

acatech DISKUSSION

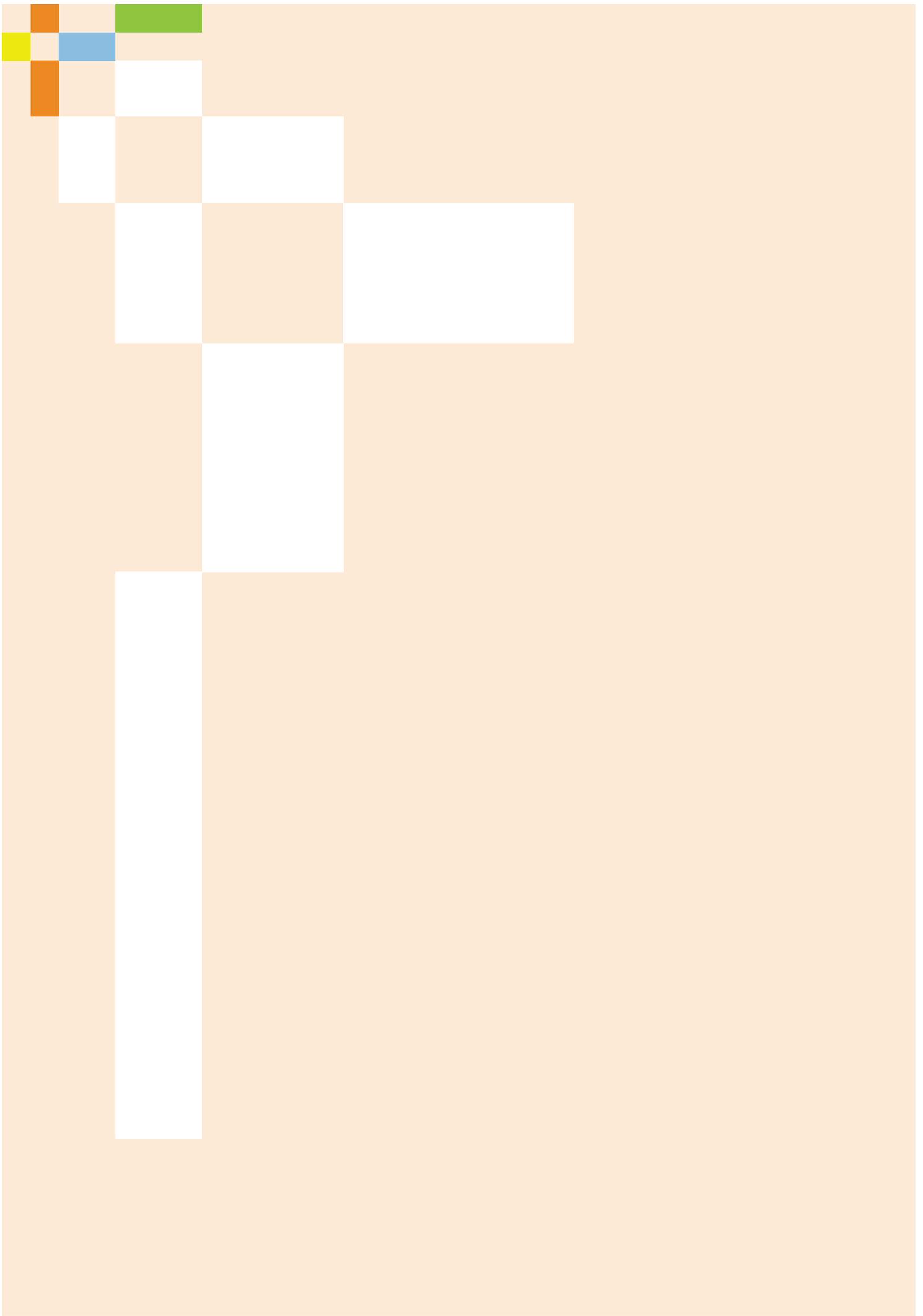
# Vertrauen in die Marktwirtschaft zurückgewinnen

Für ein tragfähiges Narrativ werben und  
Diskursverantwortung wahrnehmen

Karl Homann, Thomas Lange, Joachim Milberg,  
Christoph M. Schmidt, Joachim Weimann

 **acatech**

DEUTSCHE AKADEMIE DER  
TECHNIKWISSENSCHAFTEN



acatech DISKUSSION

# Vertrauen in die Marktwirtschaft zurückgewinnen

Für ein tragfähiges Narrativ werben und  
Diskursverantwortung wahrnehmen

Karl Homann, Thomas Lange, Joachim Milberg,  
Christoph M. Schmidt, Joachim Weimann



## Die Reihe acatech DISKUSSION

Diese Reihe dokumentiert Ergebnisse aus Symposien, Arbeitskreisen, Workshops und weiteren Veranstaltungen der Deutschen Akademie der Technikwissenschaften. Die Bände dieser Reihe liegen in der inhaltlichen Verantwortung der jeweiligen Herausgeber und Autoren.

Alle bisher erschienenen acatech Publikationen stehen unter [www.acatech.de/publikationen](http://www.acatech.de/publikationen) zur Verfügung.

# Inhalt

<b>Beteiligte</b>	<b>4</b>
1 Ausgangslage: Schwindendes Systemvertrauen	5
2 Leitgedanken für ein tragfähiges und eingängiges Narrativ	6
3 Falsche Argumente („Eigentore“) vermeiden	7
4 Moral auch ohne gute Absichten (unpersönliche Solidarität)	8
5 Verantwortung übernehmen für den öffentlichen Diskurs	9



# Beteiligte

## Autoren

- Prof. Dr. Dr. Karl Homann, ehemals  
Ludwigs-Maximilians-Universität München/acatech
- Dr. Thomas Lange, acatech Geschäftsstelle
- Prof. Dr.-Ing. Joachim Milberg,  
BMW Stiftung Herbert Quandt/acatech
- Prof. Dr. Christoph M. Schmidt,  
RWI – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung/acatech
- Prof. Dr. Joachim Weimann,  
Otto-von-Guericke-Universität Magdeburg/acatech

## Koordination und Redaktion

- Dr. Thomas Lange, acatech Geschäftsstelle

# 1 Ausgangslage: Schwindendes Systemvertrauen

Deutschland geht es wirtschaftlich so gut wie lange nicht. Dennoch schwindet in der Öffentlichkeit offenbar das Vertrauen in unsere Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung. Alternative Wirtschaftsformen gewinnen Zuspruch (Gemeinwohlökonomie, bedingungsloses Grundeinkommen). Ein systemkritisches Narrativ („Wirtschaft dient nur den Reichen“) verdrängt bisweilen Ludwigs Erhardts Narrativ der Nachkriegszeit („Wohlstand für alle“).

Viele Menschen empfinden anscheinend einen Widerspruch zwischen ihren moralischen Vorstellungen von Freiheit, Würde, Solidarität und Gerechtigkeit einerseits und den aktuellen Veränderungen und ökonomisch-technischen Erfordernissen der Marktwirtschaft andererseits. Die großen Trends der Globalisierung, Digitalisierung und Biologisierung werden eher als Gefährdung individueller Lebensentwürfe statt als Chance auf deren bessere Verwirklichung diskutiert. Ein schwindendes Vertrauen in die Marktwirtschaft würde langfristig jedoch die **Innovationsfähigkeit** und damit die Zukunftsfähigkeit Deutschlands bedrohen, die wesentlich von der Wirtschaft im Verbund mit der Technik getragen wird.

Ein tragfähiges und eingängiges Narrativ versöhnt die **normativen Grundlagen** unserer Kultur stärker mit den Erfordernissen der Marktwirtschaft, wenn es die **Marktwirtschaft als Mittel der Realisierung** dieser normativen Leitideen unter den Bedingungen der modernen Gesellschaft begreift.

Kritik an der Marktwirtschaft kommt häufig aus den Bereichen Medien, Geisteswissenschaften, Kirchen und Theologie, Kunst und Kultur – aber auch aus der Politik. Die entsprechenden Argumente basieren oft auf intuitiven und stark emotional verankerten normativen Überzeugungen. Inhaltliche Schwerpunkte sind in der Regel: (1) die Kritik am „Menschenbild“ der Ökonomie und Ökonomik (Egoismus, Gier, Konsumismus; Homo oeconomicus); (2) die Kritik am Markt und seinen beiden zentralen Systemimperativen Wettbewerb und Gewinnstreben der Unternehmen (Zerstörung der Solidarität, Vergrößerung der Kluft zwischen Arm und Reich, „Kolonialisierung“ beziehungsweise „Ökonomisierung“ der Lebenswelt durch das ökonomische System); (3) die Kritik an der Dominanz der Wirtschaft über eine demokratische Politik (Lobbyismus, internationale Finanzmärkte).

Weil diese Kritik an der Marktwirtschaft vor allem auf normativen Überzeugungen beruht und die Menschen ihre Probleme mit dieser Wirtschaftsordnung und mit den neuen dynamischen Veränderungsprozessen – genauso wie viele andere Probleme auch – zu allererst in ethischen Kategorien artikulieren, können Hinweise auf die ökonomische Performance allein die Vorbehalte gegen die Marktwirtschaft nicht entkräften: Moralische Fragen verlangen moralische Antworten.

Ein tragfähiges Narrativ sollte also argumentieren können, dass eine gut geordnete Marktwirtschaft allen bisher bekannten Systemen nicht nur ökonomisch, sondern vor allem auch **moralisch überlegen** ist. Anders als der Moralismus vieler Kritiker propagieren Ökonomie und Ökonomik dabei nicht nur ideale moralische Prinzipien (die auch für Ökonomen unverzichtbar bleiben sollten), sie adressieren zugleich auch ihre ganz konkreten **Realisierungsbedingungen**.



## 2 Leitgedanken für ein tragfähiges und eingängiges Narrativ

Narrative werden letztlich im gesellschaftlichen Diskurs gefunden. Sie können nicht erzeugt werden. Wir wollen im Folgenden einige Gedanken beisteuern, die eine neue Perspektive in die entsprechenden Debatten einbringen und langfristig helfen können, das Vertrauen in die Marktwirtschaft zu stärken.

Zwei Bemerkungen vorweg: Marktwirtschaft erfordert immer eine Rahmenordnung (im Sinne von Spielregeln), die den Wettbewerb auf geeignete Weise reguliert. Der Staat hat die Aufgabe, die entsprechenden Leitplanken zu setzen und im Fall von Markt- oder Koordinationsversagen in das Marktgeschehen einzugreifen. Und: Keine real existierende Wirtschaftsordnung kann perfekt sein. Die bestehenden Ordnungen müssen immer wieder hinterfragt und gegebenenfalls reformiert werden („semper reformanda“), das gilt auch für die Marktwirtschaft. Dazu braucht die Gesellschaft einen Kompass. Referenzpunkt ist dabei eine Marktwirtschaft, die **im Dienste aller** steht. An diesem Ideal müssen sich reale Marktwirtschaften messen lassen.

Das normative Ziel jeder Wirtschaftsordnung ist beziehungsweise sollte sein: das **Glück** oder vielmehr das **gelingende Leben aller Menschen**. Eine Stufe heruntergebrochen konkretisiert sich dieses Ziel in den Prinzipien

1. **Freiheit und Würde** jedes Einzelnen sowie
2. **Solidarität** aller Menschen.

Dies mündet schließlich in der These: **Die Marktwirtschaft ist unter den Bedingungen der modernen Welt das beste bisher bekannte Mittel zur Verwirklichung der Freiheit der Einzelnen und der Solidarität aller.**

Die Marktwirtschaft kann diesen normativen Zielen allerdings nur dann dienen, wenn ihre beiden **Funktionsimperative Wettbewerb** und **Gewinnstreben** der Unternehmen auch zum Zuge kommen. Denn in einer wohlgeordneten Marktwirtschaft zerstört der Wettbewerb nicht die Solidarität, er wird vielmehr für die nachhaltige **Solidarität aller** in Dienst genommen. Denn seine Anreizwirkungen schaffen erst das ökonomische Potenzial, das für eine wohlhabende und solidarische Gesellschaft notwendig ist.

Hinzu kommt, dass Wettbewerb eine machtbegrenzende Funktion hat, deren Bedeutung nicht hoch genug einzuschätzen ist. Überall dort, wo Regulierung Wettbewerb außer Kraft setzt, entstehen Machtverhältnisse, die geeignet sind, die individuelle Freiheit und Würde einzuschränken und die dem gelingenden Leben im Wege stehen können. Der Sinn von Unternehmen ist die Wertschöpfung im Dienste der Gesellschaft – arbeitsteilig erbracht, also im Sinne einer Systemleistung; die private Wertschöpfung dient lediglich als Anreiz, diesen Auftrag wirksam zu erfüllen.

Diese Einsicht ist auch ein wichtiger Referenzpunkt für den Umgang mit **Fehlentwicklungen** in real existierenden Marktwirtschaften: Die richtige Antwort auf Marktversagen – beispielsweise im Fall externer Effekte (Umweltverschmutzung, Gesundheitsgefährdung) oder bei Informationsasymmetrien – besteht nämlich in der Regel nicht darin, die Gesetzmäßigkeiten des Marktes zu „durchbrechen“ oder den Markt zu „bändigen“. Vielmehr geht es um kluge (Re-)Designs, die den Wettbewerb als Entdeckungsprinzip für Innovationen bestmöglich nutzen und so das bessere Funktionieren des Marktes im Dienste aller überhaupt ermöglichen.

Der Wettbewerb in der Marktwirtschaft lässt sich im Übrigen nur im **Systemzusammenhang** begreifen und moralisch beurteilen. Die isolierte Bewertung einer einzelnen – regelkonformen – Wettbewerbshandlung greift dagegen zu kurz: So wenig ein medizinischer Eingriff eine Körperverletzung darstellt, so wenig büßt der Wettbewerb seine moralische Qualität dadurch sein, dass die einzelne Handlung auch Verlierer hervorbringt.

Diese Tatsache enthebt die Eliten aber natürlich nicht der Verantwortung, Antworten auf zentrale Fragen zu finden, die mit dem Wandel einhergehen. Vor allem: Wie können die individuelle Anpassungsfähigkeit an den Strukturwandel gefördert und negative Auswirkungen und Härten im Rahmen der sozialen Sicherungssysteme abgefedert werden? In diesem Zusammenhang hat sich vor allem die Sozialpartnerschaft in Deutschland bewährt.

### 3 Falsche Argumente („Eigentore“) vermeiden

Führungskräfte in Wirtschaft und Politik nutzen zur normativen Rechtfertigung und Verteidigung der Marktwirtschaft häufig Argumente, die bei genauer Betrachtung das Wasser eher auf die Mühlen der Kritiker leiten. In der Sprache des Fußballs: Sie schießen Eigentore. Zur Illustration drei Beispiele:

1. Die Soziale Marktwirtschaft ist ein Erfolgsmodell. Wer allerdings sagt, dass die Marktwirtschaft erst durch den **Zusatz des „Sozialen“** moralisch akzeptabel wird, transportiert im Umkehrschluss die Botschaft, dass die Marktwirtschaft als solche eigentlich unmoralisch ist und aus ethischen Gründen permanent korrigierender politischer Eingriffe bedarf – mit entsprechend unerwünschten Nebenwirkungen. Dabei kommt Märkten erst aufgrund der überragenden Wohlfahrtswirkungen, die Wettbewerb und Gewinnstreben unter geeigneten Rahmenbedingungen mit sich bringen, eine hohe moralische Qualität zu. Das „Soziale“ dient nicht der Korrektur der Marktwirtschaft, sondern vielmehr ihrer noch weiteren Verbesserung beziehungsweise Veredelung.
2. Ganz ähnlich liegen die Dinge beim Thema **Corporate Social Responsibility (CSR)**. Wer die Tätigkeit der Unternehmen damit rechtfertigt, dass sich diese über ihr Kerngeschäft hinaus freiwillig für gesellschaftliche, also insbesondere soziale und ökologische Ziele engagieren, verlagert die ethische Rechtfertigung auf die CSR-Aktivitäten und stärkt damit – wiederum im Umkehrschluss – die Auffassung der Kritiker, das Kerngeschäft diene lediglich der privaten Gewinnerzielung. Es ist nur konsequent, wenn ein solches Engagement dann als „Ablasshandel“ kritisiert wird.
3. Wer die **Schaffung von Arbeitsplätzen** zur Rechtfertigung des Unternehmertums heranzieht, reißt dieses Element aus dem Systemzusammenhang und gibt es einer isolierten ethischen Bewertung preis. Wenn der öffentliche und politische Diskurs zu der Ansicht neigt, die Unternehmen seien geradezu moralisch zur Schaffung neuer und zum Erhalt bestehender Arbeitsplätze verpflichtet, haben die Befürworter der Marktwirtschaft ein Eigentor geschossen. Diese Aufgabe würde die sozialistische Planwirtschaft nämlich wesentlich besser erfüllen.



## 4 Moral auch ohne gute Absichten (unpersönliche Solidarität)

Die Handlungsweisen, die für den **Systemerfolg** im Sinne des gelingenden Lebens aller erforderlich sind, widersprechen häufig **intuitiven** Moralvorstellungen: Die uns leitenden moralischen Intuitionen sind evolutionsgeschichtlich wie auch biografisch auf Probleme in kleinen Gruppen und auf Handlungen mit überschaubaren, kontrollierbaren Wirkungsketten ausgerichtet. Sie stellen eine stark emotional geprägte und für solche Kontexte durchaus unverzichtbare Heuristik dar.

Wendet man diese Heuristik jedoch auf gesamtgesellschaftliche Zusammenhänge an, führt sie – bei gleichen normativen Maßstäben – zu einer moralischen Fehleinschätzung. Anders ausgedrückt: Die Moral des barmherzigen Samariters oder des Heiligen Martin

eignet sich für persönliche Beziehungen in Kleingruppen, die Makroprobleme der modernen Weltgemeinschaft können wir damit aber nicht lösen.

Wenn es um Beziehungen in komplexen anonymen Großgesellschaften geht, kommt **Moral auch ohne unmittelbar handlungsleitende moralische Motive und Absichten** aus. Der moralischen Qualität der Marktwirtschaft tut es keinen Abbruch, dass die institutionelle beziehungsweise politische Moral nicht zwingend mit einer moralischen Befriedigung des Einzelnen einhergeht, also dem Gefühl, etwas Gutes getan zu haben.

Wir müssen verstehen, dass sich die moralische Qualität des Wettbewerbs, des Gewinnstrebens und des Verfolgens eigener Interessen nicht intuitiv, sondern nur durch rationale Argumente begründen lässt, derer man sich immer wieder im Dialog vergewissern muss. In dieser Weise betrachtet kann eine Gesellschaft die Potenziale wissenschaftlicher, technologischer und ökonomischer Entwicklungen chancenorientiert und zugleich verantwortungsbewusst bewerten.

## 5 Verantwortung übernehmen für den öffentlichen Diskurs

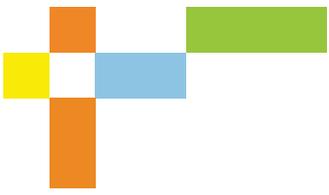
In den vorherigen Abschnitten haben wir einige inhaltliche Leitgedanken vorgeschlagen, wie die Eliten in Wirtschaft, Wissenschaft und Politik im öffentlichen Diskurs einen offensiven, kompetenten und theoretisch belastbaren Beitrag für ein tragfähiges Narrativ leisten können, um Vertrauen in die Marktwirtschaft zurückzugewinnen.

Sie müssen dabei auch ihre eigene **Glaubwürdigkeit** unter Beweis stellen:

1. durch kongruentes Reden und Tun,
2. durch Einhalten des Regelsystems, das den Markt und den Wettbewerb erst ermöglicht (insbesondere kein Protektionismus), und Mitwirkung bei seiner Verbesserung,
3. durch entschiedene Distanzierung von unternehmerischem Fehlverhalten (beispielsweise Marktmanipulationen, Betrug, Ausnutzen von Ordnungsdefiziten, Schutz vor Wettbewerb, Sozialisierung von Verlusten, wenn Haftung und Handeln auseinanderfallen etc.),
4. durch Orientierung unternehmerischen Denkens und Handelns am Modell „Wertentfaltung“ (ökonomisch/ökologisch/sozial nachhaltige Erträge, Reinvestition von Gewinnen in Innovation und Zukunft) statt am Modell „Gier“ – ohne allerdings dabei die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu gefährden,
5. durch Kommunikation des moralischen, am Wohl aller orientierten Sinns der Marktwirtschaft,
6. durch den zivilisierten Umgang mit politischen Differenzen und Verständnis für die Standpunkte und Eigenlogiken anderer gesellschaftlicher Funktionssysteme sowie
7. durch die Bereitschaft zum öffentlichen Diskurs und zu gemeinsamen normativen Lernprozessen angesichts der neuen Herausforderungen.

Denn eine Gesellschaft, die Grund zur Annahme hat, dass sich die Wirtschaft dem Dienst am gelingenden Leben aller verweigert, wird ihr letztlich das Vertrauen und die Unterstützung entziehen.

Anknüpfend an die guten Erfahrungen der Wissenschafts- und Technikkommunikation, setzen wir uns für einen intensiveren Dialog von Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft zu Funktionsweise und Sinn unserer Wirtschaft ein. Die nationalen Akademien in Deutschland können ein Ort dafür sein.





## acatech – Deutsche Akademie der Technikwissenschaften

acatech vertritt die deutschen Technikwissenschaften im In- und Ausland in selbstbestimmter, unabhängiger und gemeinwohlorientierter Weise. Als Arbeitsakademie berät acatech Politik und Gesellschaft in technikwissenschaftlichen und technologiepolitischen Zukunftsfragen. Darüber hinaus hat es sich acatech zum Ziel gesetzt, den Wissenstransfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft zu unterstützen und den technikwissenschaftlichen Nachwuchs zu fördern. Zu den Mitgliedern der Akademie zählen herausragende Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus Hochschulen, Forschungseinrichtungen und Unternehmen. acatech finanziert sich durch eine institutionelle Förderung von Bund und Ländern sowie durch Spenden und projektbezogene Drittmittel. Um den Diskurs über technischen Fortschritt in Deutschland zu fördern und das Potenzial zukunftsweisender Technologien für Wirtschaft und Gesellschaft darzustellen, veranstaltet acatech Symposien, Foren, Podiumsdiskussionen und Workshops. Mit Studien, Empfehlungen und Stellungnahmen wendet sich acatech an die Öffentlichkeit. acatech besteht aus drei Organen: Die Mitglieder der Akademie sind in der Mitgliederversammlung organisiert; das Präsidium, das von den Mitgliedern und Senatoren der Akademie bestimmt wird, lenkt die Arbeit; ein Senat mit namhaften Persönlichkeiten vor allem aus der Industrie, aus der Wissenschaft und aus der Politik berät acatech in Fragen der strategischen Ausrichtung und sorgt für den Austausch mit der Wirtschaft und anderen Wissenschaftsorganisationen in Deutschland. Die Geschäftsstelle von acatech befindet sich in München; zudem ist acatech mit einem Hauptstadtbüro in Berlin und einem Büro in Brüssel vertreten.

Weitere Informationen unter [www.acatech.de](http://www.acatech.de)



#### Autoren:

**Prof. Dr. Dr. Karl Homann**  
ehem. Ludwigs-Maximilians-  
Universität München/  
acatech – Deutsche Akademie  
der Technikwissenschaften  
Karolinenplatz 4  
80333 München

**Prof. Dr.-Ing. Joachim Milberg**  
BMW Stiftung Herbert Quandt/  
acatech – Deutsche Akademie  
der Technikwissenschaften  
Karolinenplatz 4  
80333 München

**Prof. Dr. Joachim Weimann**  
Otto-von-Guericke-Universität  
Magdeburg/acatech –  
Deutsche Akademie der  
Technikwissenschaften  
Karolinenplatz 4  
80333 München

**Dr. Thomas Lange**  
acatech – Deutsche Akademie  
der Technikwissenschaften  
Karolinenplatz 4  
80333 München

**Prof. Dr. Christoph M. Schmidt**  
RWI – Leibniz-Institut für  
Wirtschaftsforschung/  
acatech – Deutsche Akademie  
der Technikwissenschaften  
Karolinenplatz 4  
80333 München

#### Reihenherausgeber:

**acatech – Deutsche Akademie der Technikwissenschaften, 2018**

Geschäftsstelle  
Karolinenplatz 4  
80333 München  
T +49 (0)89/52 03 09-0  
F +49 (0)89/52 03 09-900  
info@acatech.de  
www.acatech.de

Hauptstadtbüro  
Pariser Platz 4a  
10117 Berlin  
T +49 (0)30/2 06 30 96-0  
F +49 (0)30/2 06 30 96-11

Brüssel-Büro  
Rue d'Egmont /Egmontstraat 13  
1000 Brüssel (Belgien)  
T +32 (0)2/2 13 81-80  
F +32 (0)2/2 13 81-89

Vorstand i.S.v. § 26 BGB: Prof. Dr.-Ing. Dieter Spath, Karl-Heinz Streibich, Prof. Dr.-Ing. Jürgen Gausemeier,  
Prof. Dr. Reinhard F. Hüttl, Prof. Dr. Hermann Requardt, Prof. Dr.-Ing. Thomas Weber, Manfred Rauhmeier

#### Empfohlene Zitierweise:

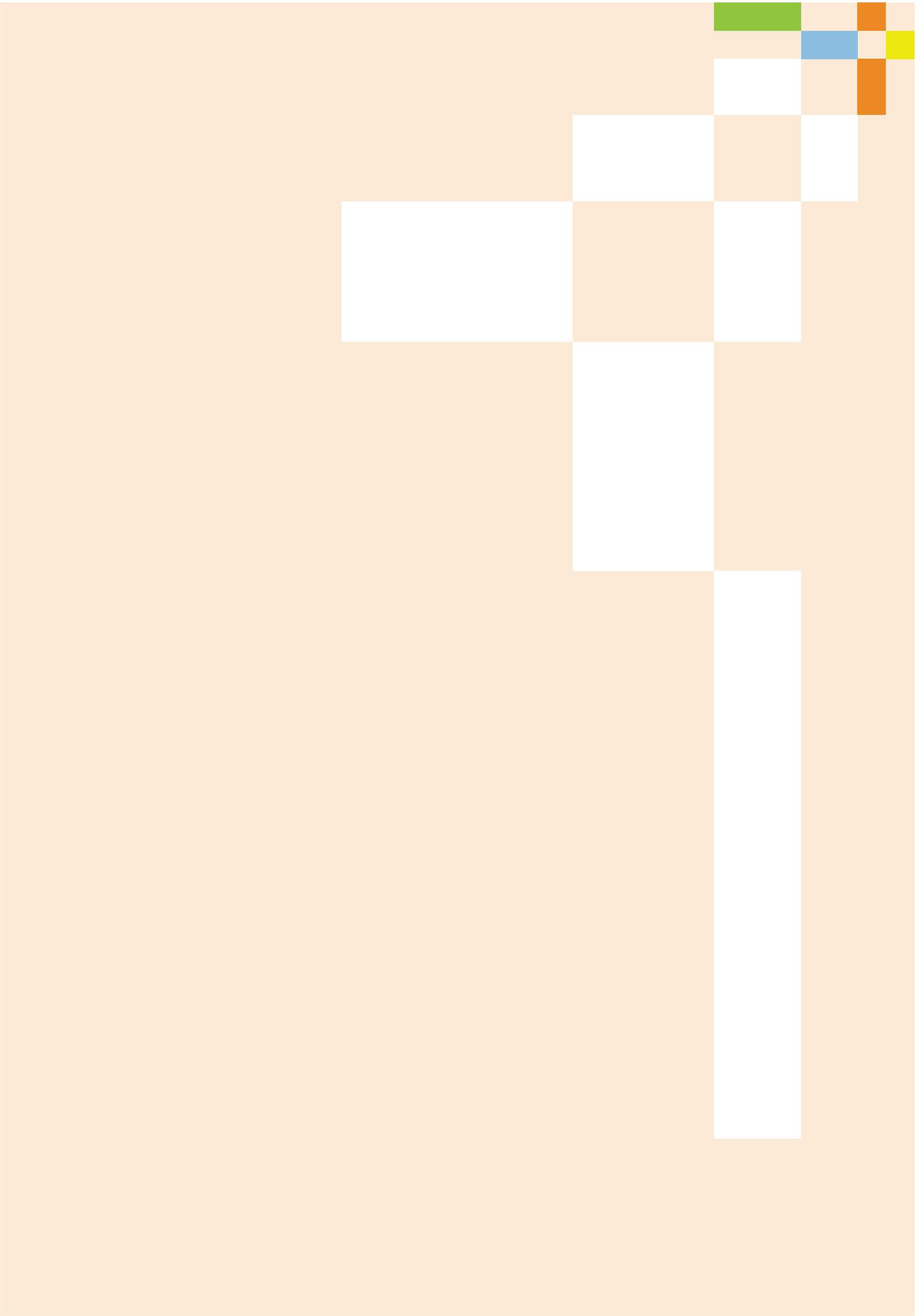
Homann, K./Lange, T./ Milberg, J./Schmidt, C. M./Weimann, J.: *Vertrauen in die Marktwirtschaft zurückgewinnen:  
Für ein tragfähiges Narrativ werben und Diskursverantwortung wahrnehmen* (acatech DISKUSSION), München 2018.

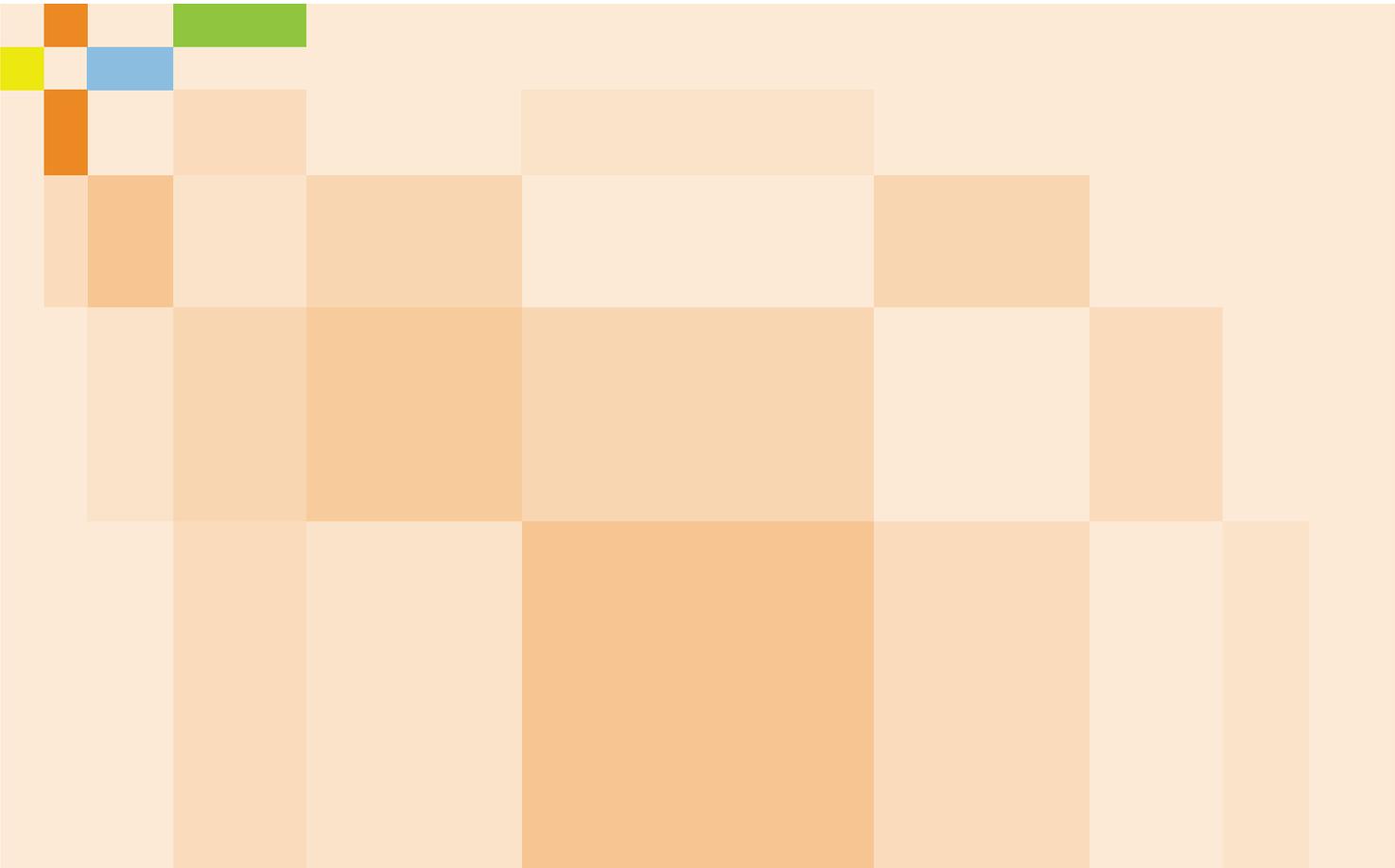
Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung,  
des Nachdrucks, der Entnahme von Abbildungen, der Wiedergabe auf fotomechanischem oder ähnlichem Wege und  
der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen bleiben – auch bei nur auszugsweiser Verwendung – vorbehalten.

Copyright © acatech – Deutsche Akademie der Technikwissenschaften • 2018

Koordination und Redaktion: Dr. Thomas Lange  
Layout-Konzeption: Groothuis, Hamburg  
Konvertierung und Satz: technosatz, Cottbus

Die Originalfassung der Publikation ist verfügbar auf [www.acatech.de](http://www.acatech.de)





Die Marktwirtschaft hat ein Imageproblem. Viele Menschen scheinen einen Widerspruch zu empfinden zwischen ihren moralischen Vorstellungen von Freiheit, Würde, Solidarität und Gerechtigkeit einerseits und den ökonomisch-technischen Erfordernissen der Marktwirtschaft andererseits. Solche Widersprüche gefährden langfristig das Vertrauen in unsere Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung – und damit auch die Innovations- und Zukunftsfähigkeit Deutschlands.

Die Eliten in Wirtschaft, Wissenschaft und Politik sollten im öffentlichen Diskurs einen offensiveren, kompetenteren und theoretisch belastbaren Beitrag für ein tragfähiges Narrativ leisten, um Vertrauen zurückzugewinnen. Die Autoren dieser acatech DISKUSSION schlagen Leitgedanken für ein solches Narrativ vor, das die normativen Grundlagen unserer Kultur stärker mit den Grundlagen der Marktwirtschaft versöhnt. Im Kern argumentieren sie: Die Marktwirtschaft ist das beste bekannte Wirtschaftssystem zur Verwirklichung der Freiheit jedes Einzelnen und der Solidarität aller Menschen innerhalb einer modernen Gesellschaft. Sie ist deshalb anderen bekannten Systemen nicht nur ökonomisch überlegen, sondern auch moralisch. Diese Perspektive dient gleichzeitig als wichtiger Referenzpunkt für den Umgang mit Fehlentwicklungen real existierender Marktwirtschaften und für einen glaubwürdigen sowie verantwortungsbewussten Beitrag zum gesellschaftlichen Diskurs.