

Der Preis der Werte

Wirtschaftsethische Notizen

Michael Schramm



Es gibt eine Vielfalt verschiedener Wertetypen (ökonomische, moralische, religiöse, technische Werte). Welche Werte in den alltäglichen Entscheidungen von Personen oder Unternehmen zum Zuge kommen sollten und welche nicht, ist theoretisch umstritten und praktisch unterschiedlich. Neben einer Schematisierung der verschiedenen Wertetypen zeigt der Beitrag auf, inwiefern Werte ein Moralkapital und als solches nicht kostenlos zu haben sind. Die Stabilisierung gesellschaftlich erwünschter Werte hat ihren Preis. Voraussetzung für die alltäglich notwendigen Investitionen in die Stabilität gesellschaftlich erwünschter Werte ist daher die Vitalität moralischer Interessen.

Werte sind, wenn sie etwas taugen, ein Moralkapital. Und das bedeutet umgekehrt: Werte haben ihren Preis. Der Preis besteht darin, dass die Renditen einzelner Investitionen in die Stabilität gesellschaftlich erwünschter Werte ungewiss (kontingent) sind und sich im jeweiligen Einzelfall oft, aber durchaus nicht immer rechnen werden. Daher bedürfen solche Investitionen der Pflege eines moralischen Interesses. Diese vier – möglicherweise (noch) etwas kryptisch anmutenden – Sätze, die die Grundthese(n) meines Beitrags umreißen, möchte ich nun etwas erläutern.

Werte oder Werte?

Alle Welt redet von Werten – fragt sich nur, was damit gemeint ist. Hierzu zunächst drei Beobachtungen:

⇒ Beobachtung 1

Zu Beginn des so genannten *Mannesmann*-Prozesses, der im Januar 2004 in Düsseldorf begann, sorgte der mitangeklagte Joseph Ackermann, heute Vorstandsvorsitzender der Deutschen Bank, nicht nur mit dem V(ictory)-Zeichen für Aufsehen, sondern auch mit der Aussage: „Das ist das einzige Land, wo diejenigen, die erfolgreich sind und Werte schaf-

fen, deswegen vor Gericht stehen“ (zit. Hetzer / Papendick 2004, S. 100). Das Wort 'Werte' steht hier natürlich für *ökonomische* Werte (Stichwort: Shareholder *value*). Sehen wir einmal von der umstrittenen Frage ab, wie hoch die ökonomischen Werte tatsächlich waren, die Ackermann real geschaffen hat¹ – auffällig ist jedenfalls, dass Ackermanns Hinweis auf ökonomische Werte im Umfeld eines Prozesses erfolgte, in dem er u.a. wegen Verletzung *moralischer* Werte (Angemessenheit oder Gerechtigkeit von Prämienzahlungen; Transparenz usw.) angeklagt worden war.

⇒ Beobachtung 2:

Auch die Berufung auf speziell *moralische* Werte fördert Differenzen zutage: So stellt beispielsweise die FDP

¹ ACKERMANN rechtfertigte etwa die Anerkennungsprämie für *Mannesmann*-Chef KLAUS ESSER (15 Mio. €) durch den Verweis darauf, dass der *Mannesmann*-Börsenwert während des Übernahmekampfes mit Vodafone um 80 Mrd. € und vom Amtsantritt ESSERS (Mai 1999) bis zur Einigung auf eine friedliche Übernahme im Februar 2000 um 140 Mrd. € gestiegen sei. Die Zahlen sind unstrittig. Das Problem liegt allerdings darin, dass diese Steigerungen im *allgemeinen* Trend der damaligen (und kurz darauf geplatzen) Spekulationsblase stattfanden und nicht unbedingt das *individuelle* Verdienst des Managements widerspiegeln.

traditionell den Wert der Freiheit in den Vordergrund, während die PDS gerade diesen Wert der (Markt)Freiheit tendenziell als Un-Wert ansieht und mit dem Wert der sozialen (Verteilungs)Gerechtigkeit kontert.

⇒ Beobachtung 3:

Doch auch in dem Fall, dass auf der allgemeinen Begründungsebene der Wertegrundlagen verbaler Konsens herrscht, bedeutet das noch lange nicht Einigkeit auf der konkreten Anwendungsebene: So berufen sich etwa CDU und SPD in ihren Grundsatzprogrammen wortwörtlich auf die gleichen Grundwerte (Freiheit, Gerechtigkeit und Solidarität), vertreten aber – trotz Großer Koalition – teilweise recht unterschiedliche Ansichten zur Frage, worin denn die Konsequenzen dieser Grundwerte im Blick auf konkrete Sachentscheidungen bestehen.

Ausgehend von diesen drei schlichten empirischen Beobachtungen kann man drei Schlussfolgerungen ziehen:

1. Es gibt *unterschiedliche* Wertetypen (ökonomische, moralische, rechtliche, religiöse usw.).

2. Es existiert eine *Pluralität* differenter *moralischer* (Grund)Werte sowie divergierender Interpretationen der verbal gleichen moralischen Werte.