

Reihe Sozialethik der Österreichischen Forschungsgemeinschaft

Herausgegeben von Manfred Prisching

2

Manfred Prisching (Hg.)
Postmoderne Tugenden?

Ihre Verortung im kulturellen Leben der Gegenwart

Passagen Verlag

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung der
Österreichischen Forschungsgemeinschaft

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Postmoderne Tugenden? : ihre Verortung im kulturellen Leben der Gegenwart /
Manfred Prisching (Hg.). – Dt. Erstausg. –
Wien : Passagen-Verl., 2001
(Passagen Gesellschaft) (Reihe Sozialethik der
Österreichischen Forschungsgemeinschaft)
ISBN 3-85165-464-1

Alle Rechte vorbehalten
ISBN 3-85165-464-1
© 2001 by Passagen Verlag Ges. m. b. H., Wien
Graphisches Konzept: Ecke Bonk
Druck: Manz Crossmedia GmbH & Co KG, 1051 Wien

Vorwort	11
Postmoderne Tugenden? Aspekte einer unmodernen Problemstellung Manfred Prisching	15
Konjunkturen der Tugend Von Platon und Aristoteles bis zur Postmoderne Wolfgang Kersting	39
Tugend und moderne Ökonomie Vom Nützlichen und Anständigen Richard Sturn	75
Freiheit und Tugend Moralische Bedarfsdeckung durch die unsichtbare Hand? Michael Baurmann	109
Psychologie der Tugend Martin Wallroth	143
Die Tugenden, die Moral und das Recht Peter Koller	163
Die Biologie der Tugend oder: Sind wir alle Egoisten? Peter Wilhelmer	193

Freiheit und Tugend
Moralische Bedarfsdeckung durch die unsichtbare Hand?
Michael Baurmann

Einleitung

Eine Präferenz für Freiheit im Sinne einer Präferenz für eine freiheitliche Gesellschaft, in der die Bürger in einem Freiraum individueller Selbstbestimmung ihre persönlichen Ziele und Interessen unabhängig von den Wünschen und Forderungen der Gemeinschaft verfolgen können, ist keineswegs selbstverständlich. Freiheit hat potentiell viele Gegner.¹ Zu ihnen gehören Personen, die glauben, daß sie ihre Ziele in einer freiheitlichen Gesellschaft nicht oder nur ungenügend verwirklichen können – sei es, daß sie nach Macht über andere streben, daß sie es im Gegenteil vorziehen, sich anderen unterzuordnen, oder daß sie sich eine Ordnung wünschen, in der man wechselseitig in seiner Handlungsfreiheit eingeschränkt ist.

Im Folgenden geht es mir allerdings nicht um Gegner der Freiheit, die eine freiheitliche Gesellschaft ablehnen, weil sie glauben, daß sie in einer solchen Gesellschaft ihre persönlichen Zielsetzungen und Ambitionen nicht verwirklichen können. Es geht mir um Kritiker der Freiheit, die ihre Distanz zur Freiheit mit uneigennütigen Sorgen begründen. Sie haben Vorbehalte gegenüber der Freiheit, weil sie befürchten, daß Freiheit der *Moral* schaden kann. Sie nehmen an, daß in einer liberalen Gesellschaft moraldestruktive Kräfte wirksam werden, so daß der Bestand sozialer Ordnung insgesamt in Frage gestellt sein könnte.² Die Vertreter solcher Bedenken plädieren zwar nicht für eine generelle Abschaffung der Freiheit und von Freiheitsrechten. Dennoch kann ihre Skepsis eine Basis für mehr oder weniger massive Einschränkungen von Freiheiten sein.

Die Begründung für diese Skepsis lautet, daß Freiheit der *Moral* potentiell schadet, weil Freiheit den einzelnen zu einem selbstbezogenen und egoistischen Handeln motivieren könne. Eine liberale Gesellschaft maxi-

miere die Rechte des Individuums und minimiere seine Pflichten. Moral verlange jedoch die Erfüllung von Pflichten und die Bereitschaft, für andere oder die Gemeinschaft Opfer zu bringen. Ohne den sozialen Druck, der von verbindlichen Normen und Werten ausgehe, sei es jedoch unwahrscheinlich, daß Individuen aus eigenem Antrieb das Maß an Pflichtbewußtsein und Opferbereitschaft zeigen, das für das Gedeihen einer geordneten Gemeinschaft notwendig sei. Freiheit im Sinne einer Freiheit von solchen verpflichtenden Normen und Werten unterminierte auf Dauer Moral und Gemeininn.³

Solche und ähnliche Bedenken gegenüber „zu viel“ Freiheit in der modernen liberalen Gesellschaft erhalten erhebliche Unterstützung aus der Soziologie. Die vorherrschende soziologische Sichtweise betont die Wichtigkeit einer festen Einbettung des Individuums in eine soziale Gemeinschaft. Die Gesellschaft darf sich nach dieser Sichtweise nicht auf eine bloße Veranstaltung zur Förderung gemeinsamer Interessen reduzieren. Sie müsse den einzelnen durch die Bindung an gemeinsame Werte und Normen sozial integrieren. Nur durch eine Unterwerfung des Individuums unter kollektive Kräfte könne ein zerstörerischer Egoismus überwunden werden.

Angesichts dieser Annahmen ist es nicht überraschend, daß sich die Soziologie bis zum heutigen Tage vor allem um das „Problem der sozialen Ordnung“ gesorgt hat.⁴ Die Hauptfrage der Soziologie ist die Frage geblieben, wie der Bestand der Gesellschaft gegenüber allzu großer individueller Varianz und Abweichung geschützt werden kann, wie es möglich ist, aus verschiedenartigen Individuen und Interessen eine gesellschaftliche Einheit und eine ausreichende Übereinstimmung in Zielen und Handlungsweisen zu formen. Es ist deshalb auch kein Zufall, daß Soziologen vor allem die Gefahren der Freiheit beschworen haben.⁵ Soziale Ordnung ist für die Mehrheit von ihnen nur als *Einschränkung* der Freiheit denkbar, nicht als ihr *Ergebnis*.

Ich möchte versuchen, eine andere soziologische Sichtweise zu skizzieren.⁶ Ich werde einige Thesen entwickeln, die plausibel machen sollen, daß aus den spontanen Interaktionen freier Individuen sehr wohl ein moralisches Handeln entstehen kann – auch ohne daß diese Individuen bereits bestehenden Normen und Regeln oder anderen gesellschaftlichen Kräften

unterworfen sind. Moral wäre demnach nicht etwas, das einer freiheitlichen Gesellschaft „von außen“ hinzugefügt werden muß. Es könnte ein genuines Produkt dieser Gesellschaft und der in Freiheit handelnden Akteure selber sein. Alexis de Tocqueville, dessen gewichtige soziologische Erkenntnisse leider viel zu wenig in die moderne Soziologie Eingang gefunden haben, hat in dieser Hinsicht der Freiheit sehr viel mehr zugetraut als die meisten der Sozialtheoretiker des 20. Jahrhunderts. „Die Amerikaner“ sagt er, „haben den Individualismus“ – und damit meint Tocqueville Selbstbezogenheit und einen unmoralischen Egoismus – „mit der Freiheit bekämpft, und sie haben ihn überwunden.“⁷

Um „Moral“ wird es mir allerdings nicht im Sinne einer anspruchsvollen „Brüderlichkeitsethik“ oder „Solidaritätsmoral“ gehen. Es geht mir um „Moral“ nur im Sinne einer elementaren Kooperationsmoral, einer „Minimalmoral“⁸, die Normen friedlichen Austauschs und fairer Zusammenarbeit zum Inhalt hat – aber auch die kommunitaristischen Kritiker der liberalen Gesellschaft haben ja vor allem eine solche Kern- oder Minimalmoral im Auge, wenn sie die „moralische Produktivkraft“ einer solchen Gesellschaft in Zweifel ziehen.

Unter „moralischem Handeln“ verstehe ich die *freiwillige Befolgung* der Normen einer Kooperationsmoral, das heißt eine Handlungsweise, die nicht auf die Androhung formeller, insbesondere rechtlicher Sanktionen zurückgeführt werden kann. Ein moralisches Handeln in diesem Sinne setzt jedoch nicht voraus, daß eine „intrinsische“ Motivation zu einem moralischen Handeln vorhanden ist – eine solche Motivation wird freilich auch nicht ausgeschlossen.

Die klassische Botschaft: Eine unsichtbare Hand macht Moral überflüssig

Das Verhältnis zwischen Freiheit und Moral ist in besonders aufschlußreicher Weise in der Tradition der sogenannten „Schottischen Aufklärung“ Gegenstand philosophischer, ökonomischer und sozialtheoretischer Überlegungen gewesen. Autoren wie David Hume, Adam Ferguson, John Millar, James Steuart oder Adam Smith haben sich in der Nachfolge und in Abgrenzung von Thomas Hobbes intensiv mit der Frage auseinanderge-

setzt, welche Beziehungen zwischen der sozialen und moralischen Ordnung einer Gesellschaft und den Handlungsweisen von Individuen bestehen, die ihre Entscheidungen nach ihren eigenen Antrieben und Interessen frei wählen können. Spitzt man die unterschiedlichen Erkenntnisse der Autoren dieser Tradition idealtypisch zu, dann lassen sich drei zentrale „Botschaften“ zu dem Verhältnis von Freiheit und Moral identifizieren.

Als „klassische“ Botschaft kann man die optimistische Behauptung bezeichnen, daß Moral als Kitt der Gesellschaft mehr oder weniger überflüssig ist, weil unter bestimmten Bedingungen eine „unsichtbare Hand“ dafür sorgt, daß sich aus den freigewählten Handlungen der Individuen auch ohne ihre bewußte Absicht vorteilhafte und dem Gemeinwohl dienliche Konsequenzen ergeben. Diese Botschaft ist vor allem – nicht ganz zu Recht allerdings – mit dem Namen von Adam Smith verbunden.⁹ Sie hat ihr Fundament in der epochalen Entdeckung, daß „private Laster“ zu öffentlichen Gütern beitragen können, so daß sich auch ohne individuelle Moral und Tugend ein moralisch wünschenswertes Ergebnis menschlicher Handlungen einstellen kann.¹⁰ Das „Wunder des Marktes“ ist dafür das Paradebeispiel. Im freien wirtschaftlichen Austausch orientieren sich die Marktteilnehmer an ihrem privaten Vorteil und fördern dabei ungewollt das Wohl ihrer Tauschpartner wie auch das Wohl der Gesellschaft insgesamt – obwohl, oder gerade weil diese Folgen ihres Handelns für ihre eigene Motivation irrelevant sind.

Einige Vertreter der Schottischen Aufklärung – wie etwa James Steuart und John Millar – haben gehofft, das Prinzip der unsichtbaren Hand könnte nicht nur eine Grundlage für die Funktionsweise des wirtschaftlichen Marktes sein, sondern als Basis für ein generelles gesellschaftspolitisches Programm taugen.¹¹ Damit war nicht gemeint, daß man den Dingen ohne jede Einflußnahme ihren Lauf lassen wollte. Es bestand vielmehr die Zuversicht, daß man die Institutionen der Gesellschaft planmäßig so gestalten könnte, daß die Akteure, die unter diesen Institutionen handeln, Anreizen ausgesetzt werden, durch die sie auch ohne eine entsprechende Absicht zur Förderung allgemeiner Interessen angehalten würden. Diese Erwartung richtete sich neben den Institutionen für Handel und Gewerbe vor allem auf die Institutionen der Politik. Das Ziel bestand darin, für die politischen

Machthaber Bedingungen zu schaffen, durch die sie auch ohne Gemein-sinn motiviert werden, im Sinne des Gemeinwohls zu handeln.

Die klassische Botschaft der Schottischen Moralphilosophie verbindet sich so in kongenialer Weise mit schottischer Sparsamkeit im Umgang mit dem knappen Gut Moral. Wenn es eine unsichtbare Hand gibt, die in vielen Bereichen ein moralisches Handeln überflüssig macht, dann kann man nach dem Prinzip des „economizing on virtue“ die schwierige Produktion von Moral auf die Gebiete beschränken, in denen eine moralische Orientierung tatsächlich als unverzichtbar erscheint.¹²

Die ernüchternde Botschaft: Eine unsichtbare Wand macht Moral notwendig

Es besteht eine gewisse Ironie darin, daß gerade die erfolgreiche Weiterentwicklung der wissenschaftlichen Tradition, von der die optimistische Botschaft der unsichtbaren Hand zunächst ausging, zu einer erheblichen Ernüchterung führte. Die bahnbrechenden Erkenntnisse, die man mit modernen Varianten dieses Ansatzes gewann, seine fruchtbare Anwendung auf immer neue Gegenstände führten dazu, daß manche seiner Vertreter in gewisser Weise wieder zurückgekehrt sind zu der pessimistischen Sichtweise von Hobbes. Seine Diagnose, daß menschliche Kooperation in der Regel gerade nicht durch eine prästabilisierte Harmonie, sondern durch ein grundlegendes Dilemma charakterisiert ist, wurde zunehmend wieder ernst genommen. Es kann demnach keineswegs auf eine unsichtbare Hand vertraut werden, durch die eine konsequente Verfolgung individueller Eigeninteressen in den meisten Fällen auch ohne weiteres Zutun zu öffentlichen Gütern aggregiert wird. Man muß vielmehr damit rechnen, daß ein solches Handeln unvermeidlich zu gravierenden öffentlichen Übeln führt.¹³

Anstatt allerorten auf die segensreiche Wirkung einer unsichtbaren Hand zu stoßen, entdeckte man immer öfter eine „unsichtbare Wand“ zwischen Individualwohl und Allgemeinwohl, zwischen individueller und kollektiver Rationalität. Sah man einstmals euphorisch den wirtschaftlichen Markt als exemplarisches Beispiel für die Wirksamkeit eines Prinzips, das man erfolgreich auf andere Bereiche der Gesellschaft übertragen kann, so wur-

de er jetzt als Ausnahme von der Regel betrachtet. Daß eine unsichtbare Hand moralisches Verhalten generell oder auch nur in einem relevanten Ausmaß überflüssig machen könnte, erschien demzufolge als illusionär.

Aber selbst Hobbes wirkt angesichts der neuen Einsichten im Grunde als noch zu optimistisch. Er vertrat ja immerhin die Überzeugung, daß das grundlegende Dilemma menschlicher Kooperation, das er vor allem mit einem unausweichlich kriegerischen Naturzustand identifizierte, durch die Institutionen einer staatlichen Zwangsordnung prinzipiell überwunden werden kann. Sein Ausweg angesichts des Versagens einer unsichtbaren Hand bestand nicht in der Hoffnung auf eine *freiwillige* Befolgung moralischer Normen, sondern in der Sicherung einer *unfreiwilligen* Moralkonformität. Es läßt sich aber mit guten Gründen bezweifeln, daß dieser Ausweg unter den Prämissen eines konsequent selbstinteressierten Verhaltens aller Beteiligten tatsächlich begehbar ist.

Erstens sind staatliche und rechtliche Institutionen praktisch immer *unvollständig*. Sie können nicht jedes Verhalten regeln und auch nicht jedes Verhalten kontrollieren. Institutionalisierte Verhaltensanreize durch rechtliche Normierung, staatliche Überwachung und Sanktionierung sind niemals lückenlos. Durch ihren Einfluß allein kann ein befriedigendes Niveau kooperativen und moralkonformen Verhaltens kaum gesichert werden. Außerdem ist die Regelung und Kontrolle von Verhalten durch staatliche und rechtliche Institutionen äußerst kostspielig. Wenn die Einhaltung einer elementaren Kooperationsmoral nur durch die Drohung mit formellen Sanktionen erzwungen werden soll, würde ein Großteil des erwirtschafteten Produkts einer Gesellschaft von den Kosten eines staatlichen Überwachungs- und Sanktionssystems aufgezehrt.¹⁴

Gewichtiger noch erscheint zweitens die Tatsache, daß staatliche Institutionen prinzipiell *unselbständig* sind. Der Bestand zumindest der staatlichen Basisinstitutionen kann nicht ebenfalls durch institutionalisierte Anreize und formelle Sanktionen gesichert werden. Diese Institutionen sind vielmehr selber die Existenzgrundlage für solche Anreize und Sanktionen. Auf einer ultimativen Ebene läßt sich deshalb das Dilemma der Kooperation nicht durch die Einrichtung eines Staates überwinden.¹⁵ Dieses Dilemma muß vielmehr in einer gewissen Weise bereits überwunden sein, damit eine staatliche Ordnung überhaupt existieren kann. Hobbes hat unterschätzt,

in welchem Ausmaß der Leviathan selber von freiwilliger Kooperationsbereitschaft der Mitglieder einer Gesellschaft abhängig ist.

Die notorische Unvollständigkeit und Unselbständigkeit von Institutionen führt zu der Schlußfolgerung, daß eine freiwillige Befolgung moralischer Normen durch institutionalisierte Anreize einer staatlichen Zwangs- und Rechtsordnung nicht vollständig ersetzt werden kann. Moral wäre im Gegenteil auch *unter* und *für* Institutionen notwendig. Ist diese Skepsis gegenüber dem Lösungsvorschlag von Hobbes berechtigt und kann das Vertrauen in die Wirksamkeit einer unsichtbaren Hand nicht zurückgewonnen werden, dann ist von einem *nicht substituierbaren Moralbedarf* für eine stabile soziale Ordnung auszugehen. Schottische Sparsamkeit im Umgang mit Moral würde das moralische Existenzminimum einer Gesellschaft gefährden.

Die vergessene Botschaft: Eine unsichtbare Hand sorgt für Moral

Nun wurde in der Tradition der Schottischen Aufklärung – aber auch von einem Autor wie Montesquieu – eine weitere Botschaft verkündet, die eine überraschende Antwort auf die ernüchternde Diagnose eines nicht substituierbaren Moralbedarfs bereit hält. Diese Botschaft ist allerdings – aus Gründen, die gleich klarer werden – weitgehend in Vergessenheit geraten. Ihr liegt die Annahme zugrunde, daß die freien Handlungen eigeninteressierter Akteure unter bestimmten Bedingungen nicht nur – wie die klassische Botschaft verspricht – zu einer wundersamen Aggregation privater Laster in öffentliches Wohl, sondern daß sie auch zu einer *Umwandlung* privater Laster in ein *moralisches Handeln* führen können. Der einzelne würde demnach nicht nur ungewollt zu einem moralisch wünschenswerten Gesamtergebnis beitragen. Er würde auch ungewollt moralische Normen *befolgen*. Auch der moralische Bedarf einer Gesellschaft könnte auf diesem Wege durch eine unsichtbare Hand gedeckt werden. Eine unsichtbare Hand würde Moral zwar nicht überflüssig machen, aber sie würde immerhin dafür sorgen, daß man sich um die Produktion der nötigen Moral nicht ausdrücklich kümmern muß.

Erstaunlicherweise hatten die Klassiker bei dieser erweiterten Anwendung des Prinzips der unsichtbaren Hand ebenfalls den wirtschaftlichen Markt im Auge. Ausgerechnet in einem Bereich, in dem man nach dem Diktum von Adam Smith auf das Wohlwollen der anderen gar nicht angewiesen ist, sollten trotzdem nicht Eigensucht und Egoismus, sondern Moral und Tugend gefördert werden. Das Stichwort ist die These vom „Doux Commerce“: die These von der sanften und besänftigenden Natur wirtschaftlicher Tätigkeiten auf einem Markt.¹⁶

Die These vom „Doux Commerce“ stützt sich näher besehen auf zwei Annahmen. Gemäß der ersten Annahme zivilisieren Handel und Gewerbe die ungestümen und eruptiven *Leidenschaften* der Menschen durch den sanften Zwang der Marktgesetze hin zu kontrollierbaren und rationalisierbaren *Interessen*. Nach der zweiten Annahme prämiert der Markt bei einer rationalen Orientierung an wirtschaftlichen Interessen keineswegs einen ungehemmten Opportunismus und Egoismus auf Kosten anderer. Im Gegenteil: Eine rationale Verfolgung ökonomischer Ziele auf dem Markt sei in den meisten Fällen nur durch eine Praktizierung elementarer moralischer Verhaltensweisen möglich. Rechtschaffenheit, Ehrenhaftigkeit und Zuverlässigkeit seien notwendige Voraussetzungen für wirtschaftlichen Erfolg. Wer sich nicht dementsprechend verhalte, werde als Partner für wirtschaftliche Transaktionen nicht akzeptiert und fahre demzufolge schlechter als derjenige, der sich durch seine Moral als guter Partner für Geschäftsbeziehungen qualifiziere. Auf dem Markt gebe es demnach im Eigeninteresse gute Gründe, sich freiwillig moralkonform zu verhalten und die Interessen anderer außerhalb der Regeln fairen Wettbewerbs nicht zu schädigen.

Wenn die These vom „Doux Commerce“ zutreffend ist, dann könnte also die für den gesellschaftlichen Bestand und eine friedliche Kooperation notwendige „Minimalmoral“ vom Markt selber produziert werden – auch wenn die Teilnehmer am Marktgeschehen keine intrinsische moralische Motivation entwickeln, sondern nur in rationaler Weise ihre eigenen Interessen verfolgen.

Die These, daß der Markt in dieser Weise auch eine „Schule der Moral“ sein könnte, ist nun nicht zufällig in Vergessenheit geraten. Die historische Entwicklung der kapitalistischen Wirtschaftsweise ließ die Kräfte des Marktes weniger als sanft und zivilisierend denn als destruktiv und zerstö-

rerisch erscheinen. Insbesondere die Vorstellung, eine gesellschaftliche Ordnung, die die Kräfte des Eigennutzes und des „Materialismus“ entfesselt, könne nicht nur zu wirtschaftlicher Effizienz, sondern auch zu einer Förderung der individuellen Moral der Bürger beitragen, wurde bald als abwegig betrachtet. Der Markt präsentiert sich in dieser Sichtweise viel eher als eine „Schule des Egoismus“ anstatt als eine Schule der Moral. Das Streben nach materiellem Wohlstand und Bereicherung erschien als subversive Gewalt, die zum Zusammenbruch sozialer Gemeinschaften und menschlicher Bindungen führt und an der Stelle traditioneller Werte wie Liebe, Familie oder persönliche Ehre nur gefühllose und „entfremdete“ ökonomische Beziehungen als einzige Klammer zwischen den Menschen zuläßt.

Zwar wurde zugestanden, daß Arbeitsteilung, Handel, Gewerbe und Industrie Kräfte ausüben, die Menschen zu Kooperation und Austausch drängen. Aber im Gegensatz zu der Hoffnung der Vertreter der These des „Doux Commerce“, daß diese Kräfte zu starken und verlässlichen Fesseln des Eigennutzes werden und Moral und Selbstinteresse harmonisch zur Deckung bringen, sahen ihre Kritiker sie eher als dünne Tünche, unter der bei der geringsten Erschütterung nackter Egoismus und Zwietracht hervorbrechen müssen. Die Annahme sei falsch, daß Handel und Gewerbe zivilisiertes Verhalten und moralische Tugenden hervorbringen. Gerade umgekehrt könnten Handel und Gewerbe dauerhaft und verlässlich nur dann funktionieren, wenn ein gewisses Maß an Moral und Tugendhaftigkeit bereits existiere. Pflichtgefühl, Zuverlässigkeit, Redlichkeit und Wahrhaftigkeit müßten *vorhanden* sein, um einen vorteilhaften Austausch zwischen einander gleichgültigen Menschen in der unpersönlichen Situation auf dem Markt in Gang zu bringen.¹⁷

Damit ist der Bogen zum Anfang geschlagen: Aus der optimistischen These vom „Doux Commerce“ ist endgültig die „Selbstzerstörungsthese“ (Hirschman) geworden. Demnach braucht eine Marktgesellschaft zwar für ihre Existenz und auch für funktionierende Marktbeziehungen Moral, die Freiheit selber kann diese Moral aber nicht garantieren. Wenn man jedoch – wie hier angekündigt – diese verbreitete Auffassung in Zweifel ziehen will, dann ist es vielleicht einen Versuch wert, gegen den vielstimmigen Chor ihrer Kritiker der alten These vom „Doux Commerce“ mit modernen

theoretischen Instrumenten ein wenig neues Leben einzuhauchen. Vielleicht ist diese These näher besehen doch nicht so abwegig, wie sie angesichts der damals wie heute gängigen Klagen über den „Moloch Markt“ vielen erscheinen mag.

Dann muß man die Herausforderung jedoch auch ernst nehmen. Das heißt, daß man erstens in den Ausgangspunkt der Überlegungen keine Moral einschmuggeln darf. Ausgangspunkt muß der rational in seinem Eigeninteresse handelnde Akteur sein, der keinerlei Präferenz für ein moral-konformes Handeln mitbringt. Zweitens sollte man es sich nicht leicht machen und sollte – wie die Klassiker – als Handlungskontext den wirtschaftlichen Markt wählen, also eine soziale Umwelt, die üblicherweise nicht als moralfreundlich betrachtet wird. Läßt sich plausibel machen, daß auch unter diesen Bedingungen dennoch mit einem freiwillig moral-konformen Handeln von Akteuren gerechnet werden kann, dann sollte es leicht fallen, diese Ergebnisse für moralisch weniger problematische Umwelten zu verallgemeinern.

Die Frage, die erörtert werden soll, lautet demnach: Kann man erwarten, daß ein rational in seinem Eigeninteresse handelnder Akteur – also ein „rationaler Egoist“ – als Marktteilnehmer freiwillig ein moralisches Verhalten praktizieren wird?

Der rationale Egoist verlangt Moral

Der erste Schritt auf dem Weg, diese Frage positiv zu beantworten, ist bei näherer Betrachtung nun keineswegs schwierig. Es läßt sich leicht plausibel machen, daß sich ein rationaler Egoist auf dem Markt zwangsläufig zu einem *Moralinteressenten* entwickeln wird. Gerade angesichts der notorischen Unvollständigkeit von staatlichen und rechtlichen Institutionen bei der Sicherung eines kooperativen Verhaltens ist es ohne weiteres einleuchtend, daß jeder Marktteilnehmer im eigenen Interesse sehr gute Gründe hat, sich von anderen Personen eine freiwillige Einhaltung moralischer Normen zu wünschen. Kann man kein Vertrauen in die institutionalisierten Anreize für ein moral-konformes Handeln seiner Mitmenschen haben, wird man sich wünschen, daß sie sich auch dann moral-konform ver-

halten, wenn ihnen keine Strafe droht oder sie nicht unter formeller sozialer Kontrolle stehen – denn daß die Moral anderer für ihn selber von Nutzen ist, braucht man einem rationalen Egoisten nicht eigens zu erklären!

Auf dem Markt ist die Unvollständigkeit von Institutionen sowohl im Kontext individuellen als auch kollektiven Handelns ein Problem. Bei der individuellen Übertragung von Gütern und Leistungen geht es vor allem um die Unvollständigkeit von *Verträgen*.¹⁸ Vollständige Verträge, die alle Eventualitäten bei wirtschaftlichen Transaktionen regeln, sind aufgrund der Unvorhersehbarkeit zukünftiger Entwicklungen praktisch ausgeschlossen. Nach Vollständigkeit bei Vertragsabschlüssen zu streben und alle Schwierigkeiten bei der Vertragsabwicklung strikt nach vorher getroffenen Abmachungen zu regeln, wäre außerdem sehr umständlich und kostspielig. Jeder Akteur, der auf einem Markt Vertragsbeziehungen eingeht, wird deshalb Interesse daran haben, daß sich sein Vertragspartner freiwillig an einem „Kaufmannsethos“ orientiert: daß er seinen Vertragspflichten freiwillig nachkommt, daß er den Vertrag bei unvorhergesehenen Schwierigkeiten in fairer Weise nach Treu und Glauben umsetzt und generell gemäß dem „Geist“ der Vereinbarung und nicht nur nach ihren Buchstaben handelt.

In kollektiven Handlungszusammenhängen, wie bei der Kooperation in einem Unternehmen zur gemeinsamen Herstellung eines Produkts, werden die Grenzen für institutionalisierte Anreizsysteme durch die Unvollständigkeit von *Bürokratien* gezogen. In Organisationen kann in aller Regel weder ein lückenloses System der Leistungsmessung noch eine allumfassende Anordnungshierarchie etabliert werden. Eine komplette „Bürokratisierung“ unternehmerischer Abläufe scheitert sowohl an der praktischen Durchführbarkeit als auch an ihrer Ineffizienz. Bürokratien sind als Instrumente der sozialen Kontrolle ähnlich defizitär und in ihrer Wirksamkeit begrenzt wie Verträge bei individuellen Markttransaktionen.¹⁹ Es ist deshalb im genuinen Interesse eines Unternehmers, daß seine Partner und Mitarbeiter freiwillig nach einem „Arbeitsethos“ handeln. Er wird sich wünschen, daß sie auch ohne systematische Überwachung und Sanktionsdrohungen ihre Pflichten erfüllen und ihre Leistungsfähigkeit ausschöpfen, sich für die Ziele des Unternehmens engagieren und ihren fairen Beitrag für die gemeinsame Sache leisten.

Insgesamt ist es also keineswegs überraschend, sondern eher trivial, daß vom Interessenstandpunkt eines rationalen Egoisten aus die Moral seiner Mitmenschen nur höchst willkommen sein kann. Gerade als Marktteilnehmer kann er sich angesichts der unausweichlichen Unvollständigkeit von Verträgen und Bürokratien nur wünschen, daß seine Partner sich auch ohne wirksame institutionalisierte Anreize und insofern freiwillig die moralischen Normen eines Kaufmanns- und Arbeitsethos zu eigen machen.

Die These vom „Doux Commerce“ ist damit in einem ersten Schritt bestätigt. Es ist durchaus plausibel, daß auf einem Markt eine „Nachfrage“ nach Moral entsteht. Moral ist auch und gerade auf dem Markt „erwünscht“. Die Annahme, daß auf Märkten moralfördernde Kräfte existieren, ist nicht von vornherein absurd.

Die offenen Fragen liegen freilich ebenfalls auf der Hand: Kann diese „Nachfrage“ nach Moral auch ein entsprechendes „Angebot“ stimulieren? Kann es für einen selbstinteressierten Akteur auf dem Markt nicht nur rationale Gründe geben, als *Moralinteressent* von anderen Moral zu fordern, sondern kann es für ihn auch vorteilhaft und damit rational sein, als *Moraladressat* selber Moral zu praktizieren? Wird es bei einer „doppelten Moral“ bleiben, bei der man sich Moral von anderen wünscht, aber selber nicht bereit ist, sich an diese Moral zu halten, oder wird es zu einem „Geschäft auf Gegenseitigkeit“ kommen?

Sollte man diese Fragen nicht zufriedenstellend beantworten können, dann wäre die Identifizierung eines rationalen Egoisten als *Moralinteressent* nicht nur plausibel, sondern auch banal, weil sie in eine Sackgasse führt. Denn Moral wird unter den gegebenen Voraussetzungen erst dann *praktiziert* werden, wenn rationale Egoisten auf dem Markt auch als *Moraladressaten* gute Gründe haben, sich in ihrem Verhalten *selber* an moralischen Normen zu orientieren.

Der rationale Egoist honoriert moralisches Handeln

Es könnte vielleicht scheinen, als wenn man hier bereits kapitulieren müßte. Denn so wenig überraschend es letzten Endes ist, daß sich ein Egoist aus egoistischen Motiven *von anderen* ein nicht-egoistisches, mo-

ralisches Verhalten wünscht, so naheliegend könnte es ebenfalls sein, daß er *selber* aufgrund der gleichen Motive keinesfalls freiwillig ein moralisches Verhalten praktizieren wird. Warum sollte er Dinge tun, die vorzugsweise anderen und nicht ihm selbst zugute kommen?

Doch bei näherer Betrachtung stellt sich die Situation für „die Moral“ durchaus noch nicht als aussichtslos dar. Denn ein rationaler Egoist hat nicht nur gute Gründe, von anderen Personen ein moralisches Verhalten zu *wünschen*. Er hat darüber hinaus auch gute Gründe, ein solches Verhalten zu *honorieren*. Ein rationaler Egoist wird im Prinzip bereit sein, für das moralische Verhalten anderer Personen ihm gegenüber einen Preis zu bezahlen. Und wenn man auf einem Markt bereit ist, einen Preis für ein Gut oder eine Leistung zu bezahlen, dann hat man auch eine Chance, dieses Gut oder diese Leistung zu erhalten – jedenfalls dann, wenn der Preis dem Besitzer des Gutes oder dem Produzenten der Leistung als lohnend erscheint.

Daß ein rationaler Egoist im Prinzip bereit ist, für das moralische Verhalten anderer Personen einen Preis zu bezahlen, liegt in der Natur der Sache. Denn das moralische Verhalten anderer ist für ihn ein Gut, durch das seine Situation verbessert wird. Erhält er dieses Gut nicht kostenfrei – und damit kann er, jedenfalls solange die Moraladressaten ebenfalls rationale Egoisten sind, nicht rechnen –, dann wird er grundsätzlich gewillt sein, eine Gegenleistung zu erbringen. Vorausgesetzt, die Kosten dieser Leistung bleiben unter dem Nutzen, den das gewünschte Gut für ihn darstellt.

Darüber hinaus steht einem rationalen Egoisten auf dem Markt auch ein besonders geeignetes Zahlungsmittel zur Verfügung, mit dem er ein moralisches Verhalten seiner Partner vergüten kann: Er kann ihnen sein eigenes moralisches Verhalten als Preis für ein moralisches Verhalten ihrerseits anbieten. Sein eigenes moralisches Verhalten wird für einen Akteur in der Regel ein marktgängiges Zahlungsmittel sein, weil er in seinen Beziehungen zu anderen Marktteilnehmern nicht nur *Moralinteressent*, sondern gleichzeitig auch *Moraladressat* sein wird. Ebenso wie er selber von ihnen so werden sich auch seine Partner von ihm ein „Kaufmannsethos“ oder ein „Arbeitsethos“ wünschen, damit er sich im Rahmen ihrer Tausch- oder Produktionsbeziehungen in einer für ihre Interessen zuträglichen Weise verhält. Durch diese Interessensymmetrie eröffnet sich dann in der Tat die

Möglichkeit eines „Geschäfts auf Gegenseitigkeit“, in der Moral von beiden Seiten als Tauschgut eingesetzt wird, um ein entsprechendes Verhalten der Gegenseite zu sichern: „Wie du mir, so ich dir“.

Die eigene Moral ist nämlich nicht nur ein geeignetes Zahlungsmittel. Die eigene Moral ist in den meisten Fällen auch ein *guter Preis* für die Moral des Partners: weil das moralische Verhalten eines Gegenüber bei den üblichen Präferenzen der Menschen mehr nützt als das eigene moralische Verhalten kostet. So ist es in der Regel vorteilhafter, wenn man sich gegenseitig nicht betrügt als wenn man sich gegenseitig betrügt. Wechselseitige Moralität ist wechselseitiger Unmoral vorzuziehen. Der Austausch ihres moralischen Verhaltens stellt die Beteiligten besser, als wenn sie auf diesen Tausch verzichten. Kooperation ist besser als Konflikt.²⁰

Daraus folgt, daß ein rationaler Egoist als *Moraladressat* Moral dann praktizieren wird, wenn er mit diesem Verhalten Moral als *Moralinteressent* durchsetzen kann. Seine Position als „natürlicher“ Interessent an dem moralischen Verhalten anderer ist entgegen dem ersten Anschein auch der Schlüssel für sein eigenes moralisches Verhalten. Es führt ein Weg von den selbstbezogenen Wünschen *an* andere zu der Erfüllung dieser Wünsche *für* andere – weil es eben besser ist, sich diese Wünsche gegenseitig zu erfüllen, als sie gegenseitig nicht zu erfüllen.²¹

Auf dieser Basis kann sich zwischen Marktteilnehmern ein *Reziprozitätsmechanismus* etablieren. Funktioniert ein solcher Mechanismus, wird es für jeden Beteiligten von Vorteil sein, auf das moralische Verhalten seiner Gegenüber mit einem moralischen Verhalten zu antworten, ebenso wie er ein unmoralisches Verhalten durch ein entsprechendes Verhalten seinerseits sanktionieren wird. Ein solcher Reziprozitätsmechanismus produziert *informelle, nicht-institutionalisierte* Anreize für ein freiwilliges moralisches Handeln in individuellen und kollektiven Handlungszusammenhängen.²²

Der „Schatten der Zukunft“ und das „Meer der Anonymität“

Dieser Versuch einer Weiterentwicklung und Verteidigung der These vom „Doux Commerce“ muß allerdings mit einer ebenso weiterentwickelten

Kritik rechnen. Von seiten dieser Kritik wird meistens nicht bestritten, daß von reziproken Beziehungen Anreize für ein kooperatives und moralkonformes Verhalten ausgehen. Sie bestreitet jedoch, daß die Voraussetzungen für die Wirksamkeit eines Reziprozitätsmechanismus auf dem Markt einer modernen Gesellschaft in ausreichendem Maße erfüllt sind.

Ein solcher Mechanismus beruhe nämlich auf zwei notwendigen Bedingungen: Erstens müsse die Beziehung zwischen den Beteiligten dauerhaft sein und dürfe nicht nur eine kurze oder von vornherein überschaubare Zeitspanne umfassen. Ein „Schatten der Zukunft“²³ müsse vorhanden sein. Zweitens dürfe es kein „Meer der Anonymität“²⁴ geben, in das ein Übeltäter nach einer Tat ohne Sanktionierung untertauchen kann, um sich unerkannt und unbelastet neue Opfer suchen zu können. Diese beiden Bedingungen seien jedoch auf dem typischen Markt einer modernen Gesellschaft selten realisiert.

Zum einen führe die hohe *Mobilität* in einer solchen Gesellschaft dazu, daß Beziehungen generell, aber insbesondere Marktbeziehungen, häufig nur kurzfristigen Charakter hätten, daß den Beteiligten also bekannt sei, daß sie nicht unter einem „Schatten der Zukunft“ leben. Die Beziehungen auf einem Markt beschränkten sich häufig auf Transaktionen, die einmalig blieben oder nur wenige Male wiederholt würden. Außerdem könne man eine wirtschaftliche Beziehung oft bei keinen oder nur geringen Kosten abbrechen, weil auf großen Märkten neue Partner fast nach Belieben zur Verfügung stünden. Vor allem solche „Exit-Optionen“ seien destruktiv für einen Reziprozitätsmechanismus, weil man sich damit den für diesen Mechanismus typischen Sanktionen entziehen kann und der Partner jederzeit mit einer „Hit-and-run“-Strategie rechnen muß. Zusätzlich erleichtere es die schon fast sprichwörtliche *Anonymität* in modernen Marktgesellschaften, der Vergeltung durch aktuelle und potentielle Partner zu entgehen. Angesichts der Schwierigkeit, zuverlässige Informationen über Personen und ihr Verhalten in der Vergangenheit zu erhalten, gebe es kaum einen Schutz vor „Defektoren“, die nur auf die Ausbeutung und Übervorteilung ihrer Partner aus sind.

Gemäß dieser Kritik wären also nicht nur staatlich und rechtlich gestützte institutionalisierte Anreize unzureichend, um das für eine stabile soziale Ordnung notwendige Ausmaß an moralkonformem Handeln si-

cherzustellen. Darüber hinaus würden auch nicht-institutionalisierte, informelle Anreize für diesen Zweck *nicht* ausreichen. So wird zwar nicht prinzipiell bezweifelt, daß unter bestimmten Bedingungen rational und eigeninteressiert handelnde Akteure sich für ein kooperatives Handeln und damit für die Einhaltung einer „Kooperationsmoral“ entscheiden werden. Ein solches Handeln könne man von ihnen als Mitgliedern einer entwickelten Marktgesellschaft aber gerade nicht erwarten. Hier seien durch die hohe Mobilität und Anonymität notwendige Voraussetzungen für wirksame Anreize zu einem moralkonformen Handeln eben nicht erfüllt. Könne man seine Partner nach Belieben wechseln und bleibe das Fehlverhalten anderen gegenüber unbekannt, dann fahre nicht derjenige am besten, der sich treulich gemäß einem „Kaufmanns-“ oder „Arbeitsethos“ verhalte, sondern derjenige, der versuche, seine Partner bei den sich auf einem modernen Markt zahlreich bietenden Gelegenheiten zu hintergehen und zu übervorteilen.

Diese häufig geäußerten Zweifel an der Wirksamkeit eines Reziprozitätsmechanismus unter den Bedingungen des Marktes können zumindest relativiert werden. Der Reziprozitätsmechanismus ist erheblich robuster als angenommen:

1. Auch in Situationen, die für die Beteiligten eine kostengünstige Exit-Option mit einer anscheinend attraktiven Hit-and-run-Strategie eröffnen, ist ein Reziprozitätsmechanismus nicht generell unwirksam. Die wechselseitigen Vorteile aus kooperativen Beziehungen können selbst dann noch überwiegen, wenn man sich nicht dagegen schützen kann, daß Defekteure solche Beziehungen jederzeit ohne Sanktion verlassen können. Ein Prinzip der selektiven Kooperation mit denjenigen, mit denen man funktionierende reziproke Beziehungen hat, kann ebenso erfolgreich sein wie ein Prinzip der Vergeltung.²⁵

2. Das „Meer der Anonymität“, in das man nach einem moralwidrigen Verhalten unerkannt untertauchen und ohne Stigma wieder auftauchen kann, scheint ideale Bedingungen für einen Defekteur zu bieten. Es zeigt sich jedoch, daß ein solches „Meer der Anonymität“ auch den Defekteuren selber schadet und nicht nur eine Bedrohung für die Kooperateure darstellt. Denn in dem Maße, in dem die Kooperateure an einer selektiven Kooperation mit denjenigen festhalten, die sich ihrerseits als kooperativ erweisen,

werden sich die Defekteure im „Meer der Anonymität“ unter ihresgleichen befinden und dementsprechend schlecht werden ihre Chancen sein, gutwillige Kooperateure auszubeuten.²⁶

3. Das Ausmaß an Anonymität und Mobilität, das kennzeichnend für Märkte in modernen Gesellschaften sein soll, wird erheblich übertrieben. Erstens spielen sich geschäftliche Beziehungen oft in Branchen ab, in denen der Informationsfluß sehr dicht ist und in denen sich die Beteiligten gut kennen. Zweitens sind Geschäftsbeziehungen nicht selten von großer Stabilität und Dauerhaftigkeit. Und schließlich sind Marktbeziehungen von Akteuren häufig in soziale Netzwerke außerhalb des Marktes „eingebettet“.²⁷

4. Man unterschätzt den Erfindungsreichtum der Akteure, auf dem Markt raffinierte informelle Anreizsysteme der unterschiedlichsten Art zu etablieren. In Situationen, in denen das Risiko besteht, daß die empirischen Bedingungen für einen wirksamen Reziprozitätsmechanismus nicht erfüllt sind, können die Akteure in vielen Fällen selber dafür sorgen, daß solche Bedingungen hergestellt werden.²⁸

Doch die Skepsis gegenüber der Wirksamkeit eines Reziprozitätsmechanismus auf einem modernen Markt enthält letztlich einen wahren Kern. Er ist jedoch weniger mit der Anonymität und Mobilität in einer Marktgesellschaft verbunden. Entscheidend für die Grenzen des Reziprozitätsmechanismus ist vielmehr die Tatsache, daß es in Beziehungen wechselseitigen Austauschs und in der Zusammenarbeit innerhalb von Unternehmen regelmäßig einen „Schleier des Nichtwissens“ gibt, hinter dem sich Gelegenheiten eröffnen, die Normen der Moral und Kooperation *unerkannt* zu verletzen. Wenn aber Handlungsweisen unbekannt bleiben oder einem Akteur nicht zurechenbar sind, dann kann auch ein Reziprozitätsmechanismus prinzipiell nicht wirksam werden. Wenn ich nicht weiß, daß mein Partner eine moralwidrige Handlung begeht, oder wenn ich nicht weiß, wer eine moralwidrige Handlung begangen hat, dann kann ich auch nicht mit einer reziproken Sanktion darauf reagieren.

Ein solcher „Schleier des Nichtwissens“ existiert sowohl in individuellen als auch – und besonders – in kollektiven Handlungszusammenhängen. Bei dem Transfer von Gütern und Leistungen bestehen in der Regel Informationsasymmetrien im Hinblick auf die Eigenschaften dieser Güter und

Leistungen, die opportunistisch mit der Vortäuschung von Produkt- und Arbeitsqualität ausgebeutet werden können. Solche Verhaltensweisen sind keineswegs immer offenkundig und können in vielen Fällen auch nicht offenkundig gemacht werden.

Wenn nur ein Reziprozitätsmechanismus als Garant von moralischen Verhaltensweisen wirksam wäre, dann würden rationale Egoisten als Moraladressaten hinter einem „Schleier des Nichtwissens“ also *kein* moraliskonformes Verhalten praktizieren. Geht man darüber hinaus von der – plausiblen – Annahme aus, daß solche Gelegenheiten keine Ausnahmen von der Regel darstellen, sondern im Gegenteil ein Kernproblem für marktliche Transaktionen (und die Gesellschaft und soziale Ordnung insgesamt) berühren,²⁹ dann ergibt sich daraus ein entscheidendes Argument gegen die Hoffnung, daß rationale Egoisten auf einem Markt in ausreichendem Maße Anreize für ein moraliskonformes Handeln ausgesetzt sein könnten. Es ginge dann um einen Bedarf nach Moral in Situationen, in denen sie durch einen Reziprozitätsmechanismus *nicht* zur Verfügung gestellt werden kann.

Sind nun diese Grenzen des Reziprozitätsmechanismus auch die endgültigen Grenzen für rationale Egoisten, auf einem Markt ein moraliskonformes Handeln zu praktizieren? Vergegenwärtigen wir uns noch einmal die Ausgangspunkte. Ausgangspunkte sind der rationale Egoist und die Wünsche, die er als Marktteilnehmer im Hinblick auf das Verhalten seiner Partner in Markttransaktionen und in Unternehmen hat. Folgt aus der Tatsache, daß der Reziprozitätsmechanismus als anfällig und begrenzt betrachtet werden muß, daß ein rationaler Egoist aus seiner Perspektive dann auch keine weiteren moralischen Ansprüche gegenüber seinen Marktpartnern mehr artikulieren wird? Werden sich seine Wünsche nach der Moral seiner Mitmenschen auf diejenige Moral beschränken, die im Rahmen eines Reziprozitätsmechanismus realisiert werden kann? Erst wenn ein Moralinteressent in dieser Weise resignieren würde, wären auch unsere theoretischen Bemühungen an ihrem Ende. Doch das ist nicht der Fall.

Der rationale Egoist honoriert moralische Tugend

Wenn einem rationalen Egoisten als Marktteilnehmer bewußt wird, daß allein durch eine reziproke Reaktion auf das feststellbare Handeln seiner Partner ihre Moralkonformität nicht in ausreichendem Maße sichergestellt werden kann, dann folgt daraus nicht, daß er sein Interesse an der Moral anderer verlieren wird. In gewisser Weise gilt das Gegenteil: Sein Interesse wird sich nicht mehr nur auf ein Interesse an moralischen *Handlungen* beschränken, sondern er wird ein Interesse an moralischen *Personen* entwickeln! Die Aufmerksamkeit eines Moralinteressenten wird nicht mehr allein der Frage gelten, welche *Art von Verhalten* von anderen an den Tag gelegt wird. Er wird zunehmend Wert darauf legen, mit welchen *Arten von Handelnden* er es zu tun hat.

Das heißt, daß sich ein rationaler Egoist auf dem Markt angesichts seiner unvollständigen Informationen und der daraus folgenden mangelnden Kontrolle über die Verhaltensweisen anderer Personen Partner wünschen wird, die *intrinsisch* zu einem moraliskonformen Handeln motiviert sind, die eine *Disposition* zu einem moralischen Handeln besitzen.³⁰ Er muß ein Interesse daran haben, daß die Personen, mit denen er kooperiert, moralische Normen auch *unabhängig* von äußeren Anreizen aufgrund eigener Antriebe befolgen – im Gegensatz zu Personen, die als reine „Opportunisten“ keine intrinsische Motivation zu einem moraliskonformen Handeln besitzen und nur bei entsprechenden äußeren Anreizen moraliskonform handeln. In Anlehnung an einen traditionellen Begriff kann man sagen, daß ein rationaler Egoist ein Interesse an Kooperationspartnern entwickeln wird, die über *Tugend* verfügen.

Der Grund für dieses Interesse ist offensichtlich: Personen mit einer solchen Eigenschaft werden sich als Partner in marktlichen Beziehungen auch dann gemäß den Normen fairer Kooperation verhalten, wenn ihre Handlungen hinter einem „Schleier des Nichtwissens“ unbekannt bleiben und ein Reziprozitätsmechanismus nicht mehr wirksam sein kann. Die Einsicht in die Grenzen eines Reziprozitätsmechanismus, so läßt sich also feststellen, *schwächt* nicht die Nachfrage nach Moral, sondern *verstärkt* sie sogar noch. Insofern ist auch der Moralbedarf in einer sozialen Umwelt, in der ein Reziprozitätsmechanismus nicht mehr verläßlich wirkt, größer als in

einer Situation, in der – etwa in den engen Grenzen einer traditionellen Gesellschaft – ein solcher Mechanismus aufgrund einer lückenlosen sozialen Kontrolle reibungslos funktioniert.

Aber ein rationaler Egoist wird sich die Tugend anderer Personen nicht nur wünschen. Ebenso wie im Fall eines „nur“ moralischen Handelns hat er auch im Fall der Tugend gute Gründe, eine solche Eigenschaft mit der Währung seines Wohlbefindens zu honorieren. Er wird die Tugend seiner Partner mit seiner eigenen Moral und Kooperationsbereitschaft belohnen und rein extrinsisch motivierte Opportunisten, die in jeder Handlungssituation nur ihren eigenen Nutzen zu maximieren trachten, mit seiner eigenen Unmoral und einem Kooperationsabbruch bestrafen. Und auch in diesem Fall wird die Leistung, die er erhält, den Preis, den er zu entrichten hat, deutlich an Wert übertreffen. Es geht dann allerdings nicht mehr um eine reziproke Reaktion auf einzelne Handlungsweisen. Es geht um eine Reaktion auf die Eigenschaften, den „Charakter“ einer Person. Eine solche Reaktion besteht dementsprechend auch nicht in einem singulären „Tit-for-tat“, sondern darin, daß man eine andere Person entweder als Kooperationspartner grundsätzlich akzeptiert oder grundsätzlich ablehnt.

Grundlage eines Reziprozitätsmechanismus sind Annahmen von Akteuren über die *Handlungen* ihrer Interaktionspartner. Legt man dagegen Wert auf ihre Tugenden, sind Annahmen über ihre *Eigenschaften* grundlegend. Wenn bei anderen Akteuren bestimmte Annahmen über – positive oder negative – Eigenschaften einer Person existieren, bezeichnet man das als den „Ruf“ oder die „Reputation“ dieser Person. Man kann deshalb sagen, daß durch die Reaktion auf persönliche Eigenschaften anstatt auf einzelne Handlungen an die Stelle eines Reziprozitätsmechanismus ein *Reputationsmechanismus* tritt.³¹

Entscheidend ist für die hier erörterte Fragestellung, daß ein wirksamer Reputationsmechanismus den Besitz moralischer Tugenden ebenso lohnend machen kann wie ein funktionierender Reziprozitätsmechanismus die Ausführung moralischer Handlungen. Denn ein funktionierender Reputationsmechanismus kann dafür sorgen, daß selektiv nur mit denjenigen Personen kooperiert wird, die über Tugenden verfügen, und diejenigen von kooperativen Beziehungen ausgeschlossen werden, die als Opportunisten die gewünschten Tugenden vermissen lassen. Unter dieser Bedingung ist

der Besitz von Tugenden die notwendige Voraussetzung dafür, die fundamentalen Vorteile aus der Teilnahme an kooperativen Beziehungen zu realisieren. Und ebenso wie bei einem Reziprozitätsmechanismus gilt auch bei einem Reputationsmechanismus das Gesetz, daß die langfristigen Gewinne aus einer erfolgreichen Kooperation die kurzfristigen Gewinne aus einem opportunistischen Verhalten in der Regel deutlich überwiegen.³²

Wenn also ein Reputationsmechanismus mit einer ausreichenden Wirksamkeit funktioniert und sich ihre Tugenden demnach für Personen über kurz oder lang auszahlen, dann ist es auch von einem Interessenstandpunkt aus nützlich, eine Disposition zu einem moralischen Handeln zu erwerben. Es wird unter dieser Bedingung im rationalen Eigeninteresse sein, nicht immer dem Eigeninteresse zu folgen. Ein funktionierender Reputationsmechanismus erzeugt insofern Anreize, nicht nur moralisch zu *handeln*, sondern auch zu *einem moralischen Menschen zu werden*. Paradox ausgedrückt liefert er egoistische Gründe, kein Egoist mehr zu sein.

Da der Wunsch nach der Tugend des Kooperationspartners in den meisten Beziehungen wechselseitig sein wird, kann der Reputationsmechanismus in dieser Hinsicht ebenso wie ein Reziprozitätsmechanismus wirken. Es wird für einen rationalen Egoisten als Tugendinteressenten dann nicht ausreichen, wenn er als Preis für eine intrinsische moralische Motivation seines Partners seine eigene Moral und Kooperationsbereitschaft nur auf der Handlungsebene „anbietet“. Der Adressat seiner Wünsche wird vielmehr ebenfalls die Tugend seines Gegenüber fordern, wenn dieser als Partner akzeptiert werden will. Ähnlich wie bei einem Reziprozitätsmechanismus wird es deshalb auch bei einem wirksamen Reputationsmechanismus zu einer wechselseitigen Produktion von Moral beziehungsweise Tugend kommen. Und ebenso wie im Fall des Reziprozitätsmechanismus führt somit auch im Fall des Reputationsmechanismus potentiell ein Weg von den Wünschen, den ein rationaler und eigeninteressierter Akteur an die Moral und Tugend anderer hat, zu seiner eigenen Moral und Tugend.

Ein wirksamer Reputationsmechanismus wäre demzufolge in der Lage, rationale Egoisten nicht nur zu motivieren, sich aus wohlverstandenen Eigeninteresse moralisch zu verhalten, sondern er könnte rationale Egoisten auch dazu motivieren, sich aus wohlverstandenen Eigeninteresse in Menschen mit einer intrinsischen moralischen Motivation zu verwandeln.³³

Damit wäre er in einem entscheidenden Punkt robuster als ein Reziprozitätsmechanismus. Er könnte ein moralisches Verhalten auch dann noch sicherstellen, wenn Informationen über die Handlungsweisen anderer Personen nicht mehr erlangt werden können und damit eine direkte soziale Kontrolle nicht mehr möglich ist. Die Grenzen der Reziprozität sind Grenzen des Wissens über *Handlungen*. Die Grenzen der Reputation sind Grenzen des Wissens über *Eigenschaften*. Ein Reputationsmechanismus kann ein moralisches Handeln deshalb auch dann noch fördern, wenn Wissen und Kontrolle über Handlungen *enden*.

Der rationale Egoist kann Tugend vortäuschen

Ein Reputationsmechanismus scheint dennoch eine entscheidende Schwäche zu besitzen, die unmittelbar mit seiner Stärke zusammenhängt. Es ist zwar richtig, daß ein Reputationsmechanismus auch dann noch funktionieren kann, wenn vollständige Informationen über die Handlungen der Beteiligten nicht zu erhalten sind. Aber ist die Voraussetzung, die dafür erfüllt sein muß, nämlich verlässliche Informationen über die *Eigenschaften* anderer Personen zu erlangen, nicht ungleich voraussetzungsreicher? Schließlich kann man auch die Eigenschaften einer Person nur über eine Kenntnis ihrer Handlungen erschließen. Und ist es wirklich plausibel, daß man in einem Marktkontext die notwendigen Informationen über die Eigenschaften von Personen erhalten kann, wenn es doch an ausreichenden Informationen über ihre Handlungen gerade fehlen soll?

Das ist im Prinzip möglich, weil man nicht *alle*, sondern nur *einige* Handlungen einer Person kennen muß, um zu begründeten Rückschlüssen auf ihre Eigenschaften in der Lage zu sein. Es ist also durchaus denkbar, daß man auch in Situationen, in denen einem sogar der Großteil der Handlungen einer Person unbekannt bleiben, dennoch zu fundierten Annahmen über ihren Charakter und ihre Dispositionen gelangen kann.

Es kommt allerdings ein Problem hinzu. Man kann immer nur von den bekannt gewordenen Handlungen einer Person auf ihre Eigenschaften schließen. Auf die Handlungen, die unbekannt bleiben, kommt es aber gerade an, wenn man an der Tugend einer Person Interesse hat. Denn man

will ja möglichst sicher sein, daß gerade in den Fällen, in denen eine Kontrolle ihrer Handlungen nicht mehr möglich ist, sich die betreffende Person trotzdem moralkonform verhält.

Aus dieser Tatsache entsteht ein Anreiz zur bloßen *Vortäuschung* einer gewünschten Tugend, solange man unter Beobachtung steht, um dann bei den sich bietenden Gelegenheiten unerkannt von den Vorteilen eines opportunistischen Verhaltens zu profitieren. Dieser Anreiz zur Täuschung muß vor allem dann ernst genommen werden, wenn es um die These geht, daß Eigeninteresse und Tugend in Übereinstimmung sind und konsequente Egoisten Gründe zur Adaptation moralischer Tugenden haben. Platon war dezidiert anderer Ansicht, wenn er Adeimantos sagen läßt: „Bin ich ungerecht und weiß mir nur den Schein der Gerechtigkeit zu verschaffen, so wird mir ein göttliches Leben verheißen“. Für Platon schließt insbesondere die Möglichkeit der Täuschung eine Versöhnung von Eigeninteresse und Tugend aus.

Eine umfassende Behandlung dieser Problematik würde den hier gegebenen Rahmen sprengen.³⁴ Sie muß aber vor allem zwei Aspekte berücksichtigen: Die *Risiken* und *Kosten*, die mit der Praktizierung einer Täuschungsstrategie für den Täuscher verbunden sind. Diese Risiken und Kosten machen die Wahl einer solchen Strategie keineswegs automatisch zu einer nutzenmaximierenden Entscheidung.

Zu den spezifischen *Risiken* einer Täuschungsstrategie gehört erstens, daß Tugenden als Charaktermerkmale komplexe Dispositionen sind, für deren Existenz es eine ganze Anzahl direkter und indirekter Hinweise gibt. Von besonderer Relevanz ist die Tatsache, daß solche Eigenschaften auch mit bestimmten *emotionalen* Reaktionsweisen verknüpft sind. Täuscher reagieren affektiv zwangsläufig anders als authentisch handelnde, integre Personen. Emotionen und ihre Signale sind aber besonders schwer zu kontrollieren und zu simulieren. Durch unglaubliches Verhalten kann man sich in dieser Hinsicht leicht einem Verdacht aussetzen, der das Risiko einer Enttarnung generell vergrößert.

Zweitens ist es für einen Täuscher schwer, Fehler zu vermeiden. Es besteht ein erhebliches Risiko, Situationen falsch einzuschätzen und sich durch unbedachte Äußerungen oder Handlungen zu verraten. Täuschung soll und muß sich für den Täuscher lohnen. Vermeintliche „goldene Gele-

genheiten“, um eine Täuschung auszunutzen, können deshalb in Versuchung und zu vorschnellen Handlungen führen. Die Neigung von Menschen, bei ihren Entscheidungen den naheliegenden Gewinn unverhältnismäßig attraktiv zu finden, kann hierbei zusätzlich eine fatale Wirkung haben.

Drittens schließlich spielt der Täuscher ein Alles-oder-nichts-Spiel. Sich eine falsche Reputation aufzubauen ist aufwendig und zeitintensiv. Ein einziger Irrtum, der zur Entlarvung führt, kann aber alles zunichte machen und eine Person auf Dauer von kooperativen Beziehungen ausschließen. Täuscher leiden hier unter der Asymmetrie, daß noch so viele moralkonforme Handlungen das Vorhandensein moralischer Tugend zwar nicht beweisen können, daß aber schon eine einzige eindeutige und unwiderlegbare moralwidrige Handlung beweisen kann, daß *keine* Tugend vorliegt.

Zu den spezifischen *Kosten* einer Täuschungsstrategie zählen sowohl objektive als auch subjektive Kosten. Zu den *objektiven* Kosten gehören die Informations- und Entscheidungskosten, die ein Täuscher tragen muß, um „goldene Gelegenheiten“ von denjenigen Situationen zu unterscheiden, bei denen ihm Enttarnung, Sanktionen und Ausschluß drohen. Hierbei kann es sich um sehr schwierige und komplizierte Entscheidungen mit entsprechend hohen Kosten handeln. Zu den *subjektiven* Kosten gehören der Verlust an Natürlichkeit und Spontaneität, den jeder Täuscher hinnehmen muß. Er ist gezwungen, ein Doppelleben zu führen mit einem hohen Maß an Selbstkontrolle und Anspannung der Aufmerksamkeit. Er erfährt darüber hinaus einen Verlust an persönlicher Integrität, der dazu führt, daß er die Vorteile vertrauensvoller und authentischer interpersonaler Beziehungen zu anderen Menschen nicht mehr wahrnehmen kann.³⁵

Nimmt man die zahlreichen Risiken und Kosten einer Täuschungsstrategie zusammen, dann spricht die Bilanz also keineswegs von vornherein zugunsten einer bloßen Vortäuschung von Tugend – auch wenn man allein nach dem Maßstab des Eigeninteresses wertet. Täuschung ist anstrengend, aufwendig, unangenehm und ständig mit der Gefahr der Entlarvung und einer endgültigen Stigmatisierung als Schwindler und Opportunist verbunden. Daß „ehrlich am längsten währt“ und eine Täuschungsstrategie einem authentischen Handeln langfristig unterlegen ist, ist alles andere als ausge-

schlossen. Der beste Weg, tugendhaft zu *scheinen*, kann in der Tat darin bestehen, tugendhaft zu *sein*.

Die Erfolgsaussichten für Täuscher und Heuchler hängen allerdings entscheidend davon ab, wie in den für sie relevanten Handlungskontexten die Risiken und Kosten einer Täuschungsstrategie im einzelnen ausfallen. Im Sinne der Ausgangsfrage, ob man erwarten kann, daß ein rational in seinem Eigeninteresse handelnder Akteur als Marktteilnehmer ein moralisches Verhalten praktizieren wird, geht es also um das Problem, ob auf einem *Markt* diese Risiken und Kosten in der Regel eher hoch oder eher niedrig ausfallen werden.

Analysiert man soziale Strukturen auf dem Markt unter diesem Gesichtspunkt, dann zeigt sich, daß vor allem innerhalb von *Unternehmen* für Täuscher ein schwieriges Terrain besteht. Entgegen verbreiteten Annahmen der ökonomischen Unternehmenstheorie³⁶ erscheint das Unternehmen dann weniger als eine riskante Umwelt für opportunistisches *Verhalten*, sondern vielmehr als eine riskante Umwelt für *Opportunisten*. Risiken und Kosten für eine Täuschungsstrategie sind hier typischerweise hoch. Insofern man sich in einem arbeitsteiligen Kooperationszusammenhang einer relativ intensiven Beobachtung ausgesetzt sieht, sind die Bedingungen für das Verheimlichen einer Täuschungsstrategie grundsätzlich ungünstig. Unternehmen sind außerdem häufig hochgradig komplexe und unübersichtliche Organisationen, in denen die für einen Täuscher zentralen Entscheidungen zwischen konformen und opportunistischen Verhaltensweisen nicht einfach zu treffen sind – Informations- und Entscheidungskosten sind dementsprechend hoch. Eine Entlarvung und damit ein Verlust an Reputation kann besonders gravierende Konsequenzen haben. Es geht dabei nicht nur das durch die bisherige Mitgliedschaft in einem Unternehmen angesammelte Kapital verloren. Aufgrund der häufig gut funktionierenden Informationsnetzwerke zwischen Unternehmen kann es zu einer dauerhaften Stigmatisierung mit entsprechend schlechten Chancen für den Zugang zu anderen kooperativen Beziehungen kommen.³⁷ Schließlich wird man den Verlust an persönlicher Integrität bzw. den Verlust an authentischen Beziehungen zu anderen Menschen besonders stark spüren, wenn man gemeinsam mit ihnen Mitglied in einer Gemeinschaft ist.

In Unternehmen werden demzufolge Risiken und Kosten einer Täuschungsstrategie in der Regel hoch sein. Es bestehen insofern günstige Aussichten, daß sich die Waage zugunsten der Vorteile einer authentischen Handlungsweise neigt. Integere Personen werden die Chance haben, daß sie auf Dauer besser fahren als geschickte Opportunisten, weil Tugendinteressenten in Unternehmen die Chance haben, Täuscher und Schwindler zu identifizieren und ihre Kooperation auf Personen zu beschränken, die tatsächlich Tugend besitzen. Unternehmen sind daher gute Kandidaten für *tugendgenerierende* Situationen. In ihnen besteht eine Nachfrage nach Tugend, aber es besteht auch die realistische Möglichkeit, daß diese Nachfrage befriedigt werden kann.

Aber das gilt nicht *nur* für Unternehmen. Insoweit andere Situationen auf einem Markt analoge Strukturen aufweisen, trifft auch für sie zu, daß die Risiken und Kosten einer Täuschungsstrategie unter Umständen prohibitiv hoch werden. Wer in dauerhaften Geschäftsbeziehungen mit einer überschaubaren Gruppe von Partnern steht, wer in ökonomische und soziale Netzwerke „eingebettet“ ist und für wen viel auf dem Spiel steht, der wird auch in seinen Marktbeziehungen außerhalb von Unternehmen gute Gründe haben, seine Reputation durch Täuschungsversuche nicht leichtfertig auf das Spiel zu setzen. Die bereits genannten Bedingungen, die auf dem Markt der Robustheit eines Reziprozitätsmechanismus förderlich sind, fördern dabei auch die Robustheit eines Reputationsmechanismus.

Der rationale Egoist wird tugendhaft

Das Resümee lautet, daß man die Behauptung zumindest erschüttern kann, daß die Freiheit in einer modernen liberalen Gesellschaft keine endogenen Kräfte der Moralproduktion hervorbringt. Selbst wenn man von strikt eigeninteressiert handelnden Akteuren auf einem Markt ausgeht, läßt sich plausibel machen, daß sich das Interesse dieser Akteure in einer spezifischen Weise auf moralische Verhaltensweisen richten wird – auch wenn es zunächst immer die Moral der anderen ist, die für sie selber nützlich ist. Auf diese Weise kann aber aus den Handlungen freier Akteure spontan ein „Markt der Tugend“ entstehen, auf dem sich eine Nachfrage nach morali-

schen Personen herausbildet. Diese Nachfrage kann zu einem entsprechenden Angebot führen, weil die Tatsache, daß eigeninteressierte Personen wollen, daß *andere* moralisch handeln, dazu führen kann, daß es sich für eigeninteressierte Personen lohnt, *selber* moralisch zu handeln.

Zwei soziale Mechanismen sind für die Dynamik eines solchen Markts der Tugend verantwortlich. Zum einen ein Reziprozitätsmechanismus, der zu Anreizen für ein wechselseitig moralkonformes *Handeln* führt. Zum anderen ein Reputationsmechanismus, der Anreize zur wechselseitigen Herausbildung von Tugenden, also von *Dispositionen* zu einem moralischen Handeln, erzeugt. Es gibt für beide Mechanismen die Chance, daß die Bedingungen für ihre Wirksamkeit auf dem Markt einer modernen Gesellschaft verwirklicht sind. Es erscheint weiterhin als wahrscheinlich, daß die Bedingungen, die für beide Mechanismen günstig sind, *außerhalb* des Marktes in anderen sozialen Beziehungen ebenfalls und sogar in höherem Maße realisiert sein dürften.

Selbst wenn diese Mechanismen wirksam sind, kann man freilich nicht davon ausgehen, daß sie zu einer flächendeckenden Moralproduktion beitragen können. Man muß vielmehr mit Artenvielfalt im Tugendbiotop rechnen. Ökologische Nischen für Opportunisten wird es immer geben, weil Investitionen in die Aufdeckung und Entlarvung von Schwindlern und Heuchlern nicht grenzenlos rentabel sind, weil die Aufmerksamkeit und der Wille zur Durchsetzung von Moral und Tugend in dem Maße erlahmen werden, wie in einer Gesellschaft eine in dieser Hinsicht zufriedenstellende Situation besteht, weil in verschiedenen Kontexten die Anreizstrukturen sich erheblich unterscheiden und weil schließlich Machtunterschiede zwischen sozialen Akteuren nicht immer zu einer *wechselseitigen* Verstärkung moralischen Handelns führen werden. Theoretisch plausibel ist auch unter optimalen Bedingungen ein Mix zwischen integren Personen, die authentisch moralisch handeln, und Opportunisten, die Moral und Tugend nur vorspiegeln.³⁸ Aber das ist schließlich auch ein empirisch realistisches Ergebnis.

Ein wichtiger Aspekt in diesem Zusammenhang besteht darin, daß in einer Gesellschaft auch tatsächlich Tugend als intrinsische Motivation zu einem moralischen Handeln belohnt wird und nicht nur äußere Anpassungsbeflissenheit. In diesem Sinne ist Kontrolle gut, Vertrauen aber besser.

Denn ein Setzen auf extrinsische Anreize zu einem moralkonformen Handeln und ein Zuviel an äußerer Kontrolle kann zu einer Verdrängung, anstatt zu einer Verstärkung der Tugend führen.³⁹ Verstärkt wird Tugend dagegen durch eine Vertrauensvergabe. Vertrauen ist in diesem Sinne sowohl Folge als auch Ursache für die Entstehung von Tugend. Dieser Punkt kann hier nicht vertieft werden.⁴⁰

Freiheit und Universalisierung der Moral

Selbst wenn der unwahrscheinliche Fall vorläge, daß alle Überlegungen zutreffend sind, die bislang angestellt wurden, so wird man den kommunistischen Kritikern der liberalen Gesellschaft dennoch in einem Punkt zustimmen können. Moral und Tugend werden in einer solchen Gesellschaft alles in allem nicht in dem gleichen Ausmaß produziert und geschützt werden können wie in den engen und überschaubaren Verhältnissen traditionaler Gesellschaften.

Der daraus oftmals gespeiste „Mythos der Gemeinschaft“ übersieht aber, daß solche geschlossenen Gesellschaften Anreize zur Ausbildung vor allem von Partikularmoralen bieten, das heißt von Moralordnungen, die exklusiv die Interessen von Gruppenmitgliedern schützen, Nicht-Mitglieder dagegen mehr oder weniger drastisch ausgrenzen. In den Verhältnissen von Gesellschaften mit festen Grenzen und stabilen Mitgliedschaften gibt es keinen Grund, Außenstehende und „Fremde“ in den Schutz der Moral einzubeziehen.

Erst in offenen Gesellschaften mit durchlässigen Gruppengrenzen, mit Mobilität und Fluktuation ihrer Mitglieder und einer grenzüberschreitenden Kooperation, mit einer Auflösung traditionaler Schranken und Beziehungen gibt es Gründe für Moralinteressenten, von anderen Menschen eine universalisierte Moral zu verlangen, die auch die Interessen Außenstehender berücksichtigt. Erst wenn Kooperationsinteressen sich aus lokalen Restriktionen lösen und politische Machtinteressen durch wirtschaftliche Marktinteressen abgelöst werden, wird es auch von einem Interessenstandpunkt aus rational, eine universalisierte Moral zu etablieren, die über die eigene Gruppe hinausreicht und damit eine Kooperation mit beliebigen

Partnern ermöglicht. Es ist gerade die oft beklagte Anonymität und Mobilität der modernen Marktgesellschaft, die die empirische Grundlage für die Herausbildung einer universalisierten Moral darstellt, in der die Interessen aller unparteiliche Berücksichtigung finden.⁴¹

Allerdings muß ebenfalls zugegeben werden, daß die Menschen in einer kapitalistischen Gesellschaft eine Erziehung zu „pragmatischer Diesseitigkeit“ (Joseph Schumpeter) und zu einer Orientierung an den eigenen Interessen erfahren. Das spiegelt sich auch in der Prämisse der hier angestellten Überlegungen, wonach sich Moral und Tugend in der Bilanz für den einzelnen lohnen müssen – auch wenn der Besitz von Tugend dazu führt, daß man im *Einzelfall* seine Interessen hintanstellt.

Das heißt aber, daß ein Markt der Tugend insgesamt wenig Helden und Heroen zur Verfügung stellen wird, die sich vorbehaltlos für andere Menschen oder die Gemeinschaft hingeben. Aber der Markt der Tugend wird eben auch keine Fanatiker und Eiferer hervorbringen, die bereit sind, für eine „Sache“ bedenkenlos sowohl die eigenen wie die Interessen anderer zu opfern. Ein solcher Markt wird demgegenüber eher Individualisten und Bürger fördern, die der Verfolgung individueller Interessen auch in ihrer Moral einen gebührenden Stellenwert einräumen.

Insgesamt scheinen mir damit aber keine Abstriche an moralischen Idealen verbunden. Manche weltgeschichtliche Katastrophe hätte vermieden werden können, wenn die Menschen ihren eigenen Interessen einen höheren Wert eingeräumt hätten, anstatt sich vorbehaltlos einer Idee oder einem Kollektiv unterzuordnen. Die größte Gefahr geht nämlich in der Tat nicht von einem „gesunden“ individuellen Egoismus aus, sondern von der bedrohlichen „Selbstlosigkeit der Massen“ (Hannah Arendt). Zu einem ähnlichen Schluß kommt auch Alexis de Tocqueville, wenn er eine Moral verteidigt, die auf einem wohlverstandenen Eigeninteresse beruht: „Würde diese Doktrin die Welt der Moral völlig beherrschen, so würden die außergewöhnlichen Tugenden zweifelsohne seltener. Wahrscheinlich wären dann aber auch die gemeinen Erfahrungen weniger verbreitet.“⁴²

- ¹ Michael BAURMANN, Warum wollen wir Freiheit?, in: Universitas 54, Nr. 641, 1999, 1083–1097.
- ² Exemplarisch formuliert wird die Auffassung z.B. bei Fred HIRSCH, Die sozialen Grenzen des Wachstums. Eine ökonomische Analyse der Wachstumskrise, Reinbek 1980 (orig.: Social Limits to Growth, Cambridge/MA 1976).
- ³ Ein sozialphilosophisches Fundament finden diese „anti-liberalen“ Sichtweisen bei den Vertretern des „Kommunitarismus“ wie zum Beispiel Bellah (Robert BELLAH, Richard MADSEN, William M. SULLIVAN, Ann SWIDLER, Steven M. TIPTON, Gewohnheiten des Herzens. Individualismus und Gemeinsinn in der amerikanischen Gesellschaft, Köln 1987 (orig.: Habits of the Heart. Individualism and Commitment in American Life, Berkeley 1985); dies.: The Good Society, New York 1991.); Etzioni (Amitai ETZIONI, The Moral Dimension. Towards a New Economics, New York–London, 1988.; ders.: The Spirit of Community. Rights, Responsibilities, and the Communitarian Agenda, New York 1993.); MacIntyre (Alasdair MacINTYRE, Is Patriotism a Virtue? The Lindley Lecture, University of Kansas 1984.; ders.: Der Verlust der Tugend, Frankfurt–New York 1987 (orig.: After Virtue. A Study in Moral Theory, London 1981).); Sandel (Michael J. SANDEL, Liberalism and the Limits of Justice, Cambridge 1982.) oder Taylor (Charles TAYLOR, Hegel and Modern Society, Cambridge 1979.; ders.: The Sources of the Self. The Making of the Modern Identity, Cambridge 1989.).
- ⁴ Michael BAURMANN, Die plötzliche Rückkehr der Wirklichkeit. Die Soziologie und das Problem der sozialen Unordnung, in: Geschichte und Gegenwart, 1994, 102–112.
- ⁵ Insofern ist es auch bezeichnend, daß in der jüngeren Diskussion über die sogenannte „Individualisierung“ der Gesellschaft die Ausweitung von individuellen Freiheiten und Optionen vor allem als Risiko für die gesellschaftliche Integration und als Belastung für das angeblich überforderte Individuum thematisiert wird.
- ⁶ In ausführlicher Weise wird diese Sichtweise in Baurmann (M. BAURMANN, Der Markt der Tugend – Recht und Moral in der liberalen Gesellschaft, Tübingen 1996.) entwickelt.
- ⁷ Alexis De TOCQUEVILLE, Über die Demokratie in Amerika, Stuttgart 1985, 244 (orig.: De la démocratie en Amérique, 1835).
- ⁸ Zum Konzept einer solchen „Minimalmoral“ aus philosophischer und ethischer Sicht vgl.: Norbert HOERSTER, Zur Begründung einer Minimalmoral, in: Ethik. Akten des 5. Internationalen Wittgenstein-Symposiums, Wien 1981, S. 131–133.
- ⁹ Adam SMITH, Der Wohlstand der Nationen, München 1974 (orig.: An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations, 1776).
- ¹⁰ Bernard de MANDEVILLE, Die Bienenfabel oder Private Laster, öffentliche Vorteile, Frankfurt 1968 (orig.: The Fable of the Bees: or, Private Vices Publick Benefits, 1714).
- ¹¹ Vgl. Albert O. HIRSCHMAN, Leidenschaften und Interessen. Politische Begründungen des Kapitalismus vor seinem Sieg, Frankfurt 1987 (orig.: The Passions and the Interests. Political Arguments for Capitalism before its Triumph, Princeton 1977).
- ¹² Michael BAURMANN, Hartmut KLIEMT, Zur Ökonomie der Tugend, in: Peter WEISE (Hrsg.), Ökonomie und Gesellschaft. Jahrbuch 11: Markt, Norm und Moral, Frankfurt 1997, 13–46.
- ¹³ Zur modernen Analyse des Problems öffentlicher Güter vgl. z.B. Olson (Mancur OLSON, Die Logik des kollektiven Handelns. Kollektivgüter und die Theorie der Gruppe, Tü-

- bingen 1968 (orig.: The Logic of Collective Action. Public Goods and the Theory of Groups, Cambridge/MA 1965).; ders.: Aufstieg und Niedergang von Nationen. Ökonomisches Wachstum, Stagflation und soziale Starrheit, Tübingen 1991 (orig.: The Rise and Decline of Nations: Economic Growth, Stagflation and Social Rigidities, New Haven–London 1982).; Hardin (Russell HARDIN, Collective Action, Baltimore 1982.) oder De Jasay (Anthony De JASAY, Social Contract, Free Ride. A Study of the Public Goods Problem, Oxford 1989.). Speziell für die Auswirkungen auf die politische Ordnung: Weede (Erich WEEDE, Wirtschaft, Staat und Gesellschaft. Zur Soziologie der kapitalistischen Marktwirtschaft und der Demokratie, Tübingen 1990.).
- ¹⁴ Douglass C. NORTH, Theorie des institutionellen Wandels. Eine neue Sicht der Wirtschaftsgeschichte, Tübingen 1988 (orig.: Structure and Change in Economic History, New York 1981).; ders.: Institutionen, institutioneller Wandel und Wirtschaftsleistung, Tübingen 1992 (orig.: Institutions, Institutional Change and Economic Performance, Cambridge 1990.).
- ¹⁵ Hartmut KLIEMT, Thomas Hobbes, David Hume und die Bedingungen der Möglichkeit eines Staates, in: Akten des 12. Internationalen Wittgenstein Symposiums, Wien 1988, 152–160.
- ¹⁶ Vgl. Albert O. HIRSCHMAN, Leidenschaften und Interessen. Politische Begründungen des Kapitalismus vor seinem Sieg, Frankfurt 1987 (orig.: The Passions and the Interests. Political Arguments for Capitalism before its Triumph, Princeton 1977).; ders.: Der Streit um die Bewertung der Marktgesellschaft, in: ders., Entwicklung, Markt und Moral. Abweichende Betrachtungen, München–Wien 1989, 192–225 (orig.: Rival Views of Market Society, in: Journal of Economic Literature 1982).
- ¹⁷ Exemplarisch: Émile DURKHEIM, Über soziale Arbeitsteilung, Frankfurt 1997 (orig.: De la division du travail social, 1893); zu Durkheims Position vgl. Michael BAURMANN, Durkheims individualistische Theorie der sozialen Arbeitsteilung, in: Jürgen FRIEDRICH, Wolfgang JAGODZINSKI (Hrsg.), Soziale Integration. Sonderheft 39 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 1999, 85–114.
- ¹⁸ Vgl. DURKHEIM, Arbeitsteilung, 1997; Stewart MACAULAY, Non-Contractual Relations in Business: A Preliminary Study, in: American Sociological Review, 1963, 55–67.; Oliver E. WILLIAMSON, Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus, Tübingen 1990 (orig.: The Economic Institutions of Capitalism, New York 1985).
- ¹⁹ Mark GRANOVETTER, Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness, in: American Journal of Sociology, 1985, 481–510.; Les DONALDSON, Behavioral Supervision, Reading, 1980.; Ralph W. REBER, Gloria van GILDER, Behavioral Insights for Supervision, Englewood Cliffs, 1982.; Anthony De JASAY, Social Contract, Free Ride, 1989.
- ²⁰ Das gilt freilich nur unter der Bedingung eines annähernden Machtgleichgewichts.
- ²¹ Hartmut KLIEMT, Ökonomische Analyse der Moral, in: Bernd–Thomas RAMB, Manfred TIETZEL (Hrsg.), Ökonomische Verhaltenstheorie, München 1993, 281–310.; Michael BAURMANN, Normative Integration aus individualistischer Sicht, in: Hans–Joachim GIEGEL (Hrsg.), Konflikt in modernen Gesellschaften, Frankfurt 1998, 245–287.
- ²² Michael TAYLOR, Anarchy and Cooperation, London 1976.; ders.: The Possibility of Cooperation, Cambridge 1987.; Hartmut KLIEMT, Antagonistische Kooperation. Elementare spieltheoretische Modelle spontaner Ordnungsentstehung, Freiburg–München 1986.; Robert AXELROD, Die Evolution der Kooperation, München 1987 (orig.: The Evolution

of Kooperation, New York 1984).; Viktor VANBERG, James M. BUCHANAN, Rational Choice and Moral Order, in: Analyse & Kritik, 1988, 38–160.; Ken BINMORE, Game Theory and the Social Contract II. Just Playing, Cambridge 1998.

²³ Robert AXELROD, Die Evolution der Kooperation, 1987, 113.

²⁴ Ebenda, 90.

²⁵ Rudolf SCHÜBLER, Kooperation unter Egoisten: Vier Dilemmata, München 1990.; Viktor VANBERG, Roger D. CONGLETON, Rationality, Morality, and Exit, in: American Political Science Review, 1992, 418–431.; EdK-Group, Exit, Anonymity and the Chances of Egoistical Cooperation, in: Analyse & Kritik, 2000, 114–129.

²⁶ SCHÜBLER, Kooperation, 1990; VANBERG, CONGLETON, Rationality, 1992; EdK-Group, Exit, 2000.

²⁷ GRANOVETTER, Economic Action, 1985; James S. COLEMAN, Foundations of Social Theory, Cambridge–London 1990.; Wilhelm RAUB, Jeroen WEESIE, Reputation and Efficiency in Social Interactions: An Example of Network Effects, in: American Journal of Sociology, 1990, 626–654.; Gernot GRABHER (Hrsg.), The Embedded Firm. On the Socioeconomics of Industrial Networks, London–New York 1993; V. BUSKENS, Social Networks and Trust, Amsterdam 1999.; V. BUSKENS, Jeroen WEESIE, Cooperation via Social Networks, in: Analyse & Kritik, 2000, 44–74.

²⁸ Thomas C. SCHELLING, The Strategy of Conflict, New York 1960.; Oliver E. WILLIAMSON, Credible Commitments: Using Hostages to Support Exchange, in: The American Economic Review, 1983, 519–532.; ders.: Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus, 1990.; John W. PRATT, Richard J. ZECKHAUSER (Hrsg.), Principals and Agents. The Structure of Business, Boston 1991.; Wilhelm RAUB, J. WEESIE, Cooperation via Hostages, in: Analyse & Kritik, 2000, 19–43.

²⁹ Douglass C. NORTH, Theorie des institutionellen Wandels, 1988; ders.: Institutionen, 1992; Robert H. FRANK, Die Strategie der Emotionen, München 1992 (orig.: Passions Within Reason. The Strategic Role of the Emotions, New York–London 1988).; Francis FUKUYAMA, Konfuzius und Marktgesellschaft, München 1995 (orig.: Trust. The Social Virtues and the Creation of Prosperity, New York–London 1995).

³⁰ David GAUTHIER, Morals by Agreement, Oxford 1986; Robert H. FRANK, If Homo Economicus Could Choose His Own Utility Function, Would He Want One with a Conscience?, in: American Economic Review, 1987, 593–604.; ders.: Die Strategie der Emotionen 1992.; Jack HIRSHLEIFER, On the Emotions as Guarantors of Threats and Premises, in: John DUPRÉ (Hrsg.), The Latest on the Best: Essays in Evolution and Optimality, Cambridge/MA 1987, 307–326.

³¹ Generell zur Analyse von Reputationsmechanismen vgl. etwa David M. KREPS, R. WILSON, Reputation and Imperfect Information, in: Journal of Economic Theory, 1982, 253–279.; Paul MILGROM, J. ROBERTS, Predation, Reputation, and Entry Deterrence, in: Journal of Economic Theory, 1982, 280–312.; dies.: Economics, Organization and Management, Englewood Cliffs 1992.; R. WILSON, Reputations in Games and Markets, in: Alvin E. ROTH (Hrsg.), Game-theoretic Models of Bargaining, Cambridge 1985, 27–62.; W. GÜTH, Hartmut KLIEMT, Menschliche Kooperation basierend auf Vorleistungen und Vertrauen, in: Jahrbuch für Politische Ökonomie 12, Tübingen 1993, 145–173.; dies.: Competition or Co-operation: On the Evolutionary Economics of Trust, Exploitation and Moral Attitudes, in: Metroeconomica, 1994, 155–187.; Bernd LAHNO, Trust, Reputation, and Exit in Exchange Relationships, in: Journal of Conflict Resolution, 1995, 495–510.

³² David GAUTHIER, Morals by Agreement, 1986.; Rainer HEGSELMANN, Wilhelm RAUB, Thomas VOSS, Zur Entstehung der Moral aus natürlichen Neigungen. Eine spieltheoretische Spekulation, in: Analyse & Kritik, 1986, 150–177.; FRANK, If Homo Economicus, 1987.; ders.: Die Strategie der Emotionen, 1992.; HIRSHLEIFER, On the Emotions, 1987.; Hartmut KLIEMT, The Reason of Rules and the Rule of Reason, in: Critica, 1987, 43–86.; ders.: Ökonomische Analyse, 1993.; Viktor VANBERG, Morality and Economics. De Moribus Est Disputandum, Bowling Green 1988.; ders.: Rational Choice vs. Adaptive Rule-Following: on the Behavioral Foundations of the Social Sciences, in: Jahrbuch für Neue Politische Ökonomie 12, Tübingen 1993.

³³ Vorausgesetzt natürlich, eine solche Verwandlung ist möglich; vgl. FRANK, If Homo, 1987.; ders.: Emotionen, 1992.; COLEMAN, Foundations, 1990.; VANBERG, Rational Choice, 1993.; Michael BAURMANN, Kann Homo oeconomicus tugendhaft sein?, in: Homo oeconomicus XIII (1), München 1996, 1–24.

³⁴ Vgl. Paul EKMAN, Warum Lügen kurze Beine haben. Über Täuschungen und deren Aufdeckung im privaten und öffentlichen Leben, Berlin–New York 1989 (orig.: Telling Lies. Clues to Deceit in the Marketplace, Politics, and Marriage, New York 1985).; FRANK, If Homo, 1992.; BAURMANN, Markt der Tugend, 1996.

³⁵ Vgl. Peter F. STRAWSON, Freiheit und Übelnehmen, in: Ulrich POTHAST (Hrsg.), Freies Handeln und Determinismus, Frankfurt 1978, 201–233 (orig.: Freedom and Resentment, in: Proceedings of the British Academy, 1962, 187–211).

³⁶ Oliver E. WILLIAMSON, Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications. A Study in the Economics of Internal Organizations, New York 1975.; ders.: Die ökonomischen Institutionen, 1990.

³⁷ GRABHER, The Embedded Firm, 1993.

³⁸ FRANK, Emotionen, 1992.

³⁹ FUKUYAMA, Konfuzius, 1995.; Bruno S. FREY, Markt und Motivation, München 1997.

⁴⁰ Bernd LAHNO, Trust and Strategic Rationality, in: Rationality and Society 1995, 442–464.; ders.: Trust, Reputation, and Exit, 1995.

⁴¹ Michael BAURMANN, Universalisierung und Partikularisierung der Moral. Ein individualistisches Erklärungsmodell, in: Rainer HEGSELMANN, Hartmut KLIEMT (Hrsg.), Moral und Interesse, München 1997, 65–110.; ders.: Liberal Society and Planned Morality?, in: Associations, 1997, 81–102.; ders.: Die Ausgrenzung des Fremden – zur Krise der universalistischen Moral, in: Margit OSWALD, Ulrich STEINVORTH (Hrsg.), Die offene Gesellschaft und ihre Fremden, Bern u.a. 1998, 17–41.

⁴² TOCQUEVILLE, Über die Demokratie in Amerika, 1985, 256f.