

Masse der Bevölkerung sich wirtschaftlich betätigen und am wachsenden Wohlstand teilhaben kann, oder wird jeder wirtschaftliche Zugewinn von einer kleinen Elite abgeschöpft? Ohne hier in die methodologische und substantielle Debatte über dieses Buch einsteigen zu wollen, scheint mir, dass es einen wahren Kern enthält, den auch Smith schon erkannt hatte: Märkte müssen zugunsten der Masse der Bevölkerung gestaltet werden, man kann nicht annehmen, dass sie von alleine so sind. Das Rahmenwerk muss stimmen, sonst können sich die positiven Wirkungen von Märkten nicht entfalten. Damit lässt sich Smith auch in eine Linie zu manchen Ideen der ordoliberalen Schule stellen – eine Verbindung, die Mark Reiff in einem auf meinem Buch aufbauenden Artikel im *Adam Smith Review* kürzlich ausführlich diskutierte.⁸

Mit Smith und Hegel weiterdenken

Um eine Marktgesellschaft, wie sie Smith vorschwebte, zu gestalten, kommt es aber nicht nur auf das formelle Rahmenwerk an, so wichtig dieses auch ist. Eine zweite Ebene betrifft die der *informellen* Institutionen: der Gewohnheiten, der sozialen Normen, dessen, was akzeptiert oder abgelehnt wird in einer Gesellschaft, das, wofür soziale Anerkennung vergeben oder verweigert wird. Derartige Fragen, die man im weitesten Sinne unter dem Stichwort „Kultur“ fassen kann, sind bis heute in der Ökonomie unterbelichtet, auch wenn der Bereich der „Identity Economics“ inzwischen die eine oder andere Dimension von Märkten entdeckt hat, die mit derartigen Phänomenen zu tun hat.⁹ Viel naheliegender wäre, wenn Ökonominen in diesem Bereich mit Soziologen und Sozialpsychologinnen zusammenarbeiten würden, die sich mit diesen – oft schwer zu fassenden – Fragen ebenfalls auseinandersetzen.

Dies ist einer der Bereiche, in denen ich Potential für ein Anknüpfen an die Argumente sehe, die ich in *Inventing the Market* entwickelt habe. Smiths Theorie der ethischen Gefühle, aber auch Hegels Konzept einer in Gebräuchen und Lebensformen verankerten Sittlichkeit bieten interessante Möglichkeiten, die Frage nach dem Zusammenhang von Kultur und Wirtschaft weiterzudenken. Auch für normative Fragestellungen spielt dieser Zusammenhang eine wichtige Rolle, denn wenn Marktteilnehmer z. B. von sich aus sozialen Normen

8 Mark Reiff, „Two Theories of Economic Liberalism“, *The Adam Smith Review* 10 (2017), S. 189–214.

9 Siehe insbesondere George A. Akerlof und Rachel E. Kranton, *Identity Economics. How Our Identities Shape Our Work, Wages, and Well-Being*. Princeton: Princeton University Press, 2010.

folgen, die ein „unparteiischer Beobachter“ gutheißen kann, dürfte der Ausgang ein komplett anderer sein, als wenn sie ausschließlich eigeninteressiert agieren und nur durch den gesetzlichen Rahmen daran gehindert werden, anderen Schaden zuzufügen. Aber können derartige soziale Normen in Märkten stabilisiert werden, oder droht hier stets die Gefahr eines „crowding out“ durch egoistisches Verhalten? Auch Erkenntnisse der Verhaltensökonomie können zu dieser Debatte beitragen.

Eine mögliche Richtung, in die diese Überlegungen führen, ist die der Professionalisierung, im spezifischen Sinne des englischen Begriffs der „professionals“. Ein „professional“ ist jemand, der über Fachwissen oder spezifische praktische Kenntnisse verfügt und diese anderen gegen Bezahlung zur Verfügung stellt – aber eben *nicht* in der Marktlogik der reinen Gewinnmaximierung, sondern im Bewusstsein, eine moralische Verantwortung der anderen Person gegenüber zu haben. Paradigmatisch ausgedrückt wird diese moralische Verantwortung im Hippokratischen Eid der Ärzte, doch die Ausgangskonstellation – Expertinnen, die über Fachwissen verfügen, das sie Laien anbieten, die es nicht wirklich beurteilen können – findet sich auch in zahlreichen anderen Branchen.

Aus der Perspektive des Smithschen „unparteiischen Beobachters“, aber auch aus Perspektive der Hegelschen Sittlichkeit, liegt es nahe, dieses Phänomen in den Blick zu nehmen, als eine Form, wie Märkte moralisch „eingebettet“ werden können. Der Sozialisierungseffekt in Professionen – die in der Regel auch organisierte Gemeinschaften der in einem entsprechenden Beruf tätigen Individuen sind – kann eine natürliche Grenze für das rein eigenorientierte Marktstreben darstellen. Um freilich eine „Professionalisierung“ in diesem moralisch aufgeladenen Sinn in Bereichen wie z. B. den Finanzmärkten zu erreichen, müssten auch die formellen Institutionen entsprechend stabilisierend wirken – ein Thema, das ich im Aufsatz „Professional ethics in banking and the logic of ‚integrated situations‘: aligning responsibilities, recognition, and incentives“ weiterverfolgt habe.¹⁰

Eine zweite, auf *Inventing the Market* aufbauende Forschungslinie habe ich gemeinsam mit der an der Hebrew University Jerusalem lehrenden Juristin Katya Assaf-Zakharov verfolgt, einer Expertin im Immaterialgüterrecht. Märkte werden an den unterschiedlichsten Stellen durch Rechte geformt, die sich auf immaterielle Güter beziehen, und diese Regulierungen unterscheiden

10 Lisa Herzog, „Professional ethics in banking and the logic of ‚integrated situations‘: aligning responsibilities, recognition, and incentives,“ *Journal of Business Ethics* 156(2) (2019), S. 531–543.

sich von Rechtssystem zu Rechtssystem. Ein Beispiel ist die Verwendung von Namen: Kann der private Name eines Individuums in Märkten als Handelsmarke unwiederbringlich verkauft werden, oder ist das Führen des eigenen Namens ein Persönlichkeitsrecht, das durch keinen Vertrag aufgelöst werden kann? Wie wir in einem gemeinsamem Aufsatz¹¹ zeigen konnten, regeln das US-amerikanische und das deutsche Recht diese Frage unterschiedlich, und zwar anhand von Unterscheidungen, die sich direkt auf die Modelle von „Humankapital“ à la Smith und „berufliche Identität“ à la Hegel beziehen lassen. Auch hier zeigt sich: Die ideengeschichtlichen Tiefenschichten wirken bis heute nach und hinterlassen ihre Spuren in ganz konkreten rechtlichen Regelungen, die dementsprechend mehr oder weniger stark „vermarktlichend“ wirken.

Über Smith und Hegel hinaus

In mindestens zwei Hinsichten jedoch sind die Überlegungen, die sich aus Smiths und Hegels Denken gewinnen lassen, begrenzt, was die Anwendbarkeit auf die heutige Welt angeht. Da ist zum einen die Frage nach der globalen Ausdehnung des Marktes, die heute Realität ist, bei Smith und Hegel jedoch nur in begrenztem Maß, durch vereinzelte Verweise auf den Fernhandel, eine Rolle spielt. Und da ist zum anderen die Frage, wie angemessen es ist, unser Wirtschaftssystem allein als „Marktwirtschaft“ zu begreifen – unterschlägt man damit doch, dass ein Großteil der Aktivitäten, die in die Kategorie der „Wirtschaft“ gehören, innerhalb von großen Organisationen stattfinden, in denen gerade *nicht* Marktprinzipien, sondern eine Logik der Hierarchie, vorherrscht.

Sowohl Smith als auch Hegel gehen von einer Konstellation aus, die in der Tradition der Sozialdemokratie später als das „Primat der Politik“ bezeichnet wurde: Der Grundgedanke ist, dass eine am Gemeinwohl orientierte Regierung den Rahmen für Märkte setzt und dafür sorgt, dass diese mehr Nutzen stiften, als sie Schaden anrichten – und auch dafür, dass mögliche Opfer kompensiert werden, die z. B. durch Marktprozesse ihren Arbeitsplatz verlieren. Bei Hegel deutet sich das Problem staatlicher Ohnmacht in seiner Diskussion des „Pöbels“ bereits an: Was, wenn es nicht gelingt, alle Teile der Bevölkerung in die wohlgeordnete Marktgesellschaft zu integrieren? Besonders drängend wird diese Frage in einer Situation wie der heutigen, in der Märkte global geworden

11 Siehe dazu Katya Assaf-Zhakarov und Lisa Herzog „Work, Identity, and the Regulation of Markets: A Study of Trademark Law in the U.S. and Germany“, *Law and Social Inquiry* 44(4) (2019), S. 1083–1112.

sind, ihre Regulierung jedoch in hohem Maße weiterhin eine Angelegenheit der Nationalstaaten ist.

Ein wichtiger Unterschied zwischen nationalen und internationalen Märkten ist, dass das Wissen darum, unter welchen Umständen Güter produziert werden, bei letzteren oft viel weniger ausgeprägt ist. In nationalen Märkten können Kundinnen mehr über die Produktionsbedingungen wissen, es gibt oft nationale Regulierungsbehörden, die z. B. Hygienestandards bei der Lebensmittelproduktion überprüfen, und vielleicht kennt man auch jemanden, der in der entsprechenden Branche arbeitet und Auskunft geben kann. Auch wenn die Verhältnisse komplexer geworden sind als zu Zeiten Smiths und Hegels: Nationale Märkte sind überschaubarer und können durch nationalstaatliche Institutionen eingegrenzt und eingebettet werden. Für internationale Märkte fehlt eine derartige Einbettung – das macht es auch schwieriger, als Konsument verantwortlich zu handeln, weil Informationen über die Produktionsbedingungen fehlen.¹²

Doch nicht nur das: Der internationale Wettbewerb führt auch dazu, dass derartige Einbettungsmechanismen auf der nationalen Ebene unter Druck geraten. Es ist die Drohung mit Abwanderung und damit mit dem Verlust von Arbeitsplätzen, die nationalen Regierungen die Hände bindet – und auch, wenn vielleicht nicht jede dieser Drohungen so viel Gewicht verdient, wie sie ihr von Politikerinnen im Geiste der „Alternativlosigkeit“ zugeschrieben wurde, ist diese Grundkonstellation sicherlich höchst problematisch. Ein einseitiges Vorgehen einzelner Staaten, sei es im Bereich der Besteuerung, der Umweltgesetzgebung oder der Verbesserung der Arbeitsbedingungen, ist daher oft weniger wirksam, als es zu Zeiten einer weniger stark globalisierten Wirtschaft der Fall war. Und der Wille der Staatenlenker, international zusammenarbeiten, um derartige Probleme anzugehen, scheint derzeit wenig ausgeprägt – vielleicht mit Ausnahme der Europäischen Union, die zumindest gewisse Anstrengungen unternimmt, um z. B. die Datensammelwut von Internetfirmen einzugrenzen.

Für die Diagnose dieser Situation scheint ein anderer der „Klassiker“ besser geeignet zu sein als Smith und Hegel mit ihrer alles in allem doch recht optimistischen Sichtweise: Karl Marx, für den der bürgerliche Staat nicht mehr als ein Instrument der herrschenden Klasse war. Das marxistische Denken hat seit der Finanzkrise einen enormen Aufschwung erfahren, gerade unter Studierenden ist seine Popularität hoch. Doch es stellt sich das alte Problem: Wie umgehen mit der Tatsache, dass die Marxschen Rezepte – soweit man davon

12 Siehe dazu auch Lisa Herzog, „Global trade with an epistemic upgrade.“ *Moral Philosophy and Politics* 5(2) (2018), S. 257–279.

überhaupt sprechen kann – schwer umsetzbar scheinen und eine demokratische Mehrheit für sie kaum zu gewinnen ist? Für die *Diagnose* der derzeitigen Krisen kann man viel gewinnen, wenn man Marx liest, doch welche Handlungsoptionen und Reformvorschläge ergeben sich dann?

Die Richtung, die ich in meiner Forschung seit einiger Zeit verfolge – und von der ich glaube, dass sie zumindest dem Geist nach den liberalen, egalitären Seiten von Smith und Hegel nahesteht – ist nicht so sehr die einer „Verstaatlichung der Produktionsmittel“ im klassischen Sinne, sondern die einer stärkeren Demokratisierung des Wirtschaftssystems, weniger „top down“ und viel mehr „bottom up“. Das hat mit der zweiten Hinsicht zu tun, in der wir über Smith und Hegel hinausgehen müssen, und in der es irreführend ist, von reinen „Marktwirtschaften“ zu sprechen, als fände wirtschaftliches Handeln in erster Linie durch atomistisches Tauschhandeln statt. Vielmehr werden unsere Wirtschaftssysteme entscheidend dadurch geprägt, dass in ihnen große Organisationen tätig sind, die die Arbeitskraft von Tausenden, manchmal sogar von Millionen von Menschen zusammenführen: transnationale Unternehmen, inzwischen zunehmend im digitalen Bereich, deren Umsätze das BIP mittelgroßer Länder spielend übersteigen.

Derartige Organisationen haben weder Smith noch Hegel erlebt; am ehesten noch dürften die Diskussionen der *East India Company*, die sich bei Smith finden – und die höchst kritisch sind, weil er hier zu viel wirtschaftliche, politische und militärische Macht konzentriert sieht – in diese Richtung gehen. Und doch sind es diese Organisationen, die für eine Vielzahl der moralischen Schädigungen, die wir gemeinhin „den Märkten“ zuschreiben, verantwortlich sind. Damit sollen andere Akteure, gerade Konsumentinnen in reichen Ländern, nicht aus der Pflicht genommen werden – doch um moralische Verbesserungen herbeizuführen, scheint es unverzichtbar, dass sich auf der Ebene dieser transnationalen Organisationen etwas ändert.

Mein auf *Inventing the Market* folgendes Buchprojekt beschäftigt sich daher mit Ethik in komplexen Organisationen. Aufbauend auf der These, die sowohl Smith als auch Hegel teilen, dass Individuen von ihren sozialen Kontexten geprägt werden, ging ich der Frage nach, wie diese ganz spezifischen sozialen Kontexte, in denen durch Hierarchien und Regeln komplexe Formen der Arbeitsteilung und deren Integration ermöglicht werden, das menschliche Verhalten prägen und welche besonderen Herausforderungen an das moralische Handeln sich dabei ergeben. Um diese Fragen bearbeiten zu können, führte ich Interviews mit Praktikern, aus großen Unternehmen ebenso wie aus großen öffentlichen Institutionen. Die Ergebnisse flossen in *Reclaiming the System. Moral Responsibility, Divided Labour, and the Role of Organizations in Society*