

ANGEWANDTE
ETHIK
Marktwirtschaft
und Moral

1

Ingo Pies (Hg.)

Der Markt und seine moralischen Grundlagen

Diskussionsmaterial zu einem
Aufsatz von Jeff R. Clark und
Dwight R. Lee

VERLAG KARL ALBER



Ingo Pies (Hg.)

Der Markt und seine
moralischen Grundlagen

MARKTWIRTSCHAFT UND MORAL



In einem grundlegenden Aufsatz, der hier in deutscher Übersetzung zusammen mit dem englischen Original abgedruckt wird, vertreten Clark und Lee die These, dass die Marktwirtschaft häufig zu Unrecht auf moralische Vorbehalte stößt. Sie identifizieren eine Verzerrung ethischer Diskurse: Man werde einer Marktwirtschaft nicht gerecht, wenn man an sie nur den Beurteilungsmaßstab der »Helfermoral« anlegt, die unser tägliches Zusammenleben in kleinen Gruppen bestimmt und großen Wert auf wohlwollende Handlungsmotive legt. Clark und Lee machen geltend, dass man Moral nicht einfach mit »Helfermoral« gleichsetzen dürfe. Sonst mache man sich blind dafür, dass es eine eigenständige »Marktmoral« gebe. Deren Kennzeichen sehen sie darin, vertragstreu zu sein und Mitmenschen ohne Ansehen der Person nach allgemeinen Regeln gleich zu behandeln. Eine solche »Marktmoral« mache Systemleistungen möglich, die wirtschaftlichen Wohlstand erzeugen und zudem sozialen Frieden und individuelle Freiheit fördern. Clark und Lee warnen davor, dass die gesellschaftliche Bedeutung der »Helfermoral« überschätzt und die der »Marktmoral« unterschätzt wird.

Dieser Band leitet dazu an, sich mit den Thesen von Clark und Lee intensiv und kritisch auseinanderzusetzen. Methodische Handreichungen erleichtern die Textanalyse. Besonders anregend für die Diskussion sind elf Kurzkommentare, die den Aufsatz von verschiedenen Blickwinkeln aus beleuchten. Das Diskussionsmaterial hilft, die Stärken und Schwächen der vorgelegten Argumentation fundiert beurteilen zu können.

Der Herausgeber:

Prof. Dr. **Ingo Pies** ist Inhaber des Lehrstuhls für Wirtschaftsethik an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg.

Ingo Pies (Hg.)

Der Markt und seine moralischen Grundlagen

Diskussionsmaterial
zu einem Aufsatz von
Jeff R. Clark und Dwight R. Lee

Verlag Karl Alber Freiburg/München

ANGEWANDTE ETHIK

Herausgegeben von

Nikolaus Knoepffler, Peter Kunzmann, Reinhard Merkel,
Ingo Pies und Anne Siegetsleitner

Wissenschaftlicher Beirat:

Reiner Anselm, Carlos Maria Romeo Casabona,
Klaus Dicke, Matthias Kaufmann, Jürgen Simon,
Wilhelm Vossenkuhl, LeRoy Walters

Marktwirtschaft und Moral

Band 1

Originalausgabe

© VERLAG KARL ALBER

in der Verlag Herder GmbH, Freiburg / München 2015

Alle Rechte vorbehalten

www.verlag-alber.de

Satz und PDF-E-Book: SatzWeise GmbH, Trier

ISBN (Buch) 978-3-495-48701-3

ISBN (PDF-E-Book) 978-3-495-80825-2

Vorwort

von Ingo Pies

Jeff R. Clark und Dwight R. Lee haben im Jahr 2011 in der US-amerikanischen Zeitschrift »Cato Journal« einen sehr bemerkenswerten Aufsatz publiziert, in dem sie sich um die soziale Akzeptanz der Marktwirtschaft besorgt zeigen. Sie vertreten die These, dass bei der moralischen Beurteilung des Marktes systematische Vor- und Fehlurteile unterlaufen können. Um diese auszuräumen, unterscheiden die Autoren zwei Typen von Moral: die im Kontext kleiner Gruppen anzutreffende *Helfermoral*, bei der es um konkrete Anteilnahme und persönliche Fürsorge (im Sinne positiver Pflichten) geht; und die im Kontext großer Gesellschaften anzutreffende *Marktmoral*, bei der normkonformes Verhalten in Übereinstimmung mit abstrakten Regeln (im Sinne negativer Pflichten) – wie z.B. die Einhaltung von Verträgen und der mit ihnen verbundenen Leistungsversprechen – im Vordergrund steht. Zugrunde liegt die Idee, dass die Moral im sozialen Nahbereich eine andere Gestalt annimmt als im sozialen Fernbereich und dass man folglich die moralische Qualität des Marktes leicht unterschätzen kann, wenn man diesen Unterschied nicht sorgsam beachtet.

Dieses Buch ist aus der Überzeugung heraus entstanden, dass der Aufsatz von Clark und Lee es verdient, auch im deutschen Sprachraum zur Kenntnis genommen zu werden. Diese intellektuelle Auseinandersetzung lohnt sich! Und zwar auch gerade dann, wenn man den Autoren gar nicht oder jedenfalls nicht in allen Details zustimmen mag.

Um eine *kritische* Diskussion zu fördern, offeriert dieses Buch diverse Materialien, die eine inhaltlich tiefeschürfende Auseinandersetzung erleichtern. Es enthält:

- die deutsche Übersetzung, der ein Abdruck des englischen Originalaufsatzes Absatz für Absatz gegenübergestellt ist, um eine textgenaue Lektüre zu erleichtern,¹
- ferner Anregungen für eine eigenständige Textanalyse, mit der man sich die Argumentationslinie des Aufsatzes so vor Augen führen kann, dass man als Leser über eine solide Interpretationsgrundlage verfügt, die ein fundiertes Urteil ermöglicht,
- sodann elf kurze Kommentare, die einzelne Aspekte des Themas kritisch ausleuchten
- sowie schließlich einige weiterführende Hinweise für eine vertiefende Auseinandersetzung mit den Thesen des Aufsatzes.

Das in diesem Buch versammelte Diskussionsmaterial wurde auf einer interdisziplinär besetzten Tagung vorbereitet, die vom 28.–30. Mai 2014 in Lutherstadt Wittenberg stattgefunden hat. Der Dieterschwarz-Stiftung ist für finanzielle Unterstützung zu danken. Dank gebührt insbesondere auch den Teilnehmern der Tagung. Viele von ihnen sind als Autoren in diesem Buch vertreten. Ihre Beiträge dokumentieren, wie interessant das Thema ist und wie anregend die Diskussionen waren, die wir in Wittenberg führen konnten.

Ein ganz besonderes Dankeschön verdient Gerhard Engel – und dies keineswegs nur deshalb, weil er unsere produktive Diskusstagung in Wittenberg mit substanziellen Beiträgen und zudem mit einem hoch attraktiven musikalischen Abend bereichert (und begeistert) hat. Ich habe sehr davon profitiert, dass er dieses Buchprojekt von Anfang an mit Rat und Tat inhaltlich unterstützt hat. Dankbar bin ich auch für seine Bereitschaft, sich auf das Abenteuer einzulassen, gemeinsam mit mir zu versuchen, den englischen Originaltext von Clark und Lee in eine gut lesbare deutsche Fassung zu übersetzen. Hier wurde um jedes Wort gerungen, an jeder Formulierung

¹ Hinweis zur Zitation: Verwendete Quellen werden durch Autorennamen, Jahreszahl(en) sowie ggf. durch Seitenverweise im Text und in den Fußnoten kenntlich gemacht. Der vollständige Quellennachweis findet sich in den Literaturverzeichnissen am Ende der jeweiligen Beiträge. Stehen hinter einem Autorennamen zwei durch ein Komma getrennte Jahreszahlen, so zeigt die erste Zahl das Erscheinungsjahr der Erstausgabe, die zweite Zahl das Erscheinungsjahr der zur Zitation verwendeten Ausgabe an. Die Abkürzung H. i. O. steht für »Hervorhebung(en) im Original«. Die Zitation des Aufsatzes von Clark und Lee erfolgt in diesem Buch durchgehend nach einem besonderen Muster der Abkürzung und Verweisung auf Absatz-Ziffern. Beispielsweise steht »CL-4« für »Clark und Lee (2011, 2015; Ziffer 4)«.

gefeilt. Ich habe in diesem Prozess sehr viel gelernt und kann nur hoffen, dass man der Übersetzung nicht ansieht, wie viel Arbeit wir da hineingesteckt haben.

Für uns als Übersetzer außerordentlich hilfreich waren die zahlreichen kenntnisreichen Kommentare und konstruktiven Hinweise der Tagungsteilnehmer in Wittenberg, namentlich die von Johannes Fioule. Auch hierfür ein herzliches Dankeschön!

Als Herausgeber bleibt mir zu wünschen, dass sich möglichst viele – insbesondere junge – Menschen von dem Geist kritischer Analyse und engagierter Diskussion inspirieren lassen, der unsere Tagung in Wittenberg prägte und in den diversen Beiträgen zu diesem Buch einen deutlichen Niederschlag gefunden hat.

Dieser Wunsch, dass der Funke überspringen möge, speist sich aus zwei sehr unterschiedlichen Motiven. Das eine ist individual-ethischer, das andere system-ethischer Natur. Zum einen kann kein Mensch sämtliche Ausprägungen des heutigen Wirtschaftslebens affirmativ bejahen. Aber für das eigene Lebensgefühl und Wohlbefinden macht es einen erheblichen Unterschied, ob man dem Wirtschaftssystem, das man vorfindet, mit moralischer Ablehnung und Fundamentalopposition begegnet oder ob man dem zugrunde liegenden Marktprinzip aufgrund von Sachargumenten aus innerer Überzeugung und mit differenzierender Kritik zustimmen kann. Zum anderen gibt es einen erheblichen Unterschied zwischen destruktiver und konstruktiver Kritik. Deshalb ist es für die kulturelle Evolution unseres Wirtschaftssystems – insbesondere auch im globalen Maßstab – von geradezu existenzieller Bedeutung, ob die Bürger zur Verwirklichung moralischer Anliegen eher eine (partielle) Außerkraftsetzung oder eine (verbesserte) Inkraftsetzung des Marktes anstreben. Bürger sind wir ja schließlich nicht nur als Wirtschaftsbürger (bourgeois), sondern auch als Staatsbürger (citoyens), die über politische Stellhebel verfügen.

Die Zukunft liegt in unserer Hand. Deshalb ist die Auseinandersetzung mit den Thesen von Clark und Lee weitaus mehr als nur theoretischer Selbstzweck oder akademisches *l'art pour l'art*. Die Diskussion ist praxisrelevant für eine nachhaltige Entwicklung – auf der Ebene des Individuums ebenso wie auf der Ebene unserer (Welt-)Gesellschaft.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
-------------------	---

I. Textquelle

<i>J. R. Clark und Dwight R. Lee: Markt und Moral</i>	12
-----------------------------------------------------------------	----

<i>J. R. Clark und Dwight R. Lee: Markets and Morality</i>	13
----------------------------------------------------------------------	----

II. Hinweise zur Textbearbeitung

<i>Ingo Pies: Textlektüre – Textbearbeitung – Textkritik. Anregungen zur Interpretation des Aufsatzes von Clark und Lee</i>	80
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

III. Kommentare

<i>Gerhard Engel: Gibt es einen »moralischen Mesokosmos«? Anmerkungen zu Hayeks Begriff der »Hordenmorak«</i>	100
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

<i>Ingo Pies: Solidarität unter Fremden</i>	111
-------------------------------------------------------	-----

<i>Reinhard Zintl: Ordnungspolitik: Zur Typologie der Moral- vorstellungen und ihren Wechselbeziehungen</i>	123
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

<i>Michaela Haase: »Beliefs in action« – Eine in Bezug auf den Umgang mit Ideologie kritische Analyse des Aufsatzes von Clark und Lee</i>	135
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Inhaltsverzeichnis

<i>Johannes Fioole: Interesse und Tugend am Markt</i>	150
<i>Birger P. Priddat: Moralproduktion durch Märkte: Moral ohne Ethik</i>	161
<i>Johannes Fioole: Moral als Marktversagen</i>	169
<i>Stefan Hielscher: Der Ehrbare Kaufmann als Governance- Entrepreneur: Zur Relevanz von Corporate Citizenship in der modernen Marktwirtschaft</i>	181
<i>Alexandra von Winning: Unternehmen und Moral: CSR als Investition in Geschäft und Gesellschaft</i>	194
<i>Christian Rennert: Unternehmensstrategie und Moral</i>	206
<i>Matthias Georg Will: Märkte, Moral und Organisationen</i>	218
IV. Ausblick	
<i>Ingo Pies: Weiterführende Hinweise</i>	230
Kurzangaben zu den Autoren	239

I. Textquelle

Markt und Moral

Jeff R. Clark and Dwight R. Lee¹

- 1 Adam Smith war Moralphilosoph. Daher war die Ökonomik eine Disziplin, die sich zu Beginn ganz selbstverständlich sowohl mit positiven als auch mit normativen Überlegungen beschäftigt hat. Als jedoch die Ökonomik im Laufe der Zeit immer ›wissenschaftlicher‹ wurde, verdrängte die positive Analyse der Konsequenzen wirtschaftlichen Handelns zunehmend die normative Analyse der Moralität dieser Handlungen. Heutzutage legen Wirtschaftswissenschaftler gewöhnlich besonderen Wert auf die Feststellung, dass die Ökonomik »wertfrei« sei.²
- 2 Das Problem betrifft nicht die positive Ökonomik. Ohne ihre Fähigkeit, zu plausiblen Voraussagen der Folgen politischer Entscheidungen zu gelangen und für stimmige Erklärungen beobachteter wirtschaftlicher Phänomene zu sorgen, wäre die Ökonomik wenig wert – und zwar ganz unabhängig vom zugrunde gelegten Wertesystem. Aber solange Wirtschaftswissenschaftler nicht erkennen, dass moralische Werte in die ökonomische Analyse eingebettet sind, beschränken sie in einschneidender Weise ihre Fähigkeit, wirtschaftliche Phänomene zu verstehen und das, was sie verstehen, auch wirksam zu kommunizieren. Mehr noch: Wenn Wirtschaftswissenschaftler die moralische Dimension ihrer Disziplin ausblenden, überlassen sie das Feld gerade denjenigen, die über ein enormes Repertoire verfügen,

⁰ Ursprünglich erschienen unter dem Titel »Markets & Morality«, in: *Cato Journal*, Vol. 31, No. 1 (Winter 2011), S. 1–25. Der Aufsatz einschließlich der im Text angeführten Zitate wurde übersetzt von Gerhard Engel und Ingo Pies. – Jeff R. Clark ist Professor für Wirtschaftswissenschaften an der University of Tennessee in Chattanooga, wo er den Probasco-Lehrstuhl für Freies Unternehmertum innehat. Dwight R. Lee ist William J. O’Neil-Professor für Globale Märkte und Freiheit an der Southern Methodist University.

⁰ Die Behauptung, dass die Ökonomik eine wertfreie positive Wissenschaft ist oder sein kann, hat unter verschiedenen Gesichtspunkten zunehmend Kritik auf sich gezogen. Vgl. Heyne (2008; Kap. 2).

Markets and Morality

*J. R. Clark and Dwight R. Lee*¹

Adam Smith was a moral philosopher, and economics clearly began as a discipline concerned with both normative and positive considerations. Over time, however, as economics became more »scientific,« positive analysis of the consequences of economic activity increasingly crowded out normative analysis of the morality of that activity. It is now common for economists to boast that economics is »value free.«² 1

The problem is not with positive economics. Without the ability of economic analysis to make reasonable predictions about the consequences of policies and to provide coherent explanations of observed economic phenomena, there would be no value to economics regardless of the value system applied. But without recognizing that moral values are embodied in economic analysis, economists severely limit their ability to understand economic phenomena and to communicate effectively what they do understand. Furthermore, when economists dismiss the moral dimensions of their discipline, they leave the field to others who have an endless supply of pronouncements on the morality of economics in general, and the market order in particular, that are as logically appalling as they are publicly appealing. Only by coupling positive economics with a willingness to engage in moral discourse can economists use their understanding to effectively defend market arrangements, and the general benefits they provide, against 2

⁰ *Cato Journal*, Vol. 31, No. 1 (Winter 2011), p. 1–25. Copyright © Cato Institute. All rights reserved.

J. R. Clark is Professor of Economics at the University of Tennessee at Chattanooga, where he holds the Probasco Chair of Free Enterprise. Dwight R. Lee is the William J. O’Neil Professor of Global Markets and Freedom at Southern Methodist University.

⁰ The claim that economics is, or can be, a positive science free of values has increasingly come under attack from a variety of perspectives (see Heyne 2008: chap. 2).

wenn es darum geht, Behauptungen über die Moral der Ökonomik im Allgemeinen und über die Moral der Marktordnung im Besonderen zu verkünden – insbesondere solche Behauptungen, die logisch haarsträubend und zugleich öffentlich zugkräftig sind. Nur wenn sie die positive Analyse mit der Bereitschaft verbinden, sich in den moralischen Diskurs einzuschalten, können Ökonomen ihre Einsichten dazu nutzen, Markt-Arrangements und die allgemeinen Vorteile, die mit ihnen einhergehen, gegen jene moralisierenden Spitzfindigkeiten zu verteidigen, die von Politikern und ihrer Klientel organisierter Sonderinteressen in apologetischer Absicht vorgebracht werden, um politisch bevorzugte Gruppen vor dem disziplinierenden Druck des Marktwettbewerbs zu schützen.

- 3 Doch bedauerlicherweise sieht sich ein moralisches Plädoyer zugunsten des Marktes mit einem ernstem Problem konfrontiert. Argumenten, die dem Markt eine moralische Qualität zuschreiben, steht eine weitverbreitete ethische Sichtweise gegenüber, welche die meisten Menschen dazu veranlasst, Märkte als fundamental unmoralisch anzusehen. Dies ist nun aber kein Problem, das sich durch Fortschritte der positiven Ökonomik lösen ließe.³ Wir vertreten die Auffassung, dass eine moralische Argumentation zugunsten des Marktes dann am meisten überzeugt, wenn man die übliche Sichtweise auf moralisches Handeln als legitim akzeptiert und gleichzeitig anerkennt, dass die Überlegenheit von Märkten auf ihrer Fähigkeit beruht, wünschenswerte Ergebnisse hervorzubringen, ohne auf das zu bauen, was man gemeinhin als ›moralisches Handeln‹ ansieht. Daraus leiten wir ab, dass Märkte für eine vernünftige und humane soziale Ordnung von wesentlicher Bedeutung sind, denn sie können substitutiv an die Stelle einer Moralität der Fürsorge treten, die für faire und menschenwürdige Verhältnisse unerlässlich ist.
- 4 Unsere Erörterung von Moralität konzentriert sich vorrangig auf das, was man im Allgemeinen als Pflichtethik bezeichnet (richtiges Handeln aus Pflicht oder Pflichtgefühl), im Gegensatz zu einer folgenreorientierten Ethik (richtiges Handeln, das optimale Ergebnisse er-

⁰ In diesem Punkt unterscheiden wir uns von einigen Ökonomen, vor denen wir großen Respekt hegen. Milton Friedman (1953; S. 5) beispielsweise behauptet, dass »wirtschaftspolitische Meinungsverschiedenheiten zwischen uneigennützigen Bürgern überwiegend auf unterschiedlichen Prognosen über die ökonomischen Folgen bestimmter Maßnahmen beruhen – Meinungsverschiedenheiten, die sich im Prinzip durch den Fortschritt der positiven Ökonomik beseitigen ließen –, und weniger auf fundamentalen Unterschieden zwischen grundlegenden Werten.«

moral sophistries used by politicians and their special-interest clients to justify policies to protect politically favored groups against the discipline of market competition.

Unfortunately, making a moral case for markets faces a serious 3
 problem. Arguments supporting the morality of markets confront a
 widespread view of morality that predisposes most people to see mar-
 kets as fundamentally immoral. This is not a problem that can be
 overcome by advances in positive economics.³ It is our view that the
 most effective way to make a moral case for markets requires accept-
 ing the dominant view of moral behavior as a legitimate one, while
 recognizing that the superiority of markets is the result of their abil-
 ity to generate desirable outcomes without relying on what is widely
 seen as moral behavior. This leads us to argue that markets are essen-
 tial for decent and humane social order because they can be substi-
 tuted for the morality of caring that is necessary for decent and hu-
 mane relationships.

Our discussion of morality focuses primarily on what is com- 4
 monly referred to as duty-based morality (behaving the right way
 out of a sense of duty) as opposed to outcome-based morality (behav-
 ing in a way that achieves the best outcomes). This does not mean we
 ignore economic outcomes. Obviously when assessing the desirability

⁰ On this point, we part company with some economists for whom we have great respect. For example, Milton Friedman (1953: 5) states that »differences about economic policy among disinterested citizens derive predominantly from different predictions about the economic consequences of taking action – differences that in principle can be eliminated by the progress of positive economics – rather than from fundamental differences in basic values.«

zielt). Das bedeutet nicht, dass wir ökonomische Folgekalkulationen vernachlässigen. Offensichtlich kann man die allgemeine Wünschbarkeit einer Verhaltensweise ja nur dann beurteilen, wenn man nicht ignoriert, ob die Konsequenzen allgemein wünschbar sind, die sich aus der Verhaltensweise ergeben. Nun ist es allerdings so, dass sich ein Großteil der Marktskepsis aus einer weitverbreiteten Missbilligung der Handlungsmoral herleitet, die Marktprozesse antreibt – und zwar ganz unabhängig von den jeweils erzielten Ergebnissen. Angesichts der vorherrschenden Sichtweise einer pflichtenbasierten Ethik haben oft sogar diejenigen, die gemeinhin die Überlegenheit der Märkte bei der Erzeugung materieller Wohlfahrt anerkennen, den Eindruck, diese Überlegenheit gehe auf Kosten moralischen Anstands. Das lässt sie dann politische Maßnahmen befürworten, die gewöhnliche Markttransaktionen beschränken und so beträchtliche Effizienzverluste herbeiführen.⁴ In diesem Sinne bemerkte Joseph Schumpeter: »Die Wertpapierbörse ist ein völlig unzureichender Ersatz für den Heiligen Gral.«⁵

- 5 Im nächsten Abschnitt untersuchen wir die Eigenschaften, die nach Ansicht der meisten Menschen die Bedingungen einer pflichtenbasierten Moral erfüllen – wir nennen sie ›Helfermoral‹. Sie vergleichen wir dann mit derjenigen Moral, die Marktprozessen zugrunde liegt – und von uns als ›Marktmoral‹ bezeichnet wird.*. Dabei legen wir unser Augenmerk auf die allgemeine Neigung, die Helfermoral über die Marktmoral zu setzen. Im dritten Abschnitt untersuchen wir einige Beispiele für moralische Anfeindungen des Marktes, die seine Leistungen ausblenden. Wir verknüpfen diese Anfeindungen mit der anhaltenden Sehnsucht nach einer Wirtschaftsordnung, die auf der Helfermoral beruht. Der vierte Abschnitt zeigt die Unmöglichkeit,

⁰ Im politischen Raum wird diese Neigung verstärkt durch die geringen persönlichen Kosten gefühlsorientierter Wahlentscheidungen, die sich aus der extrem geringen Wahrscheinlichkeit ergeben, dass eine einzelne Stimme das Wahlergebnis beeinflussen wird. Vgl. Brennan und Lomasky (1993; Kap. 3).

⁰ Schumpeter (1942, 1950; S. 137).

* *Anmerkung der Übersetzer:* Für die im englischen Original verwendeten Ausdrücke »magnanimous morality« bzw. »mundane morality« gibt es angesichts der spezifisch deutschen Begriffstradition keine ideale Übersetzung. Wir behelfen uns daher mit den aspekthaf verkürzenden Begriffen »Helfermoral« und »Marktmoral«. Sie sollen zum Ausdruck bringen, dass es Clark und Lee darauf ankommt, einerseits das großzügige Helfen-Wollen zu betonen und andererseits darauf hinzuweisen, dass die Regeleinhaltung auf Märkten auch jenen Menschen eine moralische Achtung erweist, die man weder persönlich kennt noch jemals kennenlernen wird..

of behavior, the desirability of the outcomes resulting from that behavior cannot be ignored. But, as we shall argue, much of the criticism of markets results from widespread disapproval of the morality of the behavior that drives the market process, quite independently of the outcomes that are generated. Given the prevailing view of duty-based morality, even those who accept the superiority of markets at generating material comforts commonly see that superiority as so morally tainted that they are sympathetic to political action to restrict normal market practices at the cost of considerable market efficiency.⁴ As Joseph Schumpeter ([1942] 1950: 137) observed, »The stock exchange is a poor substitute for the Holy Grail.«

In the next section, we consider characteristics most people see as 5
satisfying the conditions of duty-based morality – which we call *magnanimous morality* – and compare it with the morality that underpins the market process – which we call *mundane morality* – and note the emotional basis for the public appeal of the former over the latter. In our third section, we consider examples of moral hostility toward markets obscuring the benefits of the market, and relate that hostility to the persistent desire for an economic system based on magnanimous morality. Our fourth section points to the impossibility of an extended market order based on magnanimous morality. In our fifth section, we contrast the abilities of magnanimous morality and mundane morality of the market to foster the moral ideals of social harmony and human liberty, while recognizing the importance of both moralities when confined to their proper spheres. Our final section contains some concluding comments on making a moral case for markets.

⁰ This willingness is accentuated by the low personal cost of expressive voting resulting from the extremely low probability that any one vote will decide an election outcome (see Brennan and Lomasky 1993: chap. 3).

eine entwickelte Marktordnung auf die Helfermoral zu gründen. Im fünften Abschnitt vergleichen wir die Helfermoral und die Markt-moral unter dem Gesichtspunkt, inwieweit sie die Ideale sozialen Friedens und menschlicher Freiheit zur Geltung bringen können – wobei wir durchaus die bedeutende Rolle beider Moralprinzipien anerkennen, solange sie sich auf ihre angestammten Gebiete beschränken. Der letzte Abschnitt enthält einige abschließende Bemerkungen über moralische Argumente zugunsten des Marktes.

Zwei Arten der Pflichtmoral

- 6 Für unsere Zwecke ist es nützlich, zwischen zwei Arten einer auf Pflichten gegründeten Moral zu unterscheiden, die wir als ›Helfermoral‹ bzw. als ›Marktmoral‹ bezeichnen. Wenn Menschen an moralisches Handeln denken, dann ist es fast immer die Helfermoral, die sie dabei im Sinn haben. Wir wollen zuerst sie genauer untersuchen.

Die Helfermoral

- 7 Die ›Helfermoral‹ lässt sich am besten im Sinne einer ›Hilfe für andere‹ bestimmen. Dabei muss diese Hilfe drei Eigenschaften aufweisen: Sie muss als solche beabsichtigt sein, sie muss ein persönliches Opfer bedeuten, und sie muss identifizierbaren Adressaten gelten.⁷ Anderen zu helfen gilt nur dann als moralisch selbstlos, wenn die Hilfe bewusst intendiert ist. Nehmen wir die wohlbekannte Weihnachtsgeschichte *A Christmas Carol* von Charles Dickens. Der geizige Ebenezer Scrooge** hilft am Ende der Familie Cratchit und dem behinderten Sohn Tiny Tim mit voller Absicht, nachdem er am

⁰ Wir behaupten nicht, dass diese Eigenschaften den Begriff ›Helfermoral‹ erschöpfend charakterisieren. Aber wir sind überzeugt, dass sie von vorrangiger Bedeutung sind, wenn es darum geht, zwischen den beiden Arten der Moral zu unterscheiden, um die es hier geht.

** *Anmerkung der Übersetzer:* Ebenezer Scrooge ist die Hauptfigur dieser Novelle. Er wird als selbstsüchtiger und übelgelaunter alter Mann dargestellt, der als Geldverleiher in London lebt – ohne Sinn für Freude und Freundlichkeit, die er als Zeitverschwendung ansieht. Auch in der Weihnachtszeit, in der Liebe und Altruismus noch etwas gelten (sollen), ändert er sein Verhalten gewöhnlich nicht. Bob Cratchit ist sein kurz gehaltener Angestellter.

Two Kinds of Duty-Based Morality

For our purposes it is useful to distinguish between two types of 6
 duty-based morality, which we designate as magnanimous morality
 and mundane morality. When most people think of moral behavior, it
 is magnanimous morality they have in mind, and we consider it first,
 and in greater detail.

Magnanimous Morality

Magnanimous morality can best be defined in terms of helping others 7
 in ways that satisfy three characteristics – helping intentionally,
 doing so at a personal sacrifice, and providing the help to identifiable
 beneficiaries.⁵ Helping others is considered magnanimously moral
 only if the help is intentional. Consider the well-known story *A*
Christmas Carol by Charles Dickens. Ebenezer Scrooge ends up help-
 ing the Cratchet family, and their crippled son Tiny Tim, intention-
 ally after he is transformed into a caring human being by his Christ-
 mas Eve encounter with the ghost of his former partner and the three
 ghosts of Christmas. This story, written in 1843, still invokes a strong
 emotional response to Scrooge's desire to help others as a result of his
 moral awakening.

⁵ We do not claim these characteristics are exhaustive, but we believe they are of primary importance in distinguishing between the two types of morality being considered.

Weihnachtsabend durch die Begegnung mit dem Geist seines Vorgängers und den ›drei Geistern der Weihnacht‹ in ein fürsorgliches Menschenkind verwandelt wurde. Diese 1843 verfasste Geschichte erzeugt auch heute noch eine starke emotionale Resonanz, weil es berührt, wie Scrooge nach seinem moralischen Erwachen den Wunsch verspürt, anderen helfen zu wollen.

8 Das besondere Gewicht bewusster Absichten für die Helfermoral ist eng mit der Forderung nach persönlichen Opfern verknüpft. Je größer das Opfer ist, das eine Person zur Unterstützung anderer erbringt, desto offenkundiger ist es, dass die Hilfe in voller Absicht geleistet wird, und desto größer ist die moralische Qualität, die man der Hilfe zuschreibt. Unter dem Aspekt der Helfermoral ist die Größe des Opfers in der Regel wichtiger als die tatsächlich bewirkte Hilfeleistung. Das wird durch die biblische Geschichte der armen Witwe verdeutlicht: Ihre beiden kleinen Münzen im Opferstock veranlassten Jesus seinen Jüngern gegenüber zu dem Ausspruch: »Wahrlich, ich sage euch: Diese arme Witwe hat mehr in den Opferstock hineingeworfen als alle andern. Denn sie alle haben nur etwas von ihrem Überfluss hergegeben; diese Frau aber, die kaum das Nötigste zum Leben hat, sie hat alles gegeben, was sie besaß, ihren ganzen Lebensunterhalt.«⁹

9 Im Gegensatz dazu wird Hilfeleistung aus Eigennutz fast immer als ein Zeichen dafür angesehen, dass die primäre Absicht darin besteht, selbst zu profitieren, nicht jedoch darin, anderen Menschen Gutes zu tun. Selten gilt hochprofitables Handeln als moralisch, und zwar ganz unabhängig davon, wie groß die Vorteile sind, die daraus für andere entspringen. Man übersieht nur zu leicht die sozialen Vorteile gewinnorientierten Handelns oder stuft dieses Handeln sogar als schädlich für andere ein. Trotz der spätestens seit Adam Smith unternommenen Bemühungen von Wirtschaftswissenschaftlern und trotz der eindeutigen Belege durch die spektakuläre Zunahme der Weltbevölkerung und des Pro-Kopf-Einkommens in den letzten beiden Jahrhunderten bleibt die am Nullsummenspiel orientierte Meinung verbreitet, reich werden könne man nur auf Kosten anderer.

10 Im Vergleich zu der breitgestreuten Vorteilsdiffusion, die ohne Ansehen der Person und diskriminierungsfrei wirkt, wird die dritte Eigenschaft der Helfermoral, nämlich Hilfe nur identifizierbaren Personen zukommen zu lassen oder sie nur in solchen Fällen zu leisten,

⁹ Markus 12:43–44, veränderte Einheitsübersetzung.

The importance of intentions to magnanimous morality is related 8
 to the requirement of personal sacrifice. The greater the sacrifice a
 person makes to help others, the clearer it is that the help is being
 provided intentionally and the greater the morality attributed to it.
 In terms of magnanimous morality, the amount of the sacrifice is
 typically more important than the benefit created. This is illustrated
 in the biblical story of the widow who, by dropping two pennies into
 the collection box, prompted Jesus to tell his disciples »I tell you the
 truth, this poor widow has given more than all the others who are
 making contributions. For they gave a tiny part of their surplus, but
 she, poor as she is, has given everything she had to live on« (Mark
 12:41–44, New Living Translation).

In contrast, profiting by helping others is almost always seen as 9
 an indication that the primary intention is to profit, not to do good.
 Rarely is highly profitable behavior seen as moral no matter how
 great the benefits it generates for others. There is a strong tendency
 to overlook the benefits from profitable activities, or even to see them
 as harmful to others. Despite the efforts of economists at least since
 Adam Smith, and the clear evidence provided by dramatic increases in
 both global population and per capita income over the past two cen-
 turies, the zero-sum belief that those who get rich must be doing so at
 the expense of others remains common.

The third characteristic of magnanimous morality – providing 10
 benefits to identifiable people or particular causes deemed to be
 worthy – is more likely to be considered moral than providing widely
 dispersed benefits impersonally and indiscriminately. Organizations
 soliciting contributions to fight hunger in poor countries, for exam-
 ple, commonly appeal to our sense of morality by offering the oppor-

in denen sie als angemessen gilt, weitaus eher als ›moralisch‹ im eigentlichen Sinne aufgefasst. Wenn Organisationen dringend zu Spenden aufrufen, um, sagen wir, den Hunger in armen Ländern zu bekämpfen, appellieren sie gewöhnlich dadurch an unser sittliches Empfinden, dass sie die Möglichkeit anbieten, für ein bestimmtes Kind zu spenden und als Gegenleistung sein Bild und seine Lebensgeschichte zu erhalten. Andere Beispiele finden sich in den sehr unterschiedlichen Reaktionen auf Philanthropen und Investoren. Philanthropie wird als moralische Handlung verstanden, die das negative Image einer Person verbessern kann, die zu Reichtum gekommen ist, auch wenn diese Person dadurch reich wurde, dass sie weitaus mehr Menschen weitaus größere Wohltaten erwiesen hat als in der Rolle des Philanthropen. Hingegen werden Sparen und Investieren selten als moralische Handlungen aufgefasst, und das trotz der Tatsache, dass der investierende Unternehmer mit jedem *gesparten* Dollar anderen sicherlich mehr hilft als der Philanthrop mit jedem *gespendeten* Dollar. Im Gegensatz zu Philanthropen, die darüber entscheiden, was sie den Begünstigten zukommen lassen wollen, lässt der Unternehmer die Nutznießer (also die Kunden) darüber selbst entscheiden. Außerdem sorgen private Investoren für allgemeinen Nutzen, ohne dass die Nutznießer sie dazu drängen müssten. Aber obwohl der investierende Unternehmer mehr zur gesellschaftlichen Wertschöpfung beiträgt als der Philanthrop, erfreut sich der erstere keiner moralischen Zustimmung, weil seine Hilfe ohne Ansehung der Person geleistet wird und nicht an eindeutig identifizierbare Empfänger geht. Und schließlich: Der investierende Unternehmer wird nicht als jemand wahrgenommen, der anderen absichtlich Wohltaten zukommen lassen will oder persönliche Opfer in Kauf nimmt, um anderen zu helfen.

- 11 Evolutionäre Prägungen erlauben eine plausible Erklärung für die oben genannten Kriterien, die nach verbreiteter Auffassung als notwendige Bedingungen für Moralität gelten.¹⁰ Die menschliche Evolution vollzog sich fast ausschließlich in einer Zeitspanne, in der die Menschen als Jäger und Sammler in Kleingruppen von vermutlich 25 bis 125 Mitgliedern lebten. Das Überleben hing entscheidend davon ab, wie Menschen gegenseitig auf ihr jeweiliges Verhalten reagierten. Allmählich sedimentierten Reaktionsgewohnheiten mit dem größten Überlebenswert zu Gefühlsregungen, die genau das zu ver-

⁰ Vgl. Rubin (2003).

tunity to contribute to a specific child in return for his or her picture and history. Another example is found in the very different reactions to philanthropists and investors. Philanthropy is seen as a moral act that can moderate the public's negative view of someone who has become wealthy, even though he became wealthy by providing far greater benefits spread over more people than his philanthropy does. Saving and investing money, in contrast, is seldom seen as a moral act even though the investor-entrepreneur surely does more to help others for every dollar saved than the philanthropist does for every dollar given away. As opposed to philanthropists, who decide what they want beneficiaries to have, entrepreneurs let the beneficiaries (consumers) decide what they want. Also, private investors provide their benefits without the beneficiaries having to lobby for them. But even though the investor-entrepreneur creates more social value than the philanthropist, the former receives no moral acclaim because his help is provided indiscriminately rather than going to clearly identifiable recipients. Finally, the investor-entrepreneur is not seen as intending to benefit others or making a personal sacrifice to provide the benefits.

Evolutionary imprinting provides a plausible explanation for the 11
 above conditions being widely seen as requirements for morality (Rubin 2003). Human evolution has taken place almost entirely while humans lived in small bands (probably consisting of 25 to 125 or so individuals) of hunter-gatherers. Survival was critically influenced by how people reacted to the behavior of each other, and those reactions with the greatest survival value evolved into emotional responses that helped enforce what became to be considered desirable, or moral, behavior. The type of behavior necessary for the mutual support and cooperation needed for survival in small hunter-gatherer bands was obviously limited, given that each band was almost entirely self-suf-