

UNTERNEHMERETHIK – EIN PRIVILEG DER MÄCHTIGEN?*

1. Unternehmerethik – Grenzziehungen	86
2. Kapitalismus stabilisierende Unternehmerethik ...	90
3. Politisierung der Ethik	93

Auszug aus WISO 4/2006

isw

Institut für Sozial- und Wirtschaftswissenschaften

Gruberstraße 40–42

A-4020 Linz, Austria

Tel.: +43(0)732 66 92 73, Fax: +43 (0)732 66 92 73 - 2889

E-Mail: wiso@akooe.at

Internet: www.isw-linz.at

Martin Schürz

Ökonom,
Gruppenleiter für
Monetäre Analysen,
Volkswirtschaftliche
Abteilung OeNB

*Wertedebatten
zur Wirtschaft
sind Eliten-
diskurse*

Wertedebatten zur Wirtschaft sind Elitendiskurse. In den letzten Jahren hat die Diskussion über die ethische Dimension in der Wirtschaft auch an medialer Bedeutung gewonnen. Business Ethics wurde zum boomenden Minderheitenprogramm in der Betriebswirtschaftslehre, das vom periodisch wiederkehrenden Skandalon in der Wirtschaft lebt. Zur emblematischen Unternehmerfigur in der Wirtschaft ist ein ethisch konvertierter Homo oeconomicus geworden. Dieser argumentiert sein unternehmerisches Handeln eloquent mit ethischen Werten. Seine Interessen verfolgt er weiter eigennützig.

Unternehmensethik ist aber in ihrer spezifischen Legitimationsfunktion für eine sich nach oben verschiebende soziale Verteilungskonstellation zu untersuchen. Je ungleicher die Marktergebnisse, desto lauter scheint der ethisch basierte Ruf nach Chancengleichheit zu ertönen.

Zur analytischen Präzisierung können wir eingangs drei Varianten der Unternehmensverantwortung zwischen Staat, Markt und Gesellschaft unterscheiden. Im zweiten Teil des Vortrags werden die Grenzen der Unternehmensethik diskutiert. Und abschließend sollen die Vorteile eines deliberativen Verfahrens zur Klärung ethischer Standards gegenüber moralischer Entrüstung betont werden.

1. Unternehmerethik – Grenzziehungen

Unternehmensverantwortung kann minimalistisch auf Gewinnerzielung, maximalistisch auf eine exemplarische moralische Existenz oder üblicherweise auf eine Kombination von Eigeninteresse und ethischen Werten zielen.

1.1. Wirtschaft ohne Ethik

Die Vorstellung, Wirtschaft und Ethik stünden in keinem Zusammenhang, ist seltener geworden. Bilanzfälschungsskandale werden nicht nur als Gesetzesbrüche und damit als

ein Problem der Strafverfolgung interpretiert, sondern als Indiz ethischen Fehlverhaltens bewertet. Die harsche Absage an die Ethik ist nicht mehr en vogue. Im Gegenteil, steigende Managergehälter und die Zahl der Ethikseminare für Führungskräfte dürften eine positive Korrelation aufweisen. Beliebt war die Trennung von Wirtschaft und Ethik vormals in der marxischen und der marktliberalen Variante:

Karl Marx schreibt im Kommunistischen Manifest: *„Die fortwährende Umwälzung der Produktion, die ununterbrochene Erschütterung aller gesellschaftlichen Zustände, die ewige Unsicherheit und Bewegung zeichnet die Bourgeoisepoche vor allen anderen aus. Alle festen eingerosteten Verhältnisse mit ihrem Gefolge von altehrwürdigen Vorstellungen und Anschauungen werden aufgelöst, alle neugebildeten veralten, ehe sie verknöchern können. Alles Ständische und Stehende verdampft, alles Heilige wird entweiht.“* Die Gebote der Moral erweisen sich als nichtig angesichts der gesellschaftlichen Veränderungen. Der marxische Ansatz erwies der Moral nur implizit seine Reverenz, indem er sich ihr bewusst entsagte.

Überraschend nahe dem marxischen Befund, *„akkumuliert, akkumuliert, das ist Moses und die Propheten“*, ist das Diktum vieler Marktapologeten. So meinte der Nobelpreisträger für Ökonomie Milton Friedman 1970 in einem wenigstens unter Ökonomen viel zitierten Aufsatz zur sozialen Verantwortlichkeit der Unternehmer, dass die *“one and only one social responsibility of business [is] to increase profits so long as it stays within the rules of the game, which is to say, engages in open and free competition without deception or fraud”*.

Die Aussage, *Unternehmen maximieren ihren Gewinn*, ist nun keine Beschreibung einer objektiven Tatsache. Schließlich können wir auch andere Unternehmensziele definieren und wir kennen Unternehmen, die gemäß anderen Ziele

steigende Managergehälter und die Zahl der Ethikseminare für Führungskräfte dürften eine positive Korrelation aufweisen

handeln. Der Satz beinhaltet ein Werturteil, *Unternehmen müssen langfristig ihren Gewinn maximieren*, und ist daher eine ethische Regel, die festlegt, wie Unternehmen handeln sollen. Der Konzernchef von Esprit Heinz Krogner liefert mit folgendem markigen, für aktuelle Debatten zur Wirtschaftsethik aber exemplarischen Ausspruch die umgangssprachliche Deutung: *„Diese dummen Sprüche von Gerechtigkeit, die hängen mir bis hierher. Wer von Gerechtigkeit redet, definiert doch nie, was das eigentlich ist. Glauben Sie, unsere Aktionäre bezahlen mich, weil sie mich lieben? Die sagen, das ist der wert, dieses Gehalt geben wir ihm. Und das ist absolut fair: Der Markt zahlt das, und der Markt hat immer recht.“* (FAZ vom 4.1.2004)

es ist nie der vollkommene Markt, sondern der Kumpelkapitalismus

Für Marktagnostiker bleibt unklar, wie es zum Singular „der Markt“ kommt. Denn es gibt deren viele Märkte, die sich in der Wirklichkeit zumeist durch spezifische Ineffizienzen voneinander unterscheiden. Da ist der Bildungsmarkt, der eine klassenspezifische Auslese der Managereliten sicherstellt (siehe etwa Michael Hartmann 2002). Und da ist der Finanzmarkt, der eine irrationale und übermäßige Prämierung des Erfolgs einiger CEOs ermöglicht. Und es ist nie der vollkommene Markt, sondern der Kumpelkapitalismus. Es sind die gegenseitigen Gefälligkeiten zwischen den Reichen und den Politikern, welche die Wertemuster einer antagonistisch zerrissenen Gesellschaft formen.

1.2. Großzügigkeit der Reichen

moralische Probleme sind solche, mit denen es ernst ist

Moralische Fragen stellen sich konkret in wirklichen Situationen und können nur in Bezug auf diese beantwortet werden. Moralische Probleme sind solche, mit denen es ernst ist, wenn es sich entscheidet, wie ich als Mensch bin und was das für eine Gesellschaft ist, in der ich leben will.

Philanthropie der Reichen hat etwa in den USA eine lange Tradition. Warren Buffet und Bill Gates sind nur die bekann-

testen Reichen, die einen beträchtlichen Teil ihres Vermögens für wohltätige Zwecke spenden. Bereits 1889 schrieb der Selfmademillionär Andrew Carnegie, der sein Vermögen in der Eisenbahn- und Stahlindustrie erwarb, in „*Gospel of Wealth*“: „*The man who dies thus rich dies disgraced*“ (Carnegie 1992 (1889) 140). Die Unternehmer hätten besondere Fähigkeiten, die sich in ihrem unternehmerischen Erfolg zeigen würden, und sie hätten gemäß sozialen Idealen (Philanthropie) zu leben. Dies ist eine elitistische Rechtfertigung von Privilegien, die sich auch in der Debatte zur möglichen Abschaffung der Nachlasssteuer in den USA erkennen lässt, wo eine Reihe von in der Öffentlichkeit bekannten Reichen (u.a. William Gates, Steven Rockefeller, George Soros) betonten, dass Vermögensbesitz sozial verpflichtet und eine Nachlasssteuer, die nur die Reichsten der Reichen trifft, gerechtfertigt sei. Individuell erworbenes Vermögen soll für die Entwicklung der Gemeinschaft eingesetzt werden und philanthropisches Engagement zeigt die moralische Dimension der Frage der Vermögen.

Doch Güte ist eine Deformation des Guten, formulierte Adorno. Indem sie das moralische Prinzip vom gesellschaftlichen trennt und in die private Gesinnung verlegt, beschränkt sie es. Ihr ist etwas von tröstender Resignation eigen. Güte zielt auf Milderung, nicht auf Heilung. „*Generosität im privaten Verkehr, wie sie die Reichen sich leisten können, webt am gesellschaftlichen Schleier. Sie bleiben nett die besseren Leute. Reichtum distanziert vom unmittelbaren Unrecht. Der Schutzmann schlägt mit dem Gummiknüppel auf den Streikenden los, der Sohn des Managers darf gelegentlich mit dem progressiven Schriftsteller Whisky trinken*“, notierte Theodor W. Adorno bereits in den 1940er-Jahren.

*Güte ist eine
Deformation
des Guten*

1.3. Moralisierung anstatt Moral

Es gibt zwei Hauptbereiche der philosophischen Ethik: den Bereich des persönlichen Lebensentwurfes und den Bereich des moralischen Diskurses. Fragen, die den persönlichen

Lebensentwurf prägen, können nur existenziell gelöst werden. Moralische Fragen, die die Konstitution unserer Gesellschaft betreffen, werden durch Etablierung gesellschaftlicher Konventionen gelöst. Zwischen ihnen liegt der Bereich der Üblichkeiten. Dieser gehört zur Ethik, aber nicht zur philosophischen Ethik, weil er nur empirisch zu erforschen und pädagogisch zu vermitteln ist.

beliebt ist die Kombination von einem radikalen Gestus, der dem Markt seine Reverenz erweist, und herzerwärmenden Werten

Aktuell beliebt ist die Kombination von einem radikalen Gestus, der dem Markt seine Reverenz erweist, und herzerwärmenden Werten, denen man in kalten kapitalistischen Zeiten die Treue zu halten sucht. Die in der Wirklichkeit vorzufindenden Marktversagen und -unvollkommenheiten können so leichter akzeptiert werden. Diese Variante einer moralisierenden Ethik hinkt in ästhetischer und moralischer Hinsicht. Ästhetisch, weil Krämer zu Philosophen werden und die Philosophie im Krämerladen landet, wo sie von Unternehmensphilosophen betreut wird, die sich zuständig sehen für eine Apologie des ethischen Geredes ohne Rücksicht darauf, was geredet wird. Moralisch, weil sie genuin Doppelmoral ist, unausweichlich das, was sie verurteilt. Dieser ihr inhärente Widerspruch wäre als jener der Gesellschaft zu klären.

2. Kapitalismus stabilisierende Unternehmerethik

Wirtschaftspolitische Marktapologeten appellieren in moralischen Fragen an ein Ich (Autonomie, Freiheit, Eigenverantwortung), das sie in seiner widerspenstigen Ausprägung zu zerstören suchen, indem sie seine Marktförmigkeit fördern. Ihnen wird der Markt zur moralischen Norm und die Individuen zu seinen ethischen Adressaten. Der Kapitalismus hat alles entsakralisiert, außer den Kapitalismus selbst. Das ideologische Moment ist der unterstellte Sachzwang, der ethischen Forderungen vorab ein resignatives Moment einschreibt.

Claus Raidl, Generaldirektor des Stahlkonzerns Böhler-Uddeholm und wirtschaftspolitischer Berater des konservativen österreichischen Bundeskanzlers Schüssel, liebt es in

Debatten zu Ethik und Wirtschaft zu intonieren, „*es gibt keinen katholischen Stahlpreis*“. Ja, der Preis und der Markt sind nicht mit moralischen Anforderungen konfrontiert, sondern der endliche Mensch, der wissen will, wie er in seiner Hinfälligkeit handeln soll. Ethik bezieht sich auf menschliches Handeln. Der Begriff kommt von dem griechischen Wort *ethos* und kann übersetzt werden als *Gewohnheit* (Pieper 1972). Theodor W. Adorno kritisierte daher die Verwendung des Begriffes Ethik, da er befürchtete, dass Fragen von Ethik sich letztlich darauf reduzieren, dass man so handeln solle, wie man eben beschaffen sei, und dies sei doch etwas wenig. Etymologisch liegt der Begriff der Ethik nahe bei Wesensart, bezeichnet also so etwas wie Charakter. Ein solcher Begriff würde aber das problematische Verhältnis des Einzelnen zum Allgemeinen verkennen. Die Moral des Einzelnen gerätet oft in Widerspruch zu den allgemeinen Sitten. Gerade diese Fragen sind für das Verhalten in moralischen Konfliktsituationen von besonderer Relevanz. Hingegen haften dem sentimentalischen Kulturbegriff der Ethik pure Ideologie an (Adorno 1996, S. 22).

Fragen von Ethik reduzieren sich letztlich darauf, dass man so handeln solle, wie man eben beschaffen sei

Funktionierende Marktwirtschaften sind auf eine gesellschaftliche Wertebasis angewiesen. Märkte benötigen wenigstens Vertrauen und verantwortliches Handeln und sie entstehen auf Basis von Werten. Max Weber war bekanntlich überzeugt, dass die protestantische Ethik den Aufstieg des Kapitalismus begünstigt hat (Weber 1986). Waren Religionen gleichsam die Hüter von Wertrationalität, so ist die Wirtschaft der Ort von Zweckrationalität. Protagonisten einer marktwirtschaftlichen Ordnung betonen, dass die Beseitigung materieller Knappheiten und die optimale Nutzung knapper Ressourcen selbst eine ethische Aufgabe darstellen. Zudem sei die individuelle Freiheit in Marktordnungen am besten gewährleistet. Es bleibt aber ein Paradoxon, dass der amoralische Markt zum Garanten von Moral werden soll. Im Standortwettbewerb soll das mobile Kapital die Wirtschaftspolitik zur Verantwortung erziehen. Der Finanzmarkt würde zum moralischen Subjekt inthronisiert werden und der Politiker zum Objekt der ethischen Norm.

Paradoxon, dass der amoralische Markt zum Garanten von Moral werden soll

*übliche
Unternehmens-
ethik wendet
sich gegen eine
exzessive Gier
der Besitzenden*

Die übliche Unternehmensethik wendet sich gegen eine exzessive Gier der Besitzenden und gegen den Neid der Besitzlosen und bleibt diesen beiden Polen doch treu, da sie die kapitalistische Akkumulation für unhintergebar hält. Gier ist als Antrieb zur Leistung wichtig und erst der Neid stellt einen gemeinsamen Werthintergrund sicher. Die Armen neiden in treuer Aufstiegssolidarität den Reichen ihren Besitz und die Reichen nutzen den Besitz zur Schaffung von sozialer Distanz. Damit ist Unternehmensethik primär etwas für die Eliten, weil sie für die gesellschaftliche Akzeptanz sorgt, dass die Großen groß und die Kleinen klein bleiben. Unternehmensethik ist das Schmiermittel des kapitalistischen Betriebs. Denn erst aus der ethischen Kritik gewinnt der Kapitalismus an Stabilität.

Vielfach wird Ethik in einem engen Wortverständnis verwendet. Dann meint der Begriff ein altruistisches Verhalten und richtet sich gegen den Egoismus auf den Märkten. 1995 formulierte Marion Gräfin Dönhoff in der deutschen Wochenzeitung *Die Zeit* „Zwölf Thesen gegen die Maßlosigkeit“. Sie empörte sich über die „Gier nach Beute“, den „Zwang zur Gewinnmaximierung“, die „bedenkenlose Maßlosigkeit der Wirtschaft“ und über eine „korrupte Bereicherungsmentalität“. Der Artikel kulminierte im Resümee: „Alles hängt von den Menschen ab – von jedem einzelnen von uns“ (*Zeit* 48/95). Diese in der Öffentlichkeit weitverbreitete Denkhaltung ist der des Kommunitarismus nahe, der den Mangel an Moral und eine „Philosophie der Gier“ beklagt (Etzioni 1988, Walzer 1999, Brunkhorst 1998). Ethik in diesem Verständnis will der Marktlogik, dem „Räuberkapitalismus“ (Max Weber), Grenzen setzen und Gerechtigkeitsüberlegungen in den Mittelpunkt rücken, riskiert jedoch, vom Markt selbst bis zur Unkenntlichkeit begrenzt zu werden. Propagiert wird eine Rückkehr zu einer gemeinwohlorientierten Moral, die sich der Logik des Profits entziehen könne. Im Kommunitarismus erlebt republikanisch inspiriertes Denken eine neue Blüte. Das antike Vorbild der Bürgerschaft, deren Mitglieder an der intersubjektiven Aus handlung gemeinsamer Angelegenheiten orientiert sind, wird

restauriert. Ein Grundproblem des Republikanismus wurde aber bereits von Dewey formuliert (Dewey 1996). Der Mensch ist ebenso ein konsumierendes Wesen wie er ein politisches Wesen ist. Politische Partizipation ist zeitintensiv und voraussetzungsreich. Ausgehend von der Diagnose eines Werteppluralismus wird dieses Problem einer Überforderung der Individuen noch verstärkt. „Der Fehler besteht in einer ethischen Engführung politischer Diskurse“ (Habermas 1999, S. 283). Zudem ist die Zivilgesellschaft an sich noch nichts ethisch Positives und demokratiepolitisch ist sie besonders fragwürdig, da ihre Akteure ja unzureichend legitimierte Eliten sind. Es wäre deshalb ein Trugschluss, zwischen die Pole des Bösen, einen kolonialisierenden Staat und einen anonymen Markt, den Sitz einer wertorientierten Vernunft legen zu wollen.

*Zivilgesellschaft
an sich noch
nichts ethisch
Positives und
demokratiepolitisch
fragwürdig, da
ihre Akteure ja
unzureichend
legitimierte
Eliten sind*

3. Politisierung der Ethik

Die Gemeinwohrrhetorik bleibt gegenüber den Funktionsimperativen der Marktwirtschaft notwendigerweise moralisierend oberflächlich. Und der Werteppluralismus moderner Gesellschaften ist unhintergebar. Die Frage nach dem Verhältnis von Ethik und Wirtschaft leitet daher über zu jener nach dem Verhältnis von Wirtschaft und Politik. Für die Beurteilung der Effektivität ethischer Forderungen ist entscheidend, welche politischen Konsequenzen aus moralischer Entrüstung gezogen werden. Dubiel (1997) etwa betont, dass unter den politischen Handlungsspielraum einengenden Bedingungen der Globalisierung wenigstens die destruktiven Tendenzen des Kapitalismus verhindert werden können. Dafür sei es notwendig, dass sich Vertreter multinationaler Konzerne, Repräsentanten nationaler Regierungen, Beamte internationaler Organisationen und Mitglieder von NGOs gemeinsam um die Vermeidung des Schlimmsten sorgen. Damit diese Allianz von Akteuren mit divergierenden Zielen funktionieren könnte, müssen wir ein gemeinsames Gut, das von Interessengegensätzen nicht tangiert wird, unterstellen. Gemeinhin sind dies

*Gemeinwohrrhetorik bleibt
gegenüber den
Funktionsimperativen der
Marktwirtschaft
notwendigerweise
moralisierend
oberflächlich*

die apokalyptischen Visionen von gewaltsamer sozialer Verwerfung oder von Umweltbedrohungen. Soziale Probleme kleinerer Reichweite wie Verteilungskonflikte mit gegenläufigen Interessen eignen sich kaum für Koalitionen zwischen Arm und Reich.

*Freiwilligkeit
der ethischen
Verhaltenskodizes
zeigt deren die
entscheidenden
Akteure nur
schwach
bindenden
Charakter*

Die Freiwilligkeit der ethischen Verhaltenskodizes zeigt deren, die entscheidenden Akteure nur schwach bindenden Charakter. Es ist an die Erkenntnis von Rousseau zu erinnern: „*Entre le faible et le fort c'est la liberté qui opprime et c'est la loi qui libère*“, zwischen dem Schwachen und dem Starken ist es die Freiheit, die unterdrückt, und das Gesetz, das befreit. Ein höheres Strafausmaß für Bilanzbetrügereien und Insidergeschäfte und verbesserte Kontrollmechanismen wären eine politische Antwort. Verhaltenskodizes, Transparenzbestimmungen und Selbstverpflichtungen zur Einhaltung von ethischen Standards sind die alternativen Konsequenzen, welche die Reichweite ethischer Kritik an bestimmten Entwicklungen in der Wirtschaft indizieren. Inwieweit sich wertorientierte Kritik tatsächlich in weiter reichenden rechtlichen Bestimmungen niederschlägt, ist nicht zuletzt vom öffentlichen Diskurs determiniert. Jürgen Habermas (1992, 1999) argumentiert, dass die Klärung von ethischen Fragen in praktischen Diskursen zu erfolgen habe. Auch der Nobelpreisträger Sen argumentiert normativ: „*Das Recht zur Mitwirkung an kritischer Bewertung und am Meinungsbildungsprozeß steht im Zentrum der Rechte der sozialen Existenz. Die Auswahl sozialer Werte kann nicht ausschließlich von den staatlichen Funktionsträgern dekretiert werden.*“ (Sen 1999, S. 341)

Unter Bedingungen eines modernen Wertepluralismus müssten die Zweckrationalität der Wirtschaft und die Wertrationalitäten in der Gesellschaft prozedural ergänzt werden. Öffentliche Auseinandersetzungen könnten eine entscheidende Rolle in der Bildung sozialer Wertvorstellungen spielen. In den an die Finanzskandale anknüpfenden Debatten hätte sich die Gesellschaft ihrer Wertorientierungen versichern können und

Verhaltenserwartungen an politische und ökonomische Eliten formulieren können. Die aktuelle ethische Wertedebatte zu Unternehmen blieb aber elitär eingeengt und ohne breite öffentliche Debatten bleiben viele ethische Werte in der Wirtschaft ornamental.

Debatten zum Verhältnis von Wirtschaft und Unternehmensethik reflektieren oft nur persönliche Überzeugungen, an deren Ende keine Argumente, sondern Positionierungen stehen. Das Böse wird dann entweder im Staat verortet, der die Eigenverantwortlichkeit der Individuen beschneidet, oder im Markt, dessen exklusive Effizienzorientierung Gerechtigkeitsüberlegungen obsolet macht. Das *Gute* wird konsequent im Widerpart verortet. Dieses dichotome Denken wird auch nicht aufgebrochen, wenn der Sitz der Ethik in den Zwischenräumen von Markt und Staat, in der Zivilgesellschaft oder beim Individuum vermutet wird.

Deliberative Verfahren zielen nicht auf Überzeugungen, sondern auf Argumente. Ethische Regeln stehen nicht ein für alle Male fest, sondern sind an historische Umstände gebunden. Gesellschaftliche Vorstellungen sowohl von ökonomischer Effizienz als auch von Gerechtigkeit und Gemeinwohl haben sich gewandelt und tun dies weiter. Die Durchsetzung von ethischen Standards bleibt Sache sozialer Auseinandersetzungen und ist nicht von der Ökonomie vorgegeben, da diese ihrerseits von Werten abhängig bleibt.

Durchsetzung von ethischen Standards bleibt Sache sozialer Auseinandersetzungen

Solange in Diskussionen zu Ethik und Wirtschaft die Vorstellung eines Maximumlohns sich nebulos in Mahnungen gegen den Exzess verflüchtigt, solange das meritokratische Ideal im Kapitalismus zu keiner Diskussion einer 100%igen Erbschaftsteuer führt und solange Verantwortung nur als Motivationsfrage des Einzelnen konzipiert wird, so lange wird eindrücklich belegt, dass es die ethische Einsicht der unternehmerischen Eliten ist, die den gesellschaftlichen Möglichkeitsrahmen in der Wirtschaft absteckt.

Unternehmensethik ist kein Reflex von Interessenpositionen, aber eben auch nicht die objektive Einspruchsinstanz der Armen gegen profitorientierte Unternehmer

Unternehmensethik ist kein Reflex von Interessenpositionen, aber eben auch nicht die objektive Einspruchsinstanz der Armen gegen profitorientierte Unternehmer. Die Redimensionierung des Staates durch Liberalisierung und Deregulierung und die mit dem Niedergang des Korporatismus einhergehende Schwächung der Gewerkschaften (Streeck 2005) brachte die Unternehmen in die Rolle eines Verantwortlichen für das Gemeinwohl. Und wie Jens Beckert in seinem Artikel „Sind Unternehmen sozial verantwortlich?“ jüngst zu Recht anmerkte, könnten die Unternehmen als nicht legitimierte Ansprechpartner für nicht ökonomische Belange der Gesellschaft überfordert sein. Für Gesellschaftskritiker besteht trotzdem nur wenig Hoffnung auf das emanzipatorische Potenzial von Ethik. Moral wechselt mit den Zeiten ihre Gestalt und ihren Inhalt, eine eigene Geschichte hat sie nicht, denn sie hängt am Trog der politischen und ökonomischen Herrschaft.

Arthur Miller beschreibt die Reichweite unternehmerischer Ethik anrührend in seinem Roman „Tod eines Handlungsreisenden“. Der Chef tröstet Will Lohman anlässlich dessen Entlassung: „*Es ist eben ein Geschäft, Junge, und jeder muss seinen Beitrag leisten. Denn du musst zugeben, Geschäft ist Geschäft*“, und der gebrochene Will folgt affirmativ dem ethischen Urteil über seine gescheiterte Existenz: „*Ja Geschäft ist Geschäft und sonst nichts.*“ Tautologien sind keine besonders beliebten Erkenntnisse, aber mehr ist oft nicht zu haben.

Literatur:

- Adorno, T. W. (1996) Probleme der Moralphilosophie. Suhrkamp. Frankfurt am Main
- Aristoteles (1969) Nikomachische Ethik. Reclam
- Beckert, J. (2006) Sind Unternehmen sozial verantwortlich? Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung 06/4, Mai 2006
- Brunkhorst, H. (1998) Demokratischer Experimentalismus. Politik in der komplexen Gesellschaft. Suhrkamp
- Carnegie, A. (1889) The Gospel of Wealth in: Joseph Frazier Wall (Hrsg.) (1992) The Andrew Carnegie Reader. University of Pittsburgh Press
- Dewey, J. (1996) Die Öffentlichkeit und ihre Probleme. Bodenheim
- Dubiel, H. (1997) Der utopische Realismus der Demokratie in: Merkur 51 (pp. 796–804)
- Etzioni, A. (1988) The Moral Dimension. Towards a New Economics. The Free Press
- Friedman, M. (1970) The Social Responsibility of Business is to increase its Profits. The New York Times Magazine 13th September 1970 reprinted in Brooks L. (2000) Business & Professional Ethics for Accountants. South Western College Publishing (pp. 26–29)
- Habermas, J. (1992) Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats. Frankfurt am Main
- Habermas, J. (1999) Die Einbeziehung des Anderen. Studien zur Politischen Theorie. Frankfurt am Main
- Hartmann, M. (2002) Der Mythos von den Leistungseliten. Campus Verlag
- Marx, K./Engels, F. (1959) Manifest der kommunistischen Partei, Band 4. Ostberlin
- Pieper, A. (1972) Ethik in: Historisches Wörterbuch der Philosophie. Hrsg. J. Ritter Band 2. Schwabe & Co Verlag, Basel/Stuttgart (S. 759–809)
- Sen, A. (1999) Ökonomie für den Menschen. Wege zu Gerechtigkeit und Solidarität in der Marktwirtschaft. Hanser Verlag
- Streeck, W. (2005) Nach dem Korporatismus: Neue Eliten, neue Konflikte MPIfG Working Paper 05/4, Mai 2005
- Walzer, M. (1999) Vernunft, Politik und Leidenschaft. Defizite liberaler Theorie. Max Horkheimer Vorlesungen
- Weber, M. (1986) Die Protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus in: ders. Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie, Band 1 (S. 17–206)

* Beim vorliegenden Text handelt es sich um eine überarbeitete Version eines Vortrags auf Einladung der Friedrich-Ebert-Stiftung in Bonn am 22.6.2006, <http://www.grundwerteforum21.de/service/livestream>.

INSTITUT FÜR SOZIAL- UND WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN

WISO

WIRTSCHAFTS-UND SOZIALPOLITISCHE ZEITSCHRIFT

Die Zeitschrift WISO wird vom Institut für Sozial- und Wirtschaftswissenschaften (ISW) herausgegeben. Sie dient der Veröffentlichung neuer sozial- und wirtschaftswissenschaftlicher Erkenntnisse sowie der Behandlung wichtiger gesellschaftspolitischer Fragen aus Arbeitnehmersicht.

Lohnpolitik, soziale Sicherheit, Arbeitsmarkt und Arbeitslosigkeit, Arbeit und Bildung, Frauenpolitik, Mitbestimmung, EU-Integration - das sind einige der Themen, mit denen sich WISO bereits intensiv auseinander gesetzt hat.

WISO richtet sich an BetriebsrätInnen, GewerkschafterInnen, WissenschaftlerInnen, StudentInnen, Aktive in Verbänden, Kammern, Parteien und Institutionen sowie an alle, die Interesse an Arbeitnehmerfragen haben.

Erscheinungsweise: vierteljährlich

Preise:* Jahresabonnement EUR 22,00 (Ausland EUR 28,00)
Studenten mit Inskriptionsnachweis EUR 13,00
Einzelausgabe EUR 7,00 (Ausland EUR 12,00)

(* Stand 2005 - Die aktuellen Preise finden Sie auf unserer Homepage unter www.isw-linz.at)

Wir laden Sie ein, kostenlos und ohne weitere Verpflichtungen ein WISO-Probeexemplar zu bestellen. Natürlich können Sie auch gerne das WISO-Jahresabonnement anfordern.

Informationen zum ISW und zu unseren Publikationen - inklusive Bestellmöglichkeit - finden Sie unter www.isw-linz.at.



BESTELLSCHEIN*

Bitte senden Sie mir kostenlos und ohne weitere Verpflichtungen

- 1 Probeexemplar der Zeitschrift WISO
- 1 ISW Publikationsverzeichnis

Ich bestelle _____ Exemplare des WISO-Jahresabonnements (Normalpreis)

Ich bestelle _____ Exemplare des WISO-Jahresabonnements für StudentInnen mit Inskriptionsnachweis

* Schneller und einfacher bestellen Sie über das Internet: www.isw-linz.at

Name _____

Institution/Firma _____

Straße _____

Plz/Ort _____

E-Mail _____

BESTELLADRESSE:

ISW
Gruberstraße 40-42, A-4020 Linz
Tel. ++43/732/66 92 73
Fax ++43/732/66 92 73-28 89
E-Mail: wiso@akooe.at
Internet: www.isw-linz.at