

WIRTSCHAFTLICHE KONKURRENZ UND SOLIDARITÄT

ERSCHIENEN IN DER SCHWEIZERISCHEN KIRCHENZEITUNG 8/2020

von Stephan Wirz

Christliche Werte scheinen unvereinbar mit konstitutiven Elementen der freien Marktwirtschaft zu sein. Wie lässt sich über den Graben zwischen Wirtschaft und Kirche wie auch Theologie eine Brücke bauen?

Im deutschen Sprachgebrauch ist der Begriff Kapitalismus zumeist negativ konnotiert: als übersteigerte Form einer freiheitlichen Wirtschaftsordnung, in der das Streben nach Wachstum, Profit und dem eigenen Nutzen zur Masslosigkeit und Gier pervertiert ist und dem Gemeinwohl und der Nachhaltigkeit Schaden zufügt. «Neoliberal», «marktradikal», «soziale Kälte» sind geläufige Etikettierungen für diese vermeintlich harte Variante der Marktwirtschaft

Theologische Kritik

Die katholische Sozialethik zeichnet sich wie jede Wissenschaft durch eine Vielzahl an Richtungen aus. Seit Beginn der modernen sozialen Frage im 19. Jahrhundert kann man, grob gesagt, zwischen einem gewerkschafts- und einem unternehmer-freundlichen Flügel unterscheiden. Aktuell sind postwachstumsökonomische Ansätze im Trend, die die Wachstumskritik der 1960er- bis frühen 1980er-Jahre wiederaufnehmen und mit

globalisierungskritischen, ökologischen und suffizienzpolitischen Überlegungen und Massnahmen ergänzen. Ihr Leitbild eines guten und einfachen, sozial- und umweltverträglichen Lebens in überschaubaren (regionalen) Verhältnissen trifft heutzutage – nicht zuletzt aufgrund der Lieferengpässe durch die Corona-Epidemie – den Nerv der Zeit. Machtvollen Zuspruch durch Papst Franziskus erhalten jene, die eine Postwachstumsökonomie befürworten. Die Umwelt- und Sozialzyklika *Laudato si'*, die zu ökologischen Anstrengungen der Unternehmen, zu einer Verlangsamung von Wachstum und Konsum und vor allem zu einem neuen ökologischen Lebensstil aufruft, sowie das Apostolische Schreiben *Evangelii gaudium* mit seinem bekannten Diktum «Diese Wirtschaft tötet», mit dem Franziskus eine «Wirtschaft der Ausschliessung und der Disparität der Einkommen» (EG 53) kritisiert, wirk(t)en als Fanal für gleichgesinnte innerwie ausserkirchliche Kreise, ihre Ablehnung des Kapitalismus bzw. der «neoliberalen» Marktwirtschaft aktiver und offensiver zu vertreten.

Diese Ablehnung knüpft durchaus an die kapitalismuskritische Tradition des gewerkschaftsnahen Flügels der katholischen Sozialethik an. Der bekannteste Vertreter war der Jesuit Oswald von Nell-Breuning (1890–1991), der sich zwar schon in den 1920er-Jahren gegen eine Pauschalverurteilung der kapitalistischen Wirtschaft wandte, aber sehr deutlich zwischen einer zu begrüssenden «kapitalistischen Wirtschaftsweise» und einer zu bekämpfenden «kapitalistischen Klassengesellschaft» unterschied. Die «gesamte Tradition der päpstlichen Sozialverkündigung» zielt nach dem deutschen Sozialethiker Hermann-Josef Große Kracht auf eine «demokratisch-partizipative und laboristisch-modern zu verfassende Wirtschafts- und Sozialordnung jenseits privatkapitalistischer bzw. staatssozialistischer Verfügungsmacht».

Sie biete sich auch heute als «Perspektive eines Dritten Weges» für eine zukunftsfähige moderne Gesellschaft an.¹

Ökonomische Kritik

Es gibt aber nicht nur eine Kritik der Theologie und Kirchen am Kapitalismus, sondern auch eine Kritik von Vertreterinnen und Vertreter der Ökonomie, Unternehmen und Politik am Wirtschaftsverständnis der Kirchen. Zu den gängigen theologischen bzw. kirchlichen Vorwürfen gegen die Marktwirtschaft zählt ihre vermeintliche Unmenschlichkeit. Das sieht Gerhard Schwarz, früherer Leiter der NZZ-Wirtschaftsredaktion, ganz anders. Für ihn sind Marktwirtschaft und christliche Ethik kompatibel, weil es Parallelen im Welt- und Menschenbild gibt. Die Gottebenbildlichkeit des Menschen, die Vernunftorientierung der christlichen Theologie und die durch die Religionen transportierten «Grundhaltungen und Werte» sind für ihn zentrale geistige Grundlagen, auf denen Individualismus und Liberalismus aufbauen. Er erklärt sich die kirchlichen bzw. theologischen Aversionen gegenüber der Marktwirtschaft einerseits mit dem Hang zum utopischen Denken, mit der «unzulässigen Übertragung des aszendenten Menschenbildes und der eschatologischen Heilserwartung auf unsere Erde». Andererseits trage die «Hypostasierung» (Personifizierung) des Marktes dazu bei. Übel werden dem Markt angelastet. Niemals handle jedoch der Markt, immer die Menschen. Sie verhalten sich verantwortlich oder unverantwortlich.

Sollte die Marktwirtschaft nicht noch stärker sozial und ökologisch aufgeladen werden, um kirchlicherseits eine breitere Akzeptanz zu finden? Diesen Versuchen einer sozial und ökologisch geglätteten Marktwirtschaft erteilt Schwarz eine Absage. Das Christentum sei auch «mit einer ziemlich konsequenten, wenig verwässerten Marktwirtschaft im Sinne des Ordoliberalismus» kompatibel.²

Die gegenseitigen Aversionen erklären sich zu einem Grossteil damit, dass konstitutive Elemente der Marktwirtschaft wie Konkurrenz, Privateigentum, Konsumfreiheit, Staatskepsis oder Freihandel gleichsam Antipoden sind zu theologisch-kirchlichen Denkformen, Tugenden und Werthaltungen wie Nächstenliebe, Gemeineigentum, Genügsamkeit, Gemeinwohl oder durch Entwicklungshilfe unterstützte arme Staaten bzw. eine durch die Weltautorität geführte (solidarische) internationale Ordnung. Diese Stolpersteine können nur abgeschliffen oder ausgeräumt werden, wenn anthropologische Denkarbeit geleistet wird und auf beiden Seiten ein neues Verständnis dieser Begriffe entwickelt werden kann. Schauen wir uns zwei Antipoden näher an: Barmherzigkeit versus Konkurrenzverhalten und Konsumfreude versus einfaches Leben (Genügsamkeit). Lassen sich da zwischen theologischen und ökonomischen Vorstellungen Brücken bauen?

Barmherzigkeit und Konkurrenz

Der Sozialethiker Markus Vogt von der Ludwig-Maximilians-Universität München möchte einerseits das Konkurrenzprinzip «als Realität wie als ethische Leitidee der offenen Gesellschaft» würdigen, andererseits aber «die Differenz konkurrenzorientierter Mentalitäten und Strukturen zum (christlichen) Anspruch von Nächstenliebe, Barmherzigkeit und langfristig verlässlicher Kooperation» nicht verharmlosen. Die «agonale Kultur» zähle zu den «produktivsten sozialetischen Leitideen Europas», gleichzeitig bedürfe sie aber der «Anerkennung allgemeiner Regeln» und des Zusammenspiels der Verhaltensmodi Konkurrenz, Kooperation und Fürsorge. Hier könne der Blick auf das Evangelium, auf eine «vom Gedanken der Barmherzigkeit geprägte Ethik» hilfreich sein. Für einen funktionierenden Markt, für einen fairen Wettbewerb brauche es eben

nicht nur rechtliche Regelungen, «sondern auch freiwillige moralische Mehrleistungen der Individuen». Die Soziale Marktwirtschaft erachtet Vogt als eine gelungene Verbindung von Konkurrenz, Kooperation und Solidarität, die «sich wechselseitig durchdringen, begrenzen und stabilisieren». ³

Genügsamkeit und Konsumfreiheit

Die durch den Kapitalismus geschaffene Konsumkultur ist Faszinosum und Quelle anhaltender Kritik zugleich. Eine oberflächliche Lektüre der Enzykliken deutet auf einen weiteren Graben zum Kapitalismus hin: Die Lehrschreiben kritisieren die Überentwicklung von Wirtschaft, Produktion und Konsum in den reichen Staaten, geisseln Materialismus, Hedonismus und Konsumismus. Die Enzyklika *Sollicitudo rei socialis* warnt die Konsumenten davor, zum «Skaven des Besitzens und Geniessens» zu werden (SRS, 28).

Dieses «Pathos der ‚prophetischen Kritik‘» verdeckt allzu leicht eine zweite Argumentationsebene der Soziallehre, die sich um eine anthropologische Fundierung der modernen Konsumkultur bemüht. Wirtschaftliche Freiheit und Konsumfreiheit werden auf dieser Ebene durchaus als Elemente der menschlichen Freiheit anerkannt, sie haben aber keinen Selbstzweck, sondern stehen im Dienst eines metaökonomischen Sinns, nämlich dem Aufbau einer geistigen und materiellen Kultur, in der sich der Mensch zu einer reifen Persönlichkeit entwickeln kann. Der Mensch wird als Berufener verstanden, der in allen Dimensionen seines Daseins – auch im Konsum – ein Qualitätsbewusstsein für das eigene Leben, für die Mit- und Umwelt und die Beziehung zu Gott zu entwickeln hat. Durch eine frei gewählte Suffizienz kann der Mensch eine innere Freiheit gewinnen, um eine (moralisch) kluge Auswahl an Gütern zu treffen.

Solche anthropologischen Überlegungen sind durchaus kompatibel mit einer liberalen Konsumethik. Das formale ethische Kriterium der individuellen humanen Selbstverwirklichung muss aus einem liberalen Verständnis heraus inhaltsleer bleiben. Da der Mensch aber ein, wenn auch rudimentäres, Konzept für einen Lebensentwurf benötigt, braucht es ein vielfältiges Angebot an Sinn- bzw. Glückskonzepten, aus denen der Mensch das für ihn (momentan) passende aussuchen kann. Eines dieser Angebote können auch die Überlegungen der katholischen Soziallehre für eine «bereichernde Kultur des Konsums» sein. Insofern lebt eine liberale Konsumethik, in Abwandlung des Böckenförde-Diktums, von Voraussetzungen, die sie nicht selbst schaffen kann.

Diese knappen Hinweise mögen illustrieren, dass ein innovativer Brückenschlag zwischen theologischen und ökonomischen Vorstellungen durchaus möglich ist.

¹ Vgl. Große Kracht, Hermann-Josef, Rekonstruktionen zur Kapitalismustheorie der katholischen Soziallehre. To end capitalism as we know it, in: Wirz, Stephan (Hg.), Kapitalismus – ein Feindbild für die Kirchen? Zürich / Baden-Baden 2018, 41–56.

² Vgl. Schwarz, Gerhard, Ist der Markt unmenschlich? Zur Vereinbarkeit von Marktwirtschaft und christlicher Ethik, in: Wirz, Stephan (Hg.), Kapitalismus – ein Feindbild für die Kirchen? Zürich / Baden-Baden 2018, 99–115.

³ Vgl. Vogt, Markus, Konkurrenz. Antipode zu Barmherzigkeit und Kooperation? In: Wirz, Stephan (Hg.), Kapitalismus – ein Feindbild für die Kirchen? Zürich und Baden-Baden 2018, 175–191.



«Kapitalismus – ein Feindbild für die Kirchen?» Von Stephan Wirz. Zürich / Baden-Baden 2018. ISBN 978-3-290-20167-8, CHF 42.-; www.tvz-verlag.ch