkeit von Bestechung im Geschäftsverkehr und vor allem auf eine nicht immer einheitliche Rechtsanwendung auf deutscher und europäischer Ebene. So wichtig diese Hinweise auf die jeweilige Rechtslage auch sind - häufig erhöhen sie die Komplexität und helfen nur begrenzt im internationalen Umfeld mit seinen vielfältigen anderen Jurisdiktionen.

Der Grundgehalt lässt sich aber in zwei abstrakten, dafür aber einfachen und allgemein anwendbaren Thesen zusammenfassen:

1) Unfair ist jedes Verhalten im Wettbewerb, welches (gewollt oder ungewollt) dazu führt, dass der Wettbewerb aufgehoben wird.

Diesem Grundgedanken entspricht das Kartellverbot, die Fusionskontrolle, aber auch das Verbot übermäßiger Quersubventionierungen, die ja scheinbar dem aktuellen Kunden durch günstige Preise nützen.

2) Unfair ist jedes Verhalten im Wettbewerb, welches dem Sinn und Zweck des Wettbewerbs widerspricht.

Der Sinn des Wettbewerbes ist es, Unternehmen Anreize zu geben, ihre eigenen Aufgaben wahrzunehmen (mit Produkten und Dienstleistungen dem Kunden zu nützen, dies effizient zu tun, Innovationen in die Gesellschaft zu tragen und die dabei entstehenden Risiken selbst zu tragen).

Mit diesen Grundsätzen lässt sich in den vielfältigen Themen, welche z. B. von der Wettbewerbszentrale als Selbstkontrollinstitution der Wirtschaft gegen unlauteren Wettbewerb kommuniziert werden, der rote Faden erkennen. Zwischen "rechtssicherer Werbung für Immobilienmakler", der Benennung eines in Rosenheim gebrauten Bieres als "Chiemseer" oder vertikaler Preisbindung bei einem in Apotheken vertriebenen Produkt ist dies sonst nur schwer zu erkennen, bleibt juristisches Spezialwissen und taugt nicht zur Alltagsorientierung.

Auch Themen wie Bestechung und Korruption sind damit im Kern erfasst: Bestechung schädigt den eigentlichen Kunden, selbst wenn dieser dies nicht merken sollte. Korruption lenkt vom Wettbewerb um die bessere Leistung ab zugunsten eines Wettbewerbs um nicht leistungsbezogene Lieferantenbeziehungen (vgl. Noll 2013, S. 147-155).

Wie bei jedem Werkzeug gilt in der komplexen Praxis auch für solche normativen Grundsätze: Der Umgang mit ihnen erfordert einfach ein wenig Übung.

5. Wettbewerb - eine theologische Reflexion zum Wettbewerb

Fluch oder Segen? - eine Frage der Haltung

Wettbewerb ist ein nützliches Instrument der Kooperation in Freiheit. Wie jedes Instrument kann auch dieses schädlich sein und zum Fluch werden, wenn es verabsolutiert wird, wenn es kein Widerlager gibt - jenseits von Angebot und Nachfrage. "Woran Du Dein Herz hängst, das ist Dein Gott oder Abgott," heißt es im kleinen Katechismus. Wer mit aller Macht und ohne Rücksicht auf Verluste, mit dem feindlichen Blick auf den Wettbewerber, im Bewusstsein von Sieg oder Niederlage in den wirtschaftlichen Wettbewerb tritt, der kann als Sieger zum Fluch für andere und dem kann in der Angst vor der Niederlage der Wettbewerb zum Fluch werden. Es ist dies immer auch eine Frage der Haltung.

Kann Wettbewerb auch Segen sein? Eine religiöse Überhöhung sollte man vermeiden. Und doch: Wenn der Wettbewerb Anreize schafft, das zu tun, wozu Unternehmen in einer Marktwirtschaft da sind - dem Kunden mit guten Produkten und Dienstleistungen zu nützen, dieses effizient zu tun, auch Innovationen in die Gesellschaft zu tragen und die dabei entstehenden Risiken selber zu tragen - dann kann der Wettbewerb unsere Unternehmen unterstützen, die eigene Trägheit und Selbstbezüglichkeit abzulegen und der Gesellschaft nützlich zu sein. Kürzer gesagt: Wettbewerb ist kein Segen, aber er kann uns helfen, zum Segen für andere zu werden.

Bewahrung der (Schöpfungs-)Ordnung?

Wie ist die dem Wettbewerb inhärente Neigung zur ständigen Veränderung und zur Innovation zu bewerten? Trägt er dazu bei, die guten Ordnungen oder gar die Schöpfungsordnung Gottes in Frage zu stellen? Das Christentum hat beide idealtypischen philosophischen Stränge in sich aufgenommen: Platon mit seinem eher statischen Weltbild und Heraklit mit seinem Bild der ständigen Bewegung.

Die Debatte um die "Bewahrung der Schöpfung" legt ebenso ein eher statisches Bild zugrunde und die aktuelle Enzyklika von Papst

Franziskus mit ihrer "Sorge für die Bewahrung des gemeinsamen Hauses" führt schon im Titel eher den Gedanken des besorgten Bewahrens denn den Modus des verantwortlichen Gestaltens mit sich. Aber die stärker eschatologischen Traditionen sagen gleichzeitig, dass die Welt in ständiger Bewegung ist, begleitet von dem lebendigen Gott, der - die Pointe nicht nur der Prozesstheologie - dabei selber in ständiger Veränderung begriffen ist.

Wer in einem Weltbild lebt, nachdem Gott ein für allemal die Welt so geschaffen hat, wie sie ist (oder wie wir gewohnt sind sie zu sehen) und nach welcher der Mensch diese Welt mit jeder Veränderung nur verschlechtert, der wird ein skeptisches Verhältnis zum Wettbewerb haben. Wer dagegen die Frage stellt "Wie werde ich ein Werkzeug in der erhaltenden und verändernden Hand des lebendigen Gottes auf dem Weg zu einem Ziel, das nicht in unserer Macht steht?", der kann sich sehr wohl auch der Innovationsfunktion des Wettbewerbsgedankens positiv zuwenden.

Wir haben beides in der christlichen Tradition, aber es scheint, dass in den Kirchen aktuell eher die vorsichtigen oder ängstlichen Bewahrer die Oberhand haben. Man kann das verstehen - viele Herausforderungen können Angst machen. Und trotzdem sei daran erinnert: Nicht nur der Hochmut der angemäßigten Weltherrschaft ist eine Sünde, sondern auch die mutlose Trägheit - zuerst die Trägheit im Denken.

Nächsten- und Feindesliebe?

Steht marktwirtschaftlicher Wettbewerb im Gegensatz zur Nächstenliebe oder weniger religiös: zur Solidarität? Vieles spricht dafür. Doch auch hier mag die Rückfrage des Schriftgelehrten sinnvoll sein: "Wer ist denn mein Nächster?" (Lukas 10,29). Sind es diejenigen, mit welchen man ohnehin verbunden ist oder sind es eben diejenigen, über die man bei "den Nächsten" zunächst nicht nachdenkt? Wettbewerb steht ausdrücklich im Widerspruch zur Solidarität und Nächstenliebe mit den Konkurrenten. Aber das ist gewollt und dient wiederum dem eigentlichen Nächsten. In einer Marktwirtschaft verlaufen die Grenzlinien zwischen egoistisch-rücksichtslos und solidarisch-respektvoll anders als in vormoderne[n] Gesellschaften (vgl. Homann 2000). Unter dem vermeintli-

chen Mantel der Solidarität unter Kollegen lassen sich z. B. Preisabsprachen legitimieren, die den Wettbewerb abmildern oder beschränken. Preisabsprachen sind aber keine Branchensolidarität, sondern Regelbruch und Diebstahl mit anderen Mitteln. Nach sorgfältiger Auseinandersetzung mit dem Verhältnis von Konkurrenz und Nächstenliebe kam Johannes Hackmann schon vor Jahren zu dem Schluss: "Wer sich vom Geist der Nächstenliebe leiten lässt, sollte sich um eine Stärkung des Leistungswettbewerbs bemühen. Handlungen, die die Leistungskonkurrenz einschränken, sind grundsätzlich dem Verdacht der Unsittlichkeit auszusetzen" (Hackmann 1994, S. 271). Marktwirtschaftlicher Leistungswettbewerb muss daher heute als Nächstenliebe mit anderen Mitteln angesehen werden - sofern man diese religiösen Termini hier anwenden mag.

Und mit einer sicher vereinfachenden Zuspitzung mag auch der Dialog über die Feindesliebe aus Matthäus 5 wie folgt paraphrasiert sein: Ihr habt gehört und seid es gewohnt, dass gesagt ist: "Du sollst deine Freunde und Kollegen im Unternehmen und in der gleichen Branche, diejenigen mit den gleichen Interessen, lieben und die anderen, mit den gegenlaufenden Interessen, die sollt ihr hassen." Ich aber sage Euch: "Liebet eure Kunden. Die Wettbewerber haben allenfalls Respekt verdient."

Der Blickwechsel, der in dieser Aufforderung steckt - der Blick weg von der naheliegenden Solidarität hin zu denjenigen, die bei der Frage Solidarität oder Konkurrenz gerade ausgeblendet sind - dieser Blickwechsel ist konstitutiv für die jesuanische Botschaft. Häufig sind dies allerdings diejenigen, welche weder Wettbewerber noch Kunden sind und deshalb all zu schnell aus dem Blick geraten. Und so steht es jedem gut an zu fragen: Wie könnten diese Ausgeschlossenen denn von Hilfsbedürftigen zu Kunden werden und auch in materieller Hinsicht teilhaben an der freiheitlichen Kooperation der Gesellschaft?

Wettbewerbsdilemmata - Die nächste Meile mitgehen?

Wettbewerb ist kein Allheilmittel. Das sei hier nochmals wiederholt. Insbesondere wenn die Voraussetzungen fairen Wettbewerbs, die diversen Regeln und deren Durchsetzung fehlen, stellt

sich die Frage: Darf ich mich wehren, wenn andere foul spielen? Darf ich meine Regeln außer Kraft setzen, wenn andere diese Regeln nicht achten oder noch nicht einmal kennen? Entbindet mich das - nach sorgfältiger Prüfung - als unfair zu beurteilende Verhalten anderer von den eigenen Prinzipien?

Es ist eine analoge Frage, die im Blick auf Krieg und Frieden, wehrhafte Demokratie und viele andere Fragen unter der Überschrift "Politik mit der Bergpredigt?" diskutiert wurde. Darf man als Christ Waffen haben oder muss man Pazifist werden? Die Mehrheit der Kirchen hat sich gegen den prinzipiellen Pazifismus entschieden, aber immer gefragt: Wozu werden sie eingesetzt? Um die Voraussetzungen des Friedens zu schaffen oder (nur) um den Gegner zu besiegen? Und so wird man wohl auch hier fragen müssen: Was ist das Ziel? Dient der eigene Regelbruch, das eigene Kartell, die all zu enge Zusammenarbeit auf der einen Marktseite nur dem Ziel, die eigene Machtpositionen zu sichern oder gar selber zum Monopolisten zu werden, oder ist es ein notwendiger Umweg, um den Aufbau einer guten Ordnung zu befördern?

Zum Aufbau guter Ordnungen braucht man Partner und Koalitionen, aber vor allem Zeit. Diese hat man nicht immer in der Entscheidungssituation. Aber auch das ist erst zu prüfen: Entscheidet sich wirklich jetzt und an diesem Auftrag die Zukunft des Unternehmens - und wenn ja: warum eigentlich? Wie ist meine Eigenkapitalquote? Gibt es keinen Ausweg aus dem Dilemma oder sehe ich ihn nur noch nicht? Das sind Fragen für konkrete Analysen und Fallstudien und nicht allgemein beantwortbar. Hilfreiche Methoden gibt es dafür auch.

Doch wenn die Zeit nicht reicht oder es einfach keinen Ausweg aus dem Dilemma gibt? Selber das unfaire Spiel mitspielen oder große Einbußen in Kauf nehmen? Die Backe hinhalten und sich selbst aus dem Markt katapultieren? Die zweite Meile mitgehen?

Die theologische Wirtschaftsethik kann an dieser Stelle nur die Bezüge herstellen zwischen den normativen Traditionen und unternehmens-ethischen Fragen. Sie kann die Situationen neu und anders deuten und den Blick in eine konstruktive Richtung lenken. Wie man in welcher Verantwortungsposition am Ende mit den sperrigen Formulierungen des Jesus von Nazareth in der Berg-

predigt umgeht, das muss nach aller sorgfältigen Reflexion und Diskussion schlicht entschieden werden.

Aber der unternehmerische Alltag besteht nur selten aus diesen extrem zugespitzten Entweder-Oder-Situationen. Dilemmata muss man entscheiden, aber noch viel besser: Rechtzeitig vermeiden!

6. Unternehmergeist für "Wachstum? Wohlstand? Lebensqualität!"

Zwei Begriffe, die sonst häufig in der Diskussion über Marktwettbewerb auftauchen, kamen in dieser Skizze nicht vor: Wohlstand und Wachstum. "Wohlstand für alle" ist der Titel des immer wieder lesenswerten Buches von Ludwig Erhard (1957). Das war in der frühen Bundesrepublik angemessen. Am Ende seiner Amtszeit verhallten Erhards Warnungen vor dem Trugbild ewig wachsenden Wohlstandes ungehört. Nichts ist gegen den Wunsch nach einem Leben in Wohlstand zu sagen. Auch für den globalen Zusammenhang haben die Vereinten Nationen "Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum" in den Katalog der 17 Ziele einer globalen Nachhaltigkeitsagenda aufgenommen - zu recht. Ein ständiges Wachstum des Wohlstandes in jedem Industriesektor, an jedem Arbeitsplatz, in jeder zur Gewohnheit gewordenen privilegierten gesellschaftlichen Situation, wie wir sie zumindest im weltweiten Vergleich in Deutschland haben, gehört jedoch nicht zu den Verheissungen des Wettbewerbs. Wettbewerb als Kooperationsprojekt in Freiheit beinhaltet, dass Wohlstand immer neu durch Dienst für andere erarbeitet werden muss. Anders als es die Mär vom ewigen Wachstum glauben machen will, gehören Wachsen und Schrumpfen, Werden und Vergehen nicht nur zum individuellen Leben, sondern sind durch die häufig unangenehme Innovations- und Entmachtungsfunktion in der Wettbewerbslogik vorgesehen.

Es könnte sein, dass aktuell die Investition in ein globales wettbewerbliches Regelsystem an manchen Punkten Vorrang haben muss vor der kurzfristigen Wohlstandsmehrung oder dem Wohlstandserhalt.

Die Regeln der Welt werden neu gestaltet (Wieland 2015). Europa und seine Unternehmen sollten dabei nicht nur aus Interesse

am Erhalt des eigenen Wohlstandes mitwirken, sondern können in selbstbewusster Bescheidenheit ihre attraktiven europäischen Leitwerte "Freiheit, Würde und Nachhaltigkeit" (Fetzer 2015) in diesen Prozess einbringen.

Diese Aufgabe ist aus vielen Gründen nicht einfach zu vermitteln, weil der bewusste Heraustritt aus dem gewohnten Rahmen schwierig und die Angst vor Positionsverlust ein starker Impulsgeber ist - individuell wie kollektiv. Daher sei nochmals der Vergleich mit der Situation der Wirtschaft in der unmittelbaren Nachkriegsära und der "siebenjährige Krieg" in Erinnerung gerufen. Man wünscht sich in Deutschland und Europa Wirtschaftsminister und Politiker, deren ordnungspolitischer Kompass und deren Mut und Vertrauen demjenigen von Ludwig Erhard gleicht, der sagte: "Wie oft habe ich es in den letzten Jahren erlebt, dass die Leute zu mir gekommen sind - ein Industriezweig nach dem anderen - und beteuerten, sie würden mit Sicherheit zusammenbrechen, falls sie keine Möglichkeit erhalten, Preisvereinbarungen zu treffen. Ich habe ihnen diese Möglichkeit nicht gegeben, aber es haben sich auch nicht die vorausgesagten Zusammenbrüche ereignet. Um meinen Schreibtisch katastrophiert es vom Morgen bis zum Abend aber ich warte immer noch auf die Katastrophe" (o. V. 1957, S. 19). Waren die Herausforderungen damals wirklich so viel kleiner als heute?

Auf der anderen Seite wünscht man sich Unternehmerinnen und Unternehmer, die nicht nur über die Komplexität der unzähligen regulatorischen Anforderungen auf der einen und das mangelnde "level-playing-field" in ökologischer und sozialer Hinsicht im globalen Kontext klagen (so richtig diese Beobachtung natürlich ist!). Gefragt sind Unternehmer und Unternehmerinnen, die ihre eigenen Innovationsmöglichkeiten erkennen und testen. Es gibt davon mehr als manche denken. Der Versuch von VauDe, eine Marke konsequent - von der Produktentwicklung über die global verstreute Lieferkette bis zur Wiederverwertung - am Ziel höchst möglicher ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit auszurichten ("Für (D)eine lebenswerte Welt"), steht stellvertretend für solche Innovationen, und wurde dafür 2016 vom Deutschen Netzwerk Wirtschaftsethik mit dem Preis für Unternehmensethik ausgezeichnet. Ob die damit verbundenen Risiken von dauerhaftem ökonomischem Erfolg gekrönt sein werden, kann niemand wis-

sen. Aber VauDe und Antje von Dewitz als Unternehmerin in zweiter Generation stehen (stellvertretend für viele andere) für einen Unternehmergeist, über den Ludwig Erhard schrieb: "Wenn der Unternehmer nicht mehr die volkswirtschaftliche Aufgabe erfüllen will, sich im freien Wettbewerb zu messen ... dann wird auch die freie Unternehmungswirtschaft nicht mehr lange Bestand haben. Es würde eine allgemeine Verflachung, eine Abwälzung der Verantwortungen Platz greifen; das Streben nach Sicherheit und Stabilität müsste eine Mentalität erzeugen, die mit echtem Unternehmergeist nicht mehr in Einklang zu bringen ist" (Erhard 1964, S. 223). Die neu erkannten Herausforderungen rund um Klimaschutz, globale Ungleichheit, Menschenrechte und Lebensqualität rufen intensiv nach innovativem Unternehmergeist, welcher den Wettbewerb als Instrument der Kooperation für Kunden und Gesellschaft nutzt, statt ihn zu bekämpfen.

Literatur

- AEU (2015): 70 Jahre Denkschrift des Freiburger Bonhoeffer-Kreises, protestantische Ursprungslinien, Wirtschafts- und Sozialordnung, Entstehung und Wirkung, herausgegeben vom Arbeitskreis Evangelischer Unternehmer in Deutschland, Karlsruhe.
- Erhard, Ludwig (1964): Wohlstand für alle, Neuauflage der 8. Auflage von 1964, Köln 2009.
- Böhm, Franz (1961): Demokratie und ökonomische Macht, in: Ders. (Hrsg.): Kartelle und Monopole im modernen Recht, Karlsruhe, S. 18-42.
- Felber, Christian (2016): Interview mit Christian Felber in: Happy Way, Magazin für Glück, Gesundheit und Genuss, Ausgabe 2/2016, S. 44-47.
- Fetchenhauer, Detlef / Enste, Dominik H. / Köneke, Vanessa (2010): Fairness oder Effizienz? Die Sicht ökonomischer Laien und Experten, hg. v. Roman Herzog Institut, München.
- Fetzer, Joachim (2004): Die Verantwortung der Unternehmung. Eine wirtschaftsethische Rekonstruktion, Gütersloh.
- Fetzer, Joachim (2015): Freiheit - Würde - Nachhaltigkeit. Die Wertetrias europäischer Wirtschaftsethik, in: Forum Wirtschaftsethik, Jahresschrift des DNWE, 22. Jg., Berlin 2015, S. 4-6.
- Hackmann, Johannes (1994): Konkurrenz und Nächstenliebe, in: ORDO, Bd. 45, Stuttgart, S. 251-271.
- Herfeld, Matthias (2001): Die Gerechtigkeit der Marktwirtschaft. Eine wirtschaftsethische Analyse der Grundvollzüge moderner Ökonomie, Gütersloh.
- Homann, Karl (2000): Taugt die abendländisch-christliche Ethik noch für das 21. Jahrhundert? Über die Notwendigkeit einer Bedingungsethik in der Moderne, in: Wirtschaft & Wissenschaft, 1/2000, S. 22-33.
- Homann, Karl / Blome-Drees, Franz (1992): Wirtschafts- und Unternehmensethik, Göttingen.
- Homann, Karl / Gruber, Corinna (2014): Die Marktwirtschaft und ihre intellektuellen Kritiker, hg. v. Roman Herzog Institut, München.
- Homann, Karl / Suchanek, Andreas (2000): Ökonomik: Eine Einführung, Tübingen.
- Hoffmann, Johannes (2010): Wettbewerb in der Marktwirtschaft aus der Perspektive theologischer Ethik, Manuskript aus dem Arbeitskreis Ökonomie und Kirche, http://www.oekonomie-und-kirche.de/diskussion/Wettbewerb_VortragHoffmann.pdf (10.02.2016).
- Lütge, Christoph (2014): Ethik des Wettbewerbs. Über Konkurrenz und Moral, München.
- Lütge, Christoph (2016): Umweltethik und Wettbewerb. Dient Mäßigung ökologischen Zwecken?, in: Forum Wirtschaftsethik, Jahresschrift des DNWE, 23. Jg., Berlin 2016, S. 93-98.
- Müller, Eckart (1998): Die Rolle des Staates als Träger des Gemeinwohls in der Konzeption der Sozialen Marktwirtschaft, in: Fetzer, Joachim / Gerlach, Jochen (Hg.): Gemeinwohl - mehr als gut gemeint? Klärungen und Anstöße, Gütersloh, S. 97-108.
- Mundt, Andreas (2014): Die Bedeutung der Wettbewerbs-Compliance - ein Gespräch, in: Compliance Praxis - Service Guide 2014, Köln, S. 12f.
- Noll, Bernd (2013), Wirtschafts- und Unternehmensethik in der Marktwirtschaft, 2. Auflage, Stuttgart.

- Noll, Bernd (2010): Grundriss der Wirtschaftsethik. Von der Stammesmoral zur Ethik der Globalisierung, Stuttgart.
- o. V. (1957): Der siebenjährige Krieg, in DER SPIEGEL 27/1957 vom 3. Juli 1957, S. 17 - 23).
- Papst Franziskus (2015): Enzyklika LAUDATO SI' über die Sorge für das gemeinsame Haus, Verlaubarungen des Apostolischen Stuhls Nr. 202, hrsg. Vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn.
- Prehn, Sören / Glauben, Thomas / Pies, Ingo / Will, Matthias / Loy, Jens-Peter (2013): Betreiben Indexfonds Agrarspekulation? Erläuterungen zum Geschäftsmodell und zum weiteren Forschungsbedarf, in: ORDO - Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft, Band 64, S. 421-441.
- Rich, Arthur (1984/1990): Wirtschaftsethik, Bd. 1 und 2, Gütersloh.
- Schirmer, Dietrich (2010): Wettbewerb ist Krieg - vorerst ohne Tote, Manuskript aus dem Arbeitskreis Ökonomie und Kirche, <http://www.oekonomie-und-kirche.de/diskussion/WettbewerbStreitgesprach.pdf> (10.02.2016).
- Suchanek, Andreas (2001): Ökonomische Ethik, Tübingen 2001.
- Suchanek, Andreas; von Broock, Martin (2008): Wertemanagement und Konsistenz, in: Bertelsmann-Stiftung (Hrsg.): Wertemanagement und Wertschöpfung in Unternehmen. Fallstudien international erfolgreicher Unternehmen, Gütersloh, S.17-54.
- UN (2015): Transformation unserer Welt. Die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung, verabschiedet
- Vogel, Bernhard (2006): Im Zentrum: Menschenwürde, Politisches Handeln aus christlicher Verantwortung. Christliche Ethik als Orientierungshilfe, Eine Veröffentlichung der Konrad-Adenauer-Stiftung e.V., hg. v. Bernhard Vogel, Berlin.
- Wieland, Josef (2015): Die globale Welt justiert herkömmliche Rollenverteilungen neu, in: Jahrbuch globalcompact Deutschland, Münster, S. 18-21.

25 Jahre Wirtschaftsdenkschrift
"Gemeinwohl und Eigennutz"

- ◆ Die Soziale Marktwirtschaft weiterdenken
- ◆ Impulse aus protestantischer Perspektive

Herausgegeben vom
Arbeitskreis Evangelischer Unternehmer in Deutschland e. V. (AEU)
Karlstraße 84 • 76137 Karlsruhe
Tel. 0721/35 23 70 • Fax 0721/35 23 77
info@aeu-online.de • www.aeu-online.de.

Redaktion: Stephan Klinghardt
Satz und Layout: Brigitte L. Selle
Copyright by AEU 2016

Inhalt

Vorwort	5
Traugott Jähnichen	
Wirtschaftliches Handeln im Einklang mit den Geboten Gottes - Impulse Dietrich Bonhoeffers zur Entwicklung der Konzeption der Sozialen Marktwirtschaft	7
Jochen Pimpertz	
Zahlen, Daten, Fakten zur wirtschaftlichen Lage in Deutschland - Möglichkeiten und Grenzen der ökonomischen Interpretation empirischer Befunde	39
Joachim Fetzer	
Wettbewerb neu buchstabieren! - Soziale Marktwirtschaft im 21. Jahrhundert	61
Wolfram Klingler	
Nehmen uns Algorithmen die Verantwortung ab?	97
Martin Büscher	
Globalisierung - Evangelii Gaudium Eine wirtschaftsethische Einordnung	113
Nils Ole Oermann	
Wirtschaftsethik - quo vadis? - "Ist" und "Soll" eines Bindestrichfachs aus protestantischer Perspektive	121
Die Verfasser der Beiträge	147
Der Arbeitskreis Evangelischer Unternehmer	148