

Information

Randolf Rodenstock

Ethische Grundlagen einer

GERECHTEN **WIRTSCHAFTSORDNUNG**

aus Sicht der deutschen Wirtschaft

Ethische Grundlagen einer gerechten Wirtschaftsordnung

aus Sicht der deutschen Wirtschaft

„Menschenwürdige Wirtschaftsordnung: Die Staatskonzeption des Wirtschaftsliberalismus – Wie aktuell ist John Stuart Mill?“

Vortrag im Rahmen der Tagung der Akademie für Politische Bildung Tutzing, 23. Juni 2006

von Randolph Rodenstock

Kapitel	Inhalt	Seite
1	Die Grundkonstanten der Sozialen Marktwirtschaft	3
2	Fehlentwicklungen der Sozialen Marktwirtschaft	8
3	Die Neue Soziale Marktwirtschaft: Mehr Wettbewerb und Freiheit wagen – mehr soziale Gerechtigkeit gewinnen	9

Randolf Rodenstock,
Präsident der vbw –
Vereinigung der
Bayerischen
Wirtschaft e.V.

Ich bedanke mich herzlich für die Einladung zu dieser Tagung, bei der Werk und Gedankengut von John Stuart Mill im Mittelpunkt stehen. Wir würdigen Mill zu Recht als einen großen Mann: Er war der bedeutendste Philosoph, den England im 19. Jahrhundert hatte und gilt als der geistige Vater des Wirtschafts-Liberalismus.

Aber, wir alle wissen auch: Hinter jedem großen Mann steht eine starke Frau! Die starke Frau hinter John Stuart Mill war Harriet Taylor. Sie hatte maßgeblichen Einfluss auf sein Denken. Insbesondere beim Thema Gleichstellung von Mann und Frau hat sie seine Arbeit stark geprägt. Mit ihrem Plädoyer für einen völlig freien, deregulierten Arbeitsmarkt, der auch Frauen offen stehen müsse, ging sie in ihren liberalen Ansichten sogar noch weiter als Mill.

Eine Würdigung des Werks von John Stuart Mill darf daher meines Erachtens die Bedeutung von „Frau Mill“ nicht verschweigen. Dieser Pflicht sei hiermit Genüge getan!

Bevor ich mich nun aber vollständig als Feminist „oute“, will ich zum eigentlichen Thema meines Vortrages kommen: „Die ethischen Grundlagen einer gerechten Wirtschaftsordnung aus Sicht der deutschen Wirtschaft“.

Bei der Behandlung dieses Themas stellt sich die entscheidende Frage: Was ist eine „gerechte“ Wirtschaftsordnung? Die Antwort liefert der Wirtschaftsethiker und Philosoph, Professor Karl Homann:

„Die Marktwirtschaft mit Gewinnstreben und Wettbewerb ist unter den Bedingungen der modernen Welt das beste bisher bekannte Instrument zur Verwirklichung der Solidarität aller Menschen!“

Das heißt im Klartext: Die Soziale Marktwirtschaft ist die gerechteste aller derzeit möglichen Wirtschaftsordnungen. Davon sind wir in der Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft zutiefst überzeugt. Diese Überzeugung teilen aber leider nicht alle Menschen in unserem Land! Umfragen im Umfeld der vergangenen Bundestags-Wahl haben ergeben, dass über die Hälfte der Deutschen glauben, die Soziale Marktwirtschaft würde zu weniger statt mehr sozialer Gerechtigkeit führen. Marktwirtschaft oder soziale Verantwortung – das scheint für viele die Frage zu sein. Sie entsteht aus eher diffusen Ängsten vor Globalisierung, EU-Erweiterung oder technischen Neuerungen – ebenso wie aus konkreten Sorgen, allen voran um den Arbeitsplatz.

Zweifel an der sozialen Komponente der Marktwirtschaft kommen aber auch daher,

weil wir in Unternehmen und Verbänden die Behandlung dieser kritischen Thematik von Ethik und Moral gänzlich unseren politischen Gegnern überlassen haben. Sie wird von der Linkspartei, den Gewerkschaften und oppositionellen Gruppierungen wie ATTAC beherrscht, die sich quasi die Deutungshoheit in diesen Angelegenheiten anmaßen.

Unter anderem haben wir es häufig versäumt, betriebswirtschaftlich notwendige Entscheidungen für die Öffentlichkeit verständlich zu vermitteln. Die Verantwortlichen haben zu selten von der ethischen Dimension, von den persönlichen Bedenken und Gewissensnöten gesprochen, die so manche unternehmerische Entscheidung, gerade bei Entlassungen, begleiten. Daher dürfen wir uns über die Folgen nicht wundern: Die moralischen Grundlagen unseres Wirtschaftssystems werden in Frage gestellt, mehr noch, die Ethik des Wirtschaftens an sich wird bezweifelt.

Diese Bedenken müssen wir ernst nehmen. Denn sie stehen dem notwendigen Reformkurs in Richtung mehr Markt und mehr Wettbewerb im Weg, den unser Land dringend steuern muss, um seinen Wohlstand und seine Zukunft zu sichern. Es muss uns gelingen, die Menschen von der sittlichen Qualität der Marktwirtschaft zu überzeugen; und davon, dass Wettbewerb und soziale Verantwortung sich eben in einer Sozialen Marktwirtschaft nicht ausschließen, sondern im Gegenteil zwei Seiten ein und derselben Medaille darstellen. Dazu gehört es vor allem, sich über die Grundkonstanten unserer Wirtschaftsordnung und ihre Funktionsweise klar zu werden.

1. Die Grundkonstanten der Sozialen Marktwirtschaft

Was verstehen wir unter Sozialer Marktwirtschaft?

Laut Definition bezeichnet Marktwirtschaft eine Wirtschaftsordnung, die – im Gegensatz zur Planwirtschaft – auf Angebot und Nachfrage beruht, welche wiederum sich über den Preis ausgleichen. Dazu gesellt sich, einem Zwilling gleich, das Prinzip des Wettbewerbs.

Wettbewerb ist nicht immer bequem, gehört aber wie Eigentum, Freiheit, Solidarität und Subsidiarität zu den ethischen Grundlagen der Sozialen Marktwirtschaft. Außerdem stellt Wettbewerb das unserer menschlichen Existenz zugrunde liegende biologische Prinzip dar, wie wir seit Darwins „Survival of the Fittest“ wissen.

1.1. Die Aufgabe des Wettbewerbs

Was bewirkt der Wettbewerb?

Der Wettbewerb tut zweierlei. Er ermöglicht und sichert Höchstleistungen und beugt gleichzeitig Machtzusammenballungen vor. Er sorgt dafür, dass sich leistungsfähige und preiswerte Produkte auf dem Markt und damit letztlich bei den Kunden durchsetzen und immer fortschrittlichere entstehen. Konkurrenz beflügelt das ständige Ringen um eine bessere Lösung.

scheiden am Ende aus dem Markt aus – mit allen Konsequenzen für Arbeitsplätze, Standort und persönliches Schicksal. Volkswirtschaftlich betrachtet zwingt dieses Ausleseprinzip allerdings dazu, dass die knappen und wertvollen Ressourcen – die menschliche Arbeitskraft, Maschinen und Anlagen, Rohstoffe, Energie oder Umweltgüter – effizient und verantwortungsvoll genutzt werden. Mit anderen Worten: Auf diese Weise wird der Wohlstand allgemein erhöht. Das liegt letztlich im Interesse der Gemeinschaft und ist somit sozial.

1.2. Der Begriff „sozial“

Mit dem Begriff „sozial“ müssen wir äußerst achtsam umgehen. Er gehört, vor allem in Verbindung mit dem Zusatz „gerecht“, zu den am meisten missbrauchten Wörtern der deutschen Sprache.

Eigentlich kommt das Wort aus dem Lateinischen, wo es bedeutet „auf die Gemeinschaft bezogen“. Deshalb ist für mich sozial das, was der Gemeinschaft, der Gesellschaft nützt, im Gegensatz zur rein egoistisch individuellen Vorteilnahme. So gesehen ist eine Marktwirtschaft schon aus sich heraus sozial.

Besonders „sozial“ kann sich unsere Marktwirtschaft vor allem dann nennen, wenn sie Chancengleichheit gewährleistet und wenn sie eine Hilfe vorsieht für diejenigen, die aus eigener Kraft im Wettbewerb nicht bestehen konnten und ihnen wieder auf die Beine hilft. Es kann kein Zweifel bestehen, dass in solchen

John Stuart Mill
(1806 – 1873)

Dieses Ringen bedeutet nicht zuletzt, dass man dauernd um die Gunst des Kunden kämpfen und seine Bedürfnisse möglichst gut befriedigen muss. Denn nur, wenn man ihm etwas bietet, bekommt man von ihm einen Preis bezahlt und kann Umsatz machen. In anderen Worten: Nur wer anderen Gutes tut, bekommt auch einen Lohn dafür. Das erinnert schon sehr an die christliche Nächstenliebe.

Die vermeintliche Schattenseite des Wettbewerbs: Betriebe, die in diesem Wettlauf um die Gunst des Kunden nicht mithalten können, weil sie zu teuer, zu träge oder zu altmodisch sind,

Fällen die Gesellschaft gefordert ist und den Notleidenden helfen muss. Die Soziale Marktwirtschaft verfügt deshalb über eine Sozialordnung, die die Solidarität mit den wirklich Schwachen regelt. Diese Solidarität beruht auf einem sittlichen Fundament, im Grunde auf der christlichen Nächstenliebe.

Sie macht aber auch unter ganz praktischen, ökonomischen Gesichtspunkten Sinn. Wir wissen nämlich, dass wir uns unsere Brötchen künftig vor allem mit Innovationen verdienen müssen. Innovation bedeutet immer auch Risiko. Eine Gesellschaft von Menschen, die befürchten müssen, beim Scheitern unweigerlich in der Gosse zu landen, wird keinen innovativen Geist entwickeln. Auch deswegen sind wir also gut beraten, ein Netz aus Solidarität zu knüpfen.

Solidarität muss sich aber auch vor Missverständnissen, vor allem aber vor Missbrauch schützen. Es wäre eine Perversion des sozialen Grundgedankens, wenn – überspitzt formuliert – eine bequeme Minderheit sich von einer leistungsbereiten Mehrheit alimentieren ließe. Solidarität muss deshalb gleichrangig sein mit Subsidiarität – ebenfalls in der christlichen Soziallehre verwurzelt. Das heißt, dass die Gemeinschaft nur dann, nur so lange und nur in dem Maße für den Einzelnen einspringt, wie dieser nicht in der Lage ist, für sich selbst zu sorgen. Dies hat die staatliche Gemeinschaft zu regeln.

Es ist im Übrigen ein weiteres in der Bevölkerung verbreitetes Missverständnis, dass die Vertreter der Wirtschaft einen schwachen Staat wünschen. Das Gegenteil ist der Fall. Aber die

Aufgaben des Staates beschränken sich in unserem System auf eine ordnungspolitische Rahmenbedingungen schaffende Rolle:

- ▶ Er muss, wie gesagt, das Netz solidarischer Hilfe organisieren und für Chancengleichheit sorgen.
- ▶ Er muss die individuelle und wirtschaftliche Freiheit der Menschen sichern.
- ▶ Er muss für offene Märkte sorgen.
- ▶ Er muss einen fairen Leistungswettbewerb und ein funktionierendes Marktpreissystem garantieren und
- ▶ Gemeinschaftsaufgaben wie Polizei und Infrastruktur wahrnehmen.

Im Übrigen soll er die Bereitschaft und die Fähigkeit der Menschen zu eigenverantwortlichem Handeln fördern. „Er soll die Menschen in die Lage versetzen, sich selbst ein auskömmliches Einkommen zu erwirtschaften“, so formuliert es John Stuart Mill.

1.3. Die Rolle des Unternehmers in der Gesellschaft

Manche in der Bevölkerung vorhandenen Missverständnisse haben wir Unternehmer uns aber ein Stück weit auch selbst zuzuschreiben. Zum Beispiel solche, die die Rolle des Unternehmens in der Gesellschaft betreffen. So haben wir uns in den guten Zeiten des Wachstums gerne damit geschmückt, dass wir Arbeitsplätze schaffen und haben damit den Eindruck erweckt, es sei unsere primäre Aufgabe, für Beschäftigung zu sorgen. Da kann es nicht verwundern, dass 90 Prozent der Deutschen dies heute glauben und nur 42 Prozent das Erzielen von Gewinn als Hauptzweck einer Unternehmung bezeichnen.

Tatsächlich liegt die erstrangige gesellschaftliche Aufgabe eines Unternehmens darin, Produkte und Dienstleistungen zu einem möglichst günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis zur Verfügung zu stellen. Wenn das funktioniert und viele Kunden sich gemäß ihrer persönlichen Wertvorstellungen für dieses Angebot entschei-

den, wird das Unternehmen wachsen, und Arbeitsplätze werden entstehen. Das ist ja tatsächlich eine erwünschte und erfreuliche Folgeerscheinung, allerdings nicht, weil Unternehmer willkürlich über Arbeitsplätze entscheiden, sondern eher, weil sich die Kunden entsprechend verhalten.

Sozial heißt eben nicht nur, dass man aus Gemeinwohl orientierten Motiven handelt, es kann auch heißen, dass das Ergebnis des Handelns – und sei es noch so egoistisch motiviert – der Gesellschaft nutzt. Um mit John Stuart Mill zu sprechen: „Nicht Motive, sondern die Konsequenzen individuellen Tuns sind entscheidend!“ Es geht also nicht um Gesinnungsethik, sondern um Ergebnisethik.

1.4. Die Aufgabe des Gewinns

Dies gilt auch für Unternehmensgewinne, zu denen wir durchaus mit gutem Gewissen stehen können.

Der Gewinn hat ja verschiedene Funktionen. Zunächst stellt er eine Risikoprämie für den Investor, den Unternehmer, dar. Er dient als Anreiz, das Geld überhaupt in einen Betrieb zu stecken. Darüber hinaus stärken Gewinne das Eigenkapital, machen damit das Unternehmen risiko- und innovationsfähig. Eigenkapital und Gewinn helfen, das erwünschte Wachstum zu finanzieren und sind eine immer unabdingbarere Voraussetzung dafür, dass Kapitalmärkte oder Banken weitere Geldmittel zur Verfügung stellen.

Was ist dann eine angemessene Gewinnhöhe? In Deutschland ist die Nettoumsatzrendite der Unternehmen jetzt nach einer langen Schwächephase auf etwa 2,5 Prozent gestiegen, liegt aber chronisch nach wie vor ein bis zwei Punkte unter den Werten unserer ausländischen Konkurrenten. Ob in einer bestimmten Situation ein Prozent Rendite noch ausreicht, oder zehn Prozent nötig sind, lässt sich nicht generell beantworten, sondern hängt etwa von der jeweiligen Unternehmensstrategie und der Konkurrenzsituation ab. Wer dauerhaft weniger verdient als seine Wettbewerber, gehört zu den Verlierern und wird früher oder später vom Markt verschwinden.

Auch in einer Welt von Quartalsbilanzen ist eine Unternehmensleitung nicht nur an kurzfristiger, sondern in hohem Maße an langfristiger Gewinnerzielung interessiert. Deswegen ist das Management gut beraten, dem Shareholder Value höchste Aufmerksamkeit zu widmen, aber auch die Interessen anderer Stakeholder, anderer Beteiligten zu berücksichtigen: Der Banken etwa, der Lieferanten und natürlich der Mitarbeiter. Man möchte sie ja motiviert halten, sie sollen an einem Strang ziehen und mehr als früher mitdenken und eine selbstständige Mitverantwortung übernehmen.

Ich bin überzeugt, dass eine der größten Produktivitätsreserven in Deutschland in dem Potenzial von Mitarbeitern liegt, die wirklich in ihrer ganzen Person in die betrieblichen Prozesse einbezogen werden. Nach meiner Erfahrung sind da unsere Führungskulturen noch entwicklungsfähig.

Zu den Stakeholdern gehört natürlich auch das bürgerliche Umfeld des Betriebs, die Gemeinde. Das bedeutet, dass der Betrieb die Wirkung seines Handelns nicht als am Fabriktor beendet betrachtet, sondern sich als guter Nachbar, als guter Bürger verhält. Zahlreiche Beispiele für gesellschaftliches Engagement größerer Unternehmen werden von BDI und BDA im Internet unter www.csrgermany.de beschrieben. Auch viele kleine und mittlere Firmen engagieren sich bei Sport, Kultur oder sozialen Einrichtungen in ihrer Nachbarschaft.

Über den Umweg, im Wettbewerb bestehen zu müssen, führt Gewinn letztendlich zu sozialen Errungenschaften wie einer familienbewussten Arbeitswelt oder auch neuen Beschäftigungschancen für ältere Arbeitnehmer. So ist die soziale Verantwortung des Unternehmens tatsächlich als Teil der Logik des Wirtschaftens zu verstehen.

Wieso aber wird dieser Zusammenhang in der Öffentlichkeit angezweifelt? Meine Erklärung ist: Unsere real existierende Soziale Marktwirtschaft hat sich weit von ihrem Ideal wegentwickelt. Man hat sie über Jahre und Jahrzehnte denaturieren lassen.

2. Fehlentwicklungen der Sozialen Marktwirtschaft

Auch daran sind Manager, Unternehmer und ihre Vertreter nicht ganz unschuldig. In der Vergangenheit haben nicht immer alle nach den Regeln gespielt, sondern beispielsweise verschiedentlich ausgeprägte Partikularinteressen vertreten und bei den Politikern darauf hingewirkt, dass zu Gunsten einzelner Unternehmen oder Branchen Schutzzäune errichtet werden. Ich nenne nur die 150 Milliarden Euro, die jährlich an Subventionen an die Wirtschaft ausgeschüttet werden, zehn Prozent mehr als das gesamte Aufkommen an Lohn- und Einkommensteuer! Die notwendigen Anpassungen werden verhindert, der Wettbewerb wird behindert, meist zu Lasten des Mittelstandes.

Und natürlich gibt es auch unter Managern nicht nur Engel, sondern hin und wieder auch schwarze Schafe. Sie sind eben auch nur Menschen. Aber sie sind Menschen mit Macht. Wer viel Macht hat, muss auch einen besonders ausgeprägten Sinn für Verantwortung zeigen

und bei seinem Handeln nicht nur auf Rechtmäßigkeit achten, sondern auch darauf, wie sein Verhalten in der Öffentlichkeit wirkt. Dies ist in der jüngeren Vergangenheit leider nicht immer der Fall gewesen.

Bisher war die Rede von der Sittlichkeit und der Ethik, die dem System der Sozialen Marktwirtschaft innewohnt. Man sieht aber, dass das System und seine Regeln nicht alle Eventualitäten abdecken können und man deshalb immer wieder auf die individuelle Ethik, auf die Verantwortung des Einzelnen angewiesen ist.

Schließlich glaube ich, dass die Bevölkerung auch deswegen Zweifel an der Sozialen Marktwirtschaft hegt, weil ein wichtiges Paradigma der Vergangenheit heute nicht mehr automatisch gilt. Es lautete: Geht es der Firma gut, geht es auch den Mitarbeitern gut. Wenn Gewinne steigen und Belegschaften schrumpfen, erkennt man, dass sich hier eine Schere auftut. Umfragen und Studien zeigen es: Deutsche Unternehmen belegen im Konkurrenzfähigkeits-Ranking des World Economic Forums den dritten Rang, während die Bertelsmann-Stiftung der Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Deutschland unter 21 Nationen den Platz 21 zuweist. Das macht den Handlungsbedarf in Sachen Rahmenbedingungen mehr als deutlich. Doch statt endlich aktiv zu werden, Führungsstärke zu beweisen und die Standortbedingungen zu verbessern, beklagen die Politiker ihren Machtverlust gegenüber dem zunehmenden Einfluss der Wirtschaft.

Den Machtverlust beobachte ich auch, er ist zum Teil ganz natürlich. Viele Kompetenzen sind

planmäßig an die EU nach Brüssel abgegeben worden. Außerdem tummeln sich in unserer Welt Spieler, die es früher so nicht gab, etwa asiatische Länder, mit denen Deutschland natürlich die Macht teilen muss.

Zu einem hohen Maße ist der Machtverlust der Regierungspolitiker in Deutschland einfach selbst verschuldet, weil sie die Chance nicht ergreifen, „Leadership“ zu zeigen. Zu „Leadership“ würde es gehören, eine Gesamtstrategie für unser Land zu entwickeln und nicht, die notwendigen Modernisierungs- und Reformvorschläge als reine Reparaturmaßnahmen erscheinen zu lassen.

Heute ist Vieles nicht mehr sozial, Vieles ist nicht mehr Markt in unserem Wirtschaftssystem. Neben den Subventionen erwähne ich an dieser Stelle den Arbeitsmarkt, der diese Bezeichnung schon lange nicht mehr verdient: Von einem Ausgleich von Angebot und Nachfrage über den Preis kann bei 5 Millionen Arbeitslosen ja keine Rede sein!

Die bewährten Regeln der Sozialen Marktwirtschaft müssen wieder in Kraft gesetzt, die Soziale Marktwirtschaft muss erneuert werden, indem wir wieder mehr Markt zulassen, damit er seine soziale Wirkung entfaltet. Mit einer positiven Vision könnten die verantwortlichen Politiker die Bürger für die Modernisierung Deutschlands begeistern und gewinnen.

3. Die Neue Soziale Marktwirtschaft: Mehr Wettbewerb und Freiheit wagen – mehr soziale Gerechtigkeit gewinnen

In der Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft haben wir mit dem „Drei-Säulen-Modell“ ein Konzept erarbeitet, das die Soziale Marktwirtschaft vom Ballast der Jahre befreit. Es setzt auf Wachstum und Nachhaltigkeit und ist in seinem Zusammenhang so angelegt, dass es auch für die Bevölkerung akzeptabel ist.

Die Grundpfeiler sind:

- ▶ 1. Weniger Subventionen für die Wirtschaft.
- ▶ 2. Weniger Steuern und Abgaben für alle.
Die frei werdenden Mittel müssen genutzt werden, um Steuern und Abgaben zu senken, das System zu vereinfachen und den Staatshaushalt zu sanieren. Mit Steuersenkungen bekommen die Bürgerinnen und Bürger auch den finanziellen Spielraum für
- ▶ 3. mehr Eigenverantwortung in den sozialen Sicherungssystemen und beim Arbeitsmarkt.

Fundament des „Drei-Säulen-Modells“ ist ein zukunftsfähiges Bildungssystem. Man könnte dieses Konzept auch als „Sanierungsstrategie für das Unternehmen Deutschland“ bezeichnen, bestehend aus Kostensenkung und Investitionen. Leider lässt die Große Koalition davon höchstens Spurenelemente erkennen.

Ich würde mir im Sinne von Strategie und Vision wünschen, dass die Politiker hinsichtlich der Zusammenhänge von Spielregeln eine klare Sprache finden. Abraham Lincoln, der 16. Präsident der USA, hat das Grundprinzip einer auf Wettbewerb beruhenden sozialen Verantwortung in seinem politischen Vermächtnis mit einfachen, aber eindringlichen Worten so beschrieben:

„Ihr werdet die Schwachen nicht stärken, indem ihr die Starken schwächt.

Ihr werdet den Armen nicht helfen, indem ihr die Reichen ausmerzt.

Ihr werdet mit Sicherheit in Schwierigkeiten kommen, wenn ihr mehr ausgibt, als ihr verdient.

Ihr werdet kein Interesse an den öffentlichen Angelegenheiten und keinen Enthusiasmus wecken, wenn ihr dem Einzelnen seine Initiative und seine Freiheit nehmt.

Ihr könnt den Menschen nie auf Dauer helfen, wenn ihr für sie tut, was sie selber für sich tun sollten und könnten.“

Das ist auch die Sicht der deutschen Wirtschaft. Was viele aber überraschen dürfte, ist, dass sich im Laufe der Jahre auch Vertreter der Kirchen dieser Position angenähert haben, allen voran Papst Benedikt XVI.:

„Eine Moral, die die Sachkenntnis der Wirtschaftsgesetze überspringen zu können meint, ist nicht Moral, sondern Moralismus, also das Gegenteil von Moral.“

Und der Vorsitzenden der Deutschen Bischofskonferenz, Kardinal Karl Lehmann, führt aus:

„Markt und Ethik werden heute rasch als unversöhnliche Gegensätze dargestellt. Man wittert die Raffgier eines rücksichtslosen Marktes, der sich bloß nach dem Recht des Stärkeren richtet. (...) Hier scheint ein Umdenken notwendig zu sein. Das individuelle Streben nach Existenzsicherung, Wohlstand und Anerkennung ist nicht möglich ohne Wettbewerb. Dieser fördert Innovationen, weil sich

Abraham Lincoln
(1809 – 1865)

Ihr werdet denen, die ihren Lebensunterhalt verdienen müssen, nicht helfen, indem ihr die ruiniert, die sie bezahlen.

Ihr werdet keine Brüderlichkeit schaffen, indem ihr den Klassenhass schürt.

auch der Erfolgreiche nicht auf seinen Lorbeeren ausruhen kann.“

Ganz im Sinne der katholischen Soziallehre betont er auch die Selbstverantwortung des Einzelnen und die Grenzen der Umverteilung: Mehr soziale Gerechtigkeit heißt auch für ihn nicht stärkere Umverteilung, „sondern eine Form des Wirtschaftens, die das einzelne Individuum mit seinen Fähigkeiten und seiner Verantwortung zur Geltung kommen lässt, aber auch die soziale Gerechtigkeit unseres Gemeinwohls nicht aus den Augen verliert“. Darin finden sich die Gedanken von John Stuart Mill wieder.

Aber nicht nur philosophisch, sondern auch rechnerisch kann der Wert einer Rückkehr zu den Prinzipien der Sozialen Marktwirtschaft ausgedrückt werden. Das Institut der deutschen Wirtschaft Köln hat unter dem Titel „Vision Deutschland“ eine quantitative Studie erstellt.

Mit einem 20-Jahre-Horizont werden, grob gesagt, Modernisierungsszenarien verglichen mit dem Stagnationsszenario, in dem wir uns momentan befinden.

Würde die Politik die Weichen auf Wirtschaftswachstum stellen, wie z. B. die Regierung Kohl in den 80er Jahren, die Briten in den 90er Jahren oder die Skandinavier, könnten wir in den nächsten 20 Jahren

- ▶ die Arbeitslosigkeit auf etwa 4 Prozent drücken – statt sie auf 17 Prozent hochschnellen zu lassen;
- ▶ die absoluten Ausgaben des Staates steigern und gleichzeitig die Staatsquote auf 43 Prozent drücken;
- ▶ jedem Haushalt in Deutschland 17.500 Euro mehr im Jahr ermöglichen - netto! Das heißt, 40 Prozent mehr als wenn wir so weiter „wursteln“ wie bisher.

Ich denke, dies ist auch für kühle Rechner eine ausgesprochen faszinierende Perspektive!

Die erneuerte Soziale Marktwirtschaft lässt uns dem Ideal einer gerechten Wirtschaftsordnung am nächsten kommen. Das gilt im Übrigen national ebenso wie international. Empirische Studien beweisen, dass Wirtschaftswachstum eine wesentliche Voraussetzung für die weltweite Armutsbekämpfung ist. Länder, die ihre Märkte öffnen und für einen funktionierenden Wettbewerb sorgen, können einen wachsenden Wohlstand in allen Bevölkerungsschichten verzeichnen. Prominenteste Beispiele hierfür sind seit längerem

die Tigerstaaten Südostasiens sowie in jüngerer Zeit Indien und China. Diese Länder nutzen die Chancen, die ihnen die Globalisierung bietet.

Weite Teile Afrikas hingegen, die sich gegen die Globalisierung abschotten, die gezeichnet sind von politischen Unruhen, Korruption, fehlenden Rechts- und Justizsystemen und ineffizienter Verwaltung, sind vom Welthandel ausgeschlossen. Die Armutsbekämpfung macht dort kaum Fortschritte.

Es ist daher notwendig, dass wir die Soziale Marktwirtschaft zu einem internationalen Exportschlager machen. Nur wenn die Entwicklungsländer sich dem internationalen Wettbewerb öffnen und die Industrieländer einen fairen Leistungswettbewerb zulassen, können wir weltweit für eine gerechte und menschenwürdige Wirtschaftsordnung sorgen.

Lassen Sie mich zusammenfassen: Aus Sicht der Wirtschaft hat eine „gerechte“ Wirtschafts-

ordnung nicht zum Ziel, die Ergebnisse des Wettbewerbs in einer Marktwirtschaft so zu korrigieren, dass der Wohlstand gleich verteilt wird. Dadurch wird der Wettbewerb ausgehebelt, die Leistungsanreize werden minimiert.

Eine gerechte Wirtschaftsordnung hat vielmehr zum Ziel, allen Menschen gleiche Startchancen einzuräumen und Freiheit zur Eigenverantwortung zu geben. Das kann allein die Soziale Marktwirtschaft leisten!

Randolf Rodenstock

Randolf Rodenstock, im Jahr 1948 in München geboren, ist Aufsichtsratsvorsitzender der Rodenstock Unternehmensgruppe, deren Vorsitzender er von 1990 bis 2003 war. Er ist sowohl Präsidiumsmitglied des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI) als auch der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA). Der Diplom-Physiker und Master of Business Administration (MBA) steht außerdem seit 2000 als Präsident der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft vor, ist Präsident des VBM – Verband der Bayerischen Metall- und Elektro-Industrie sowie von BayME – Bayerischer Unternehmensverband Metall und Elektro. Randolf Rodenstock ist Vorsitzender des Roman Herzog Instituts.

© 2006 ROMAN HERZOG INSTITUT e.V., München

ISSN 1863-4834

Herausgeber:

ROMAN HERZOG INSTITUT e.V.

Max-Joseph-Str. 5

80333 München

www.romanherzoginstitut.de

Gestaltung: edition agrippa, Köln · Berlin

Fotos: Corbis, ddp, MEV, Projektphoto

Die Studie ist bei dem Herausgeber kostenlos erhältlich.

