



MASTERARBEIT | MASTER'S THESIS

Titel | Title

Das Verhalten von Unternehmen im Spannungsfeld von
Profitmaximierung und Moral: Eine wirtschaftsethische Analyse
aus kantianischer Perspektive

verfasst von | submitted by
Maik Hamelmann B.Sc.

angestrebter akademischer Grad | in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Science (MSc)

Wien | Vienna, 2026

Studienkennzahl lt. Studienblatt | Degree
programme code as it appears on the
student record sheet:

UA 066 915

Studienrichtung lt. Studienblatt | Degree
programme as it appears on the student
record sheet:

Masterstudium Betriebswirtschaft

Betreut von | Supervisor:

ao. Univ.-Prof. i.R. Mag. Dr. Josef Windsperger

Kurzzusammenfassung

Die vorliegende Arbeit untersucht das Spannungsfeld zwischen unternehmerischer Profitmaximierung und moralischer Verantwortung aus einer kantianischen Perspektive. Ausgangspunkt ist die Beobachtung, dass Unternehmen unter Wettbewerbsbedingungen systematische Anreize zur Externalisierung sozialer und ökologischer Kosten besitzen, eine Konstellation, die spieltheoretisch als Gefangenendilemma modelliert werden kann. Als Forschungsmethode wurde eine semi-systematische Literaturanalyse durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass das im Spannungsfeld erreichte, kantianische Gleichgewicht unter bestimmten Bedingungen Pareto-effizientere Kooperationsergebnisse als das Nash-Gleichgewicht ermöglicht, jedoch keine automatische Lösung des Gefangenendilemmas darstellt. Eine echte Überwindung des Dilemmas setzt die Internalisierung moralischer Prinzipien als kategorische Pflicht, nicht als strategisches Instrument, voraus. Die Arbeit kommt zu dem Schluss, dass Profitmaximierung und Moral keine unauflösbaren Gegensätze darstellen, sondern unter der Bedingung kantianisch fundierter Unternehmensführung komplementär werden können.

Keywords: *Kantianische Wirtschaftsethik, kategorischer Imperativ, Gefangenendilemma, Profitmaximierung, Kooperationsdilemma*

Inhaltsverzeichnis

1 Wissenschaftlicher Zugang.....	1
1.1 Einleitung	1
1.2 Ziel und Fragestellung der Arbeit.....	2
1.3 Die zentrale Methodik des Forschungsprozesses	3
2 Aktualität und Bedeutung des Themas	5
2.1 Moral in der Marktwirtschaft – gesellschaftliche Relevanz des Forschungsvorhabens	5
2.2 Das grundlegende Instrumentarium der kantianischen Analyseperspektive.....	14
2.3 Müssen Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung tragen?	22
2.4 Zwei konträre Dimensionen unternehmerischer Verantwortung	31
2.4.1 Shareholder Theorie	31
2.4.2 Stakeholder-Theorie	36
2.5 Zusammenfassung des Hauptkapitels 2	38
3 Einführung in die Wirtschaftsethik – eine kantianische Perspektive	40
3.1 Die Existenzberechtigung der Wirtschaftsethik.....	40
3.2 Die Bedeutung kantianischer Philosophie im wirtschaftlichen Kontext nach Bowie	43
3.3 Das Paradox of Profits nach Norman E. Bowie	46
3.4 Zusammenfassung des Hauptkapitels 3	49
4 Das Gefangenendilemma	51
4.1 Eine Einführung in die spieltheoretische Analyse sozialer Dilemmata	51
4.2 Das 2-Personen Gefangenendilemma	53
4.2.1 Die grundlegende Betrachtung des 2x2-Spiel.....	53
4.2.2 Nash-Gleichgewichte	55
4.2.3 Pareto-Effizienz.....	57
4.4 Kooperationsschwelle.....	58
4.5 Zusammenfassung des Hauptkapitels 4	61
5 Semi-Systematischen Literaturrecherche	62
5.1 Datenanalyse	62
5.2 Kant in der Wirtschaft	63
5.3 Kant und die Kooperation im Gefangenendilemma	77
6 Conclusio.....	85
7 Forschungsausblick.....	88
8 Literaturverzeichnis.....	I
9 Anhang	XI
Abstract.....	XI

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Negative externe Effekte der Kohlenstromproduktion und volkswirtschaftliches Optimum.....	6
Abbildung 2: Veränderung der globalen Oberflächentemperatur (im Jahresdurchschnitt von 1850 bis 2020).....	9
Abbildung 3: Der Trade-off zwischen dem Eigeninteresse und der Moral.....	22
Abbildung 4: Gleichgerichtete Entwicklung von Eigeninteresse und Moral.....	23
Abbildung 5: Idealtypische Handlungssituationen im Spannungsfeld von unternehmerischem Erfolg (Rendite) und moralischer Akzeptanz.....	24
Abbildung 6: Eigene Darstellung des Ist-Zustands. Begegnung von Ökonomie und Moral, im Falle eines Marktversagens	26
Abbildung 7: Eigene Darstellung des Soll-Zustand: Vergrößerung der Schnittmenge von Ökonomie und Moral	27
Abbildung 8: Die CSR-Pyramide.....	28
Abbildung 9: Das Stakeholder-Modell.....	36
Abbildung 10: Darstellung des 2-Personen Gefangenendilemmas.....	54
Abbildung 11: Battle of the Sexes.....	55
Abbildung 12: Koordinationsspiel zur Darstellung der Pareto-Effizienz	57

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Veränderungen der globalen Oberflächentemperatur, wobei die Temperaturunterschiede ins Verhältnis zur durchschnittlichen globalen Oberflächentemperatur des Zeitraums 1850-1900 gesetzt werden.	10
Tabelle 2: Tabellarische Übersicht exemplarischer Wirtschaftsskandale	12
Tabelle 3: Der kategorische Imperativ in zwei Explikationen, die jeweils verschiedene Aspekte desselben moralischen Prinzips beleuchten	16
Tabelle 4: Teilbereiche der Ethik.....	42

Abkürzungsverzeichnis

EU - Europäische Union

OECD - Organization for Economic Cooperation and Development

SSP - Shared Socioeconomic Pathway

1 Wissenschaftlicher Zugang

1.1 Einleitung

Das Verhältnis der Disziplinen Ethik und Ökonomie zeichnet sich durch ein Spannungsfeld aus. Dabei materialisiert sich die Problematik dieses Spannungsfelds insbesondere im Begriff der Verantwortung, die Unternehmen gegenüber gesellschaftlichen Akteuren haben. Folglich besteht die grundsätzliche Notwendigkeit der Verantwortungszuschreibung an die Unternehmen. In arbeitsteiligen Organisationen lässt sich häufig nicht bestimmen, welche Einzelperson zu negativen Folgen, etwa Umwelt- oder Gesundheitsschäden, beigetragen hat. Ohne Unternehmensverantwortung blieben viele Schäden wirtschaftlichen Handelns ohne Verantwortungssubjekt.¹ Gleichzeitig ist in der wirtschaftlichen Praxis immer wieder zu beobachten, dass Unternehmen aktiv versuchen, sich dieser Verantwortung zu entziehen. Es bedarf daher eines notwendigen Gegengewichts zu unkontrollierter Profitorientierung.²

Koinzident ist ebenfalls festzustellen das Unternehmen Träger besonderer Verantwortungen sind. So befinden sich Betriebe, die während des Nationalsozialismus Zwangsarbeit einsetzten, noch immer in einem spezifischen moralischen Verhältnis gegenüber den Betroffenen und ihren Nachkommen. Ebenso steht die Grünenthal GmbH bis heute in einer besonderen Beziehung zu den Opfern des Contergan-Skandals, der vor über sechzig Jahren ausgelöst wurde. Sie leisten über ihre rechtlichen Verpflichtungen hinaus Entschädigungs- oder Kompensationszahlungen, häufig über eigens eingerichtete Hilfsfonds.³ Beide Perspektiven beweisen zusammen, dass Unternehmen grundsätzlich zu moralischen Handlungen fähig sind, jedoch bedarf es einer effektiven Strategie zur Bewältigung der skizzierten Dilemmasituation. Die Gestaltung eines verlässlichen und zugleich sicheren Handlungsrahmen für die Unternehmen ist dabei unerlässlich. Dabei ist die Verbindung der Größen Profit und Moral durch Norman E. Bowie besonders wertvoll, da sie einen wirtschaftlichen Mehrwert aus einer ethischen Unternehmensführung abzuleiten vermag: „[...] managing a corporation according to the principles of Kantian ethics is not only good ethics but also good business.“⁴

Die kantianische Moralphilosophie sucht ihr Fundament in der menschlichen Vernunft selbst. Kant begründet dies, indem er dem Menschen als vernünftiges Wesen Autonomie in Hinsicht auf die moralische Gesetzgebung zuspricht.⁵ Diesbezüglich ist folgender Ausspruch Kants

¹ Vgl. Göbel, E. (2024), S. 120

² Vgl. Dahl, R. (2010); Donaldson, T., & Dunfee, T. W. (1999); Furlow, N. E. (2010); Turner, L. (1974)

³ Vgl. Müller, C. (2022), S. 202 f.

⁴ Vgl. Bowie, N.E. (2017), S. 68

⁵ Vgl. Kant, I. (2022), S.446 f.

bekannt: „sapere aude, habe Mut, dich deines eigenen Verstandes zu bedienen“⁶. Die kantianische Moralphilosophie bietet damit ein Handlungsleitendes Konzept für Unternehmen an, dass die Arbeit im Verlauf der folgenden Kapitel diskutiert.

Die vorliegende Arbeit gliedert sich in fünf Hauptkapitel. Beginnend mit dem zweiten Kapitel, dass die gesellschaftliche Relevanz des Forschungsvorhabens darlegt und das grundlegende Analyseinstrumentarium der kantianischen Arbeitsperspektive einführt. Mithilfe der in diesem Rahmen ausführlich diskutierten Formeln des kategorischen Imperativs, gelingt das begriffliche Verständnis der unternehmerischen Verantwortung. Das Kapitel endet mit einer Spaltung der unternehmerischen Verantwortung in eine grundlegende Diskussion der Shareholder- und Stakeholder-Theorie. Anschließend das dritte Kapitel vertieft die in Kapitel zwei begonnene wirtschaftsethische Perspektive und diskutiert Norman E. Bowies Interpretation der kantianischen Philosophie im ökonomischen Kontext, insbesondere das Paradox of Profits als Schlüsselargument für die Kompatibilität von Profit und Moral. Kapitel vier widmet sich nach der Diskussion von kantianischer Moralphilosophie und der Gewinnmaximierung⁷, dem dritten zentralen Teil des Arbeitstitels. Das Spannungsfeld wird durch das spieltheoretische Modell des Gefangenendilemmas betrachtet. Das Konzept der Kooperationsschwelle fungiert als Brücke zu dem Teil der Arbeit, der die kantianische Moral diskutiert hat. Kapitel fünf präsentiert die Ergebnisse der semi-systematischen Literaturrecherche und analysiert, auf welche Weise die identifizierten Beiträge kantianische Prinzipien im ökonomischen Kontext rezipieren und welche theoretischen Verbindungslinien zum Gefangenendilemma bestehen. Abschließend synthetisiert das sechste Kapitel die gewonnenen Erkenntnisse in einer Conclusio, die auf die drei Forschungsfragen eingeht und Implikationen für die Unternehmensführung ableitet.

1.2 Ziel und Fragestellung der Arbeit

Die vorliegende Arbeit untersucht das Verhalten von Unternehmen im Spannungsfeld zwischen Profitmaximierung und Moral, wobei die kantianische Moralphilosophie als wirtschaftsethische Analyseperspektive dient. Zusätzlich ist die spieltheoretische Modellierung sozialer Dilemmata als strukturelles Erklärungsmodell integriert. Grundlegend beschäftigt sich die Arbeit dabei mit folgenden Fragestellungen:

⁶ Vgl. Kaulbach, F. (1969), S.19

⁷ Die vorliegende Arbeit verwendet Gewinn- und Profitmaximierung synonym. Dies trägt dem Umstand Rechnung, dass die verwendete englischsprachige Literatur einheitlich von profit maximization spricht, dem im Deutschen beide Termini nahezu entsprechen.

- Welche Implikationen ergeben sich aus dem kategorischen Imperativ, für das unternehmerische Verhalten im Spannungsfeld zwischen Gewinnmaximierung und moralischer Verantwortung?
- Können kantianische Handlungsstrategien zu einer Überwindung des spieltheoretisch modellierten Gefangenendilemmas im Rahmen des Spannungsfelds zwischen Profitmaximierung und Moral führen?
- Inwiefern steht die Shareholder-Primacy in Konflikt mit kantianischen Pflichten gegenüber anderen Stakeholdern und der Gesellschaft?

Damit leistet die Arbeit einen dreifachen wissenschaftlichen Beitrag: Erstens überträgt sie Kants kategorischen Imperativ in seiner Formel der Universalgesetzgebung und des praktischen Imperativs systematisch auf unternehmerische Entscheidungssituationen unter Wettbewerbsbedingungen. Zweitens analysiert sie auf Basis einer semi-systematischen Literaturrecherche, inwiefern kantianische Handlungsstrategien das klassische Gefangenendilemma zu überwinden vermögen. Drittens untersucht sie, inwiefern die Shareholder-Primacy als dominante Leitlinie unternehmerischer Entscheidungen in fundamentalem Konflikt mit kantianischen Pflichten gegenüber Stakeholdern und der Gesellschaft steht, und leitet daraus Implikationen für die Unternehmensführung ab.

1.3 Die zentrale Methodik des Forschungsprozesses

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist die Darstellung einer Synthese eines breiten interdisziplinären Forschungsfeldes. Im Zentrum steht die Verbindung von unternehmerischen Realitäten, der kantianischen Wirtschaftsethik und dem spieltheoretischen Modell des Gefangenendilemmas. Zur Abbildung zentraler Argumentationslinien in diesem breiten, disziplinübergreifenden Feld, ist die semi-systematische Literaturanalyse aufgrund der Möglichkeit einer flexiblen Synthese theoretischer Perspektiven als methodisch passend zu identifizieren.⁸ Angesichts des weit gefassten Forschungsradius besteht nicht die Möglichkeit, jeden potenziell relevanten Beitrag eingehend zu studieren. Die semi-systematische Review-Methodik ist in solchen Fällen geeignet, um thematische Schwerpunkte oder wiederkehrende theoretische Zugänge in der Literatur herauszuarbeiten und so den aktuellen Wissensstand abzubilden sowie Ansatzpunkte für weitere Forschung zu identifizieren.⁹

⁸ Vgl. Wong et al. (2013); Snyder, H. (2019), S. 335

⁹ Vgl. Snyder, H. (2019), S. 335

Eine strukturierte Datenbanksuche erfolgte im März 2026 in den Zitationsdatenbanken Scopus, Web of Science und JSTOR durchgeführt. Die Suchstrategie basierte auf Booleschen Operatoren mit folgendem Suchstring: (("Kantian business ethics" OR "Kantian ethics" OR "Kantian") AND ("Business ethics" OR "prisoner's dilemma" OR "game theory" OR "profit maximization" OR "shareholder value" OR "categorical imperative")). Berücksichtigt wurden ausschließlich Beiträge in deutscher und englischer Sprache. Der Suchzeitraum umfasste den 1. Januar 2000 bis 31. Dezember 2025, um den aktuellen Wissenstand angemessen abzubilden. Eingeschlossen wurden nur Publikationen, die explizit eine kantianische Perspektive im Kontext einer ökonomischen Handlungsumgebung betrachten. Die Filterung von 463 initial identifizierten Treffern, erfolgte in einem zweistufigen Prüfverfahren. In einem ersten Schritt fand eine kursorische Prüfung der Titel und der Keywords statt, sodass 65 potenziell relevante Veröffentlichungen identifiziert werden konnten. Im zweiten Schritt erfolgte eine detaillierte Prüfung der Abstracts und des Volltextes, zugleich wurden Duplikate ausgeschlossen. Auf dieser Grundlage wurden 23 Artikel ausgewählt, die den für das Forschungsvorhaben zentralen Wissenskorpus bilden. Die final ausgewählten Beiträge wurden anschließend einer strukturierten inhaltlichen Auswertung unterzogen, um wiederkehrende Argumentationsmuster, normative Bezugnahmen auf kantische Prinzipien und theoretische Verknüpfungen zu identifizieren. Ergänzend zur datenbankbasierten Recherche wurde das Standardwerk „Business ethics: a Kantian perspective (Second edition.)“ in den Korpus aufgenommen, da es die Anwendung der kantischen Moralphilosophie auf wirtschaftliche Fragestellungen systematisch entfaltet und damit eine zentrale konzeptionelle Fundierung für die vorgenommene Literaturanalyse bereitstellt.

Da das bearbeitete interdisziplinäre Forschungsfeld, wie bereits beschrieben, umfassend angelegt ist, erfolgte die Erarbeitung von Grundlagenwissen um als unterstützende Fundierungsliteratur herangezogen zu werden. Vor diesem Hintergrund erhebt die Literaturanalyse keinen Anspruch auf vollständige Abdeckung des gesamten Forschungsfeldes, sondern zielt auf die gezielte Identifikation besonders relevanter Beiträge, die für die vertiefte Analyse der Frage, inwiefern kantische Prinzipien als normative Handlungsmaximen für wirtschaftliche Akteure begründbar sind, maßgeblich sind.

2 Aktualität und Bedeutung des Themas

Die Frage, ob Unternehmen moralische Akteure sein können oder sein müssen stellt sich täglich in den Entscheidungsräumen realer Märkte und gewinnt angesichts wachsender gesellschaftlicher Erwartungen an Unternehmen zunehmend an Dringlichkeit. Dies wird insbesondere vor dem Hintergrund gesellschaftlicher Herausforderungen, wie dem Klimawandel, und bekanntgewordenen Unternehmensskandalen deutlich. Die vorliegende Arbeit nähert sich dem Verhältnis von Profitmaximierung und Moral durch die Betrachtung der strukturellen Bedingungen unternehmerischen Handelns. Darauf aufbauend ist von Interesse, warum diese Bedingungen moralisch verantwortungsvolles Verhalten systematisch erschweren können. Das zweite Kapitel schafft hierfür die notwendige Erkenntnisgrundlage. Es situiert das Forschungsvorhaben in seiner gesellschaftlichen Wirklichkeit und stellt zugleich das analytische Instrumentarium bereit, mit dem die Arbeit in den nachfolgenden Kapiteln operiert. Dabei wird eine strukturelle Spannung sichtbar, die den Ausgangspunkt der gesamten Untersuchung konstituiert. Diese Spannung lässt sich weder durch einen einfachen Verweis auf gesetzliche Rahmenbedingungen noch durch appellative Unternehmensethik auflösen. Ihre systematische Durchdringung erfordert einen moralischen Maßstab, der über strategisches Kalkül hinausgeht und dessen Herleitung das Kapitel schrittweise vorbereitet. Damit wird das Fundament geschaffen, die Kompatibilität von Profit und Moral aus kantianischer Perspektive herzuleiten.

2.1 Moral in der Marktwirtschaft – gesellschaftliche Relevanz des Forschungsvorhabens

„The world is on fire“¹⁰. Henderson adressiert mithilfe dieser Formulierung eine der zentralen Herausforderungen der Gegenwart, die andauernde Zerstörung der Umwelt, und induziert gleichzeitig die Dringlichkeit der Suche nach Bewältigungsstrategien¹¹. In diesem Zusammenhang ist die Auflösung der komplexen Frage nach der moralischen Verantwortungszuschreibung mit Blick auf das globale Klimasystem von zentraler Bedeutung. Das Spannungsfeld zwischen Profitmaximierung und Moral tritt hervor. Kein Wirtschaftssubjekt kann von der Nutzung gemeinsamer Umweltressourcen, wie beispielsweise der Atmosphäre, ausgeschlossen werden. Jedoch entsteht gleichzeitig eine Rivalität in der Nutzung selbst, da der Gebrauch durch ein Wirtschaftssubjekt die Verfügbarkeit für andere reduziert. So hat die Atmosphäre beispielsweise nur eine begrenzte Aufnahmekapazität für Treibhausgase. Durch die Nutzung der Atmosphäre erschöpft sich ihre Kapazität (Rivalität), während gleichzeitig kein Akteur von der

¹⁰ Vgl. Henderson, R. (2021), S. 8

¹¹ Vgl. ebd., S. 8

Emissionsproduktion ausgeschlossen werden kann (Nichtausschließbarkeit).¹² Diese Konstellation begründet eine ökonomische Problematik: Da die Kosten der individuellen Umweltnutzung (Umweltverschmutzung) nicht vollständig vom Verursacher getragen werden, sondern sich auf alle Wirtschaftssubjekte verteilen, entstehen systematische Anreize zur Übernutzung von Umweltressourcen. Da sich ein erheblicher Teil der atmosphärischen Treibhausemissionen auf die wichtigsten Kohlenstoffproduzenten zurückführen lässt¹³, soll im Folgenden das exemplarische Modellbeispiel der Kohlestromproduktion analysiert werden. So können die Auswirkungen der Übernutzung am Prinzip negativer externer Effekte klar dargestellt werden.

Abbildung 1 zeigt die entsprechenden Angebots- und Nachfragekurven auf dem Markt für Kohlestrom. Die Nachfragekurve bildet den privaten Konsumentenutzen in Form der Zahlungsbereitschaft ab, während die Angebotskurve die privaten Kosten der Produzenten widerspiegelt. Die Effizienz der Gleichgewichtsmenge Q_{Markt} zeigt sich in der Maximierung der Summe aus Produzenten- und Konsumentenrente und der Ressourcenzuteilung durch den Marktmechanismus, sodass der Gesamtnutzen der Marktteilnehmer, abzüglich der privaten Produktionskosten, maximiert wird.¹⁴

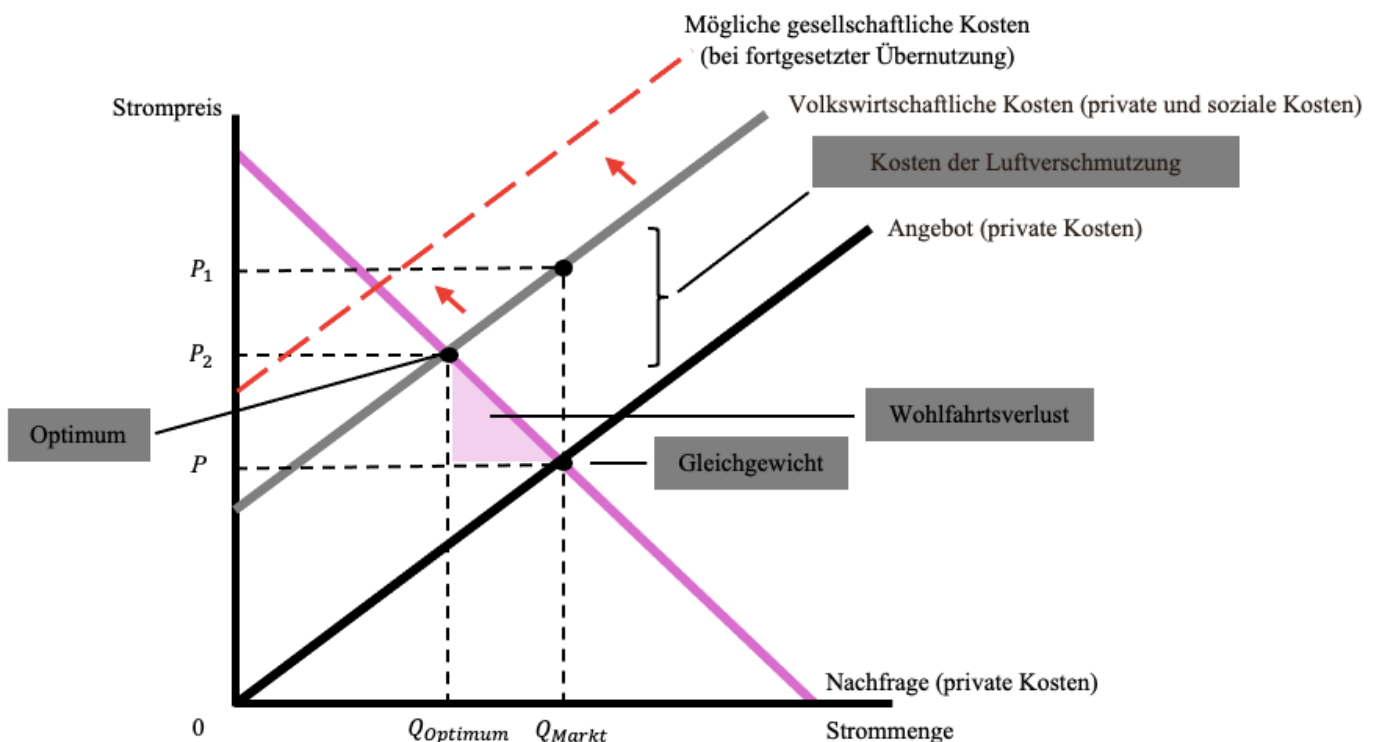


Abbildung 1: Negative externe Effekte der Kohlestromproduktion und volkswirtschaftliches Optimum.¹⁵

Diese Betrachtung vernachlässigt jedoch die externen Effekte der Kohlestromproduktion.

¹² Vgl. Müller, C. (2022), S. 27 f.

¹³ Vgl. Ekwurzel, B. (2017) et. al, S. 588

¹⁴ Vgl. Taylor, M. P., & Mankiw, N. G. (2018), S. 326

¹⁵ Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an Taylor, M. P., & Mankiw, N. G. (2018), S. 328

Dabei ist die weltweite Produktion von Kohlestrom eine Hauptursache für Treibhausgas- und Schadstoffemissionen¹⁶. Diese Emissionen verursachen Gesundheitsrisiken für die Bevölkerung und die wirtschaftlichen Folgen reichen weit über die Strompreise hinaus. Beispielsweise wurden für die Vereinigten Staaten von Amerika die gesamten quantifizierbaren externen Kosten der Kohleverstromung auf Basis einer konservativen Zusammenführung mehrerer Studien auf schätzungsweise 345,3 Milliarden US-Dollar beziffert, was einem Aufschlag von knapp 17,8 Cent je Kilowattstunde Kohlestrom entspricht. Die untere Schätzgrenze liegt dabei bei 175 Milliarden US-Dollar (ca. 9 Cent/kWh), wohingegen die tatsächlichen monetären Gesamtkosten im oberen Szenario bis zu 523,3 Milliarden US-Dollar erreichen könnten.¹⁷ Da die Kohlestromproduzenten ausschließlich ihre privaten Kosten und nicht zusätzlich die verursachten sozialen Kosten in ihre Produktionsentscheidung einbeziehen, bleiben diese sozialen Kosten unberücksichtigt. Es kommt einer Kostenexternalisierung seitens der Unternehmen. Die volkswirtschaftlichen Kosten je produzierter Mengeneinheit entsprechen daher der Summe aus privaten Unternehmenskosten und den externen Kosten, die unbeteiligte Dritte tragen. In Abbildung 1 liegt die Kurve der volkswirtschaftlichen Kosten oberhalb der Angebotskurve, wobei der Abstand zwischen beiden Kurven die sozialen Kosten der Luftverschmutzung darstellt. Die volkswirtschaftliche Kostenkurve ist in diesem Zusammenhang die Summe der privaten Kosten und der sozialen Kosten.¹⁸

Im Marktgleichgewicht Q_{Markt} bewerten Konsumenten den Nutzen der produzierten Kohlestrommenge mit dem Preis P , während die tatsächlichen volkswirtschaftlichen Kosten bei P_1 liegen. Der Abstand zwischen P und P_1 entspricht den externen Grenzkosten der Produktion und misst den marginalen Wohlfahrtsverlust. Das volkswirtschaftliche Optimum $Q_{Optimum}$ liegt dort, wo die Nachfragekurve die gesellschaftliche Kostenkurve schneidet, bei Preis P_2 . Hier entsprechen sich Konsumentenutzen, private Produktionskosten und externe Kosten. Aus volkswirtschaftlicher Perspektive liegt die effiziente Produktionsmenge unterhalb der im privaten Marktgleichgewicht realisierten Menge. Entsprechend fällt auch der effiziente Preis höher aus, da er den tatsächlichen gesellschaftlichen Wert des effizienten Marktergebnisses widerspiegelt. Diese Ineffizienz begründet sich darin, dass der Markt ausschließlich private Kosten berücksichtigt. Folglich erhöht eine Absenkung der Kohlestromproduktion und des Kohlestromkonsums unter die Marktgleichgewichtsmenge die gesamtwirtschaftliche Wohlfahrt. Im Ergebnis übersteigt Q_{Markt} das effiziente Niveau $Q_{Optimum}$, sodass der resultierende

¹⁶ Vgl. Oberschelp, C., et al. (2019), S. 113 f.

¹⁷ Vgl. Epstein, P. R. et al. (2011), S. 93

¹⁸ Vgl. Taylor, M. P., & Mankiw, N. G. (2018), S. 327 f.

Wohlfahrtsverlust dem rosa Dreieck in Abbildung 1 entspricht.¹⁹ Die gestrichelte rote Gerade illustriert eine dynamische Erweiterung des Modells. Folgend der Annahme, dass die Externalisierung sozialer Kosten fortgesetzt wird und die Klimaerwärmung ebenfalls voranschreitet, ist davon auszugehen, dass die gesellschaftlichen Kosten der Kohlestromproduktion weiter steigen werden.

Die skizzierten Klimaauswirkungen werden in Abbildung 2 sowie Tabelle 1 näher betrachtet. Steigen die gesellschaftlichen Kosten weiter, entspricht dies einer Parallelverschiebung der volkswirtschaftlichen Kostenkurve nach oben. Die Konsequenz in einer Verschiebung des $Q_{optimum}$ weiter nach links, sodass die volkswirtschaftlich effiziente Produktionsmenge sinkt. Darüber hinaus vergrößert sich der Wohlfahrtsverlust. Um diese Ineffizienz zu korrigieren, müssen politische Maßnahmen ergriffen werden, die Entscheidungsträger zur Berücksichtigung sozialer Kosten zwingen. Ein geeignetes Instrument wäre beispielsweise eine Steuer, deren Zweck in der Internalisierung externer Effekte besteht, indem sie Käufern und Verkäufern einen Anreiz gibt, die externen Kosten ihrer Aktivitäten einzukalkulieren. Eine ausführliche Analyse findet sich unter Abschnitt 5.1.²⁰

Eine nachhaltige Lösung der skizzierten Dilemmasituation ist derzeit nicht absehbar, da die global emittierten Treibhausgasemissionen die multilateral vereinbarten Emissionsziele überschreiten²¹. Die weltweite Wachstumsentwicklung sowie verwestliche Konsummuster treiben die Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen stark, wodurch der globale Energieverbrauch und die so produzierten Treibhausgasemissionen weiter ansteigen. Diese Entwicklung unterminiert Dekarbonisierungsgewinne, welche durch Energieeffizienz bereits erreicht wurden. Ein Nachfragerückgang zeichnet sich jedoch nicht ab.²² Bei der analysierten Darstellung handelt es sich um einen Trend, der in den vergangenen 2000 Jahren begann, in denen der Einfluss des Menschen das Klima in einem beispiellosen Ausmaß erwärmt hat²³.

¹⁹ Vgl. Taylor, M. P., & Mankiw, N. G. (2018), S.329

²⁰ Vgl. ebd.

²¹ Vgl. Filonchyk, M., et al. (2024), S. 5

²² Vgl. Lamb, W. F. (2021), S. 25 f.

²³ Vgl. IPCC (2021), S. 6

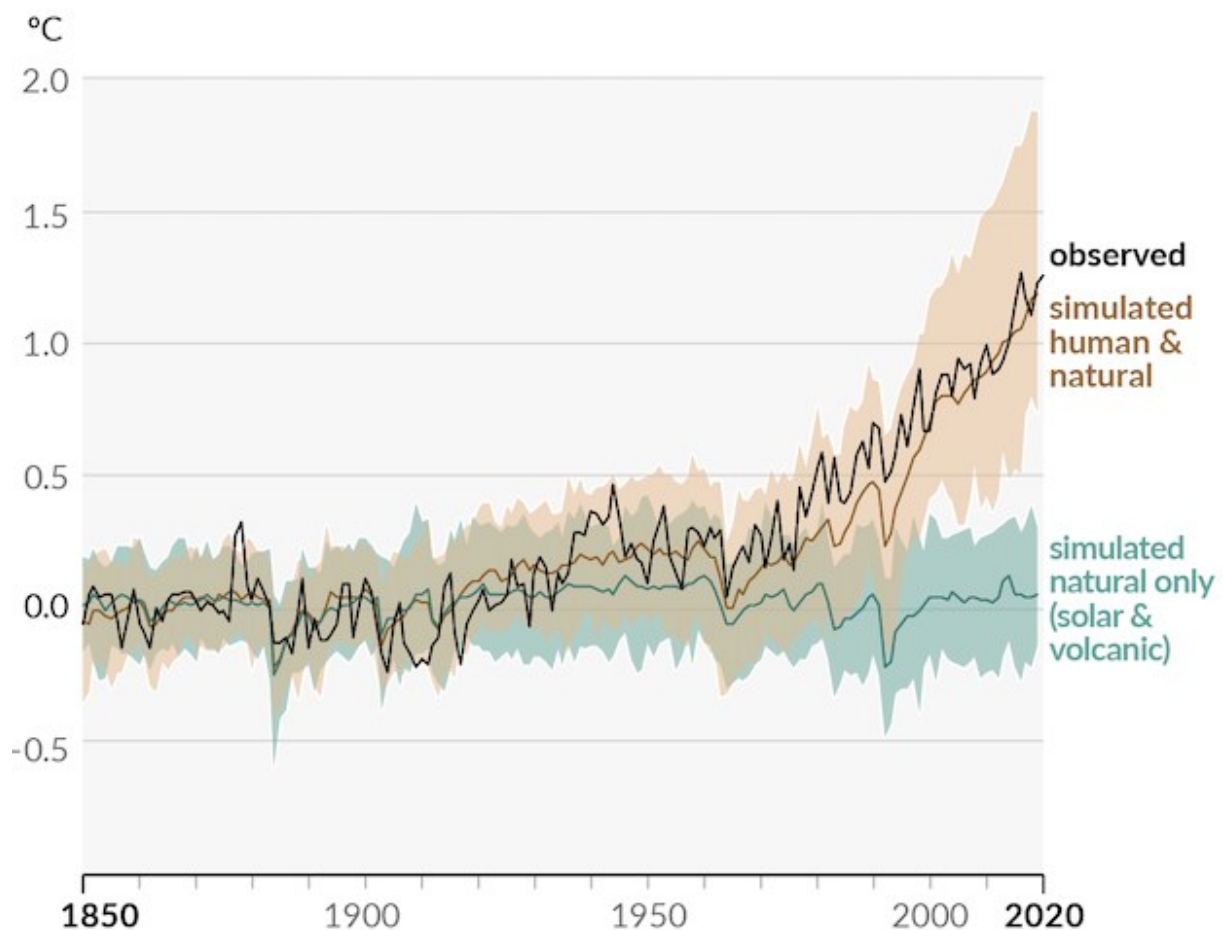


Abbildung 2: Veränderung der globalen Oberflächentemperatur (im Jahresdurchschnitt von 1850 bis 2020) ²⁴

Abbildung 2 zeigt die Veränderungen der globalen Oberflächentemperatur in den letzten 170 Jahren (schwarze Linie) relativ zu 1850–1900 und als Jahresmittelwert. Dargestellt ist die Temperaturreaktion auf anthropogene und natürliche Einflüsse (braun) sowie auf ausschließlich natürliche Einflüsse (Sonnen- und Vulkanaktivität dargestellt in grün). Die durchgezogenen farbigen Linien zeigen den Mittelwert der verschiedenen Modelle, die farbigen Schattierungen den wahrscheinlichsten Bereich der Simulationen. ²⁵

Um den durch Abbildung 2 verdeutlichten Trend abzuschwächen und den durchschnittlichen Temperaturanstieg auf unter 2 °C gegenüber dem vorindustriellen Niveau zu begrenzen, müssten die globalen CO₂-Emissionen bis 2050 drastisch reduziert werden ²⁶. Nach dem mittleren Erwärmungsszenario (SSP2-4.5) wird jedoch bereits ein globaler Temperaturanstieg von etwa 2,7 °C bis zum Ende des Jahrhunderts (Mittelwert 2081–2100 gegenüber 1850–1900) prognostiziert ²⁷.

²⁴ Vgl. IPCC (2021), S. 6

²⁵ Vgl. IPCC (2021, online): Abbildungsbeschreibung.

²⁶ Vgl. Masson-Delmotte, V., & Intergovernmental Panel on Climate Change. Working Group I. (2023), S. 3-31

²⁷ Vgl. IPCC (2021), S. 14

	Mid-term, 2041-2060		Long-Term, 2081-2100	
Scenario	Best estimate (°C)	Very likely range (°C)	Best estimate (°C)	Very likely range (°C)
SSP1-1.9	1.6	1.2 to 2.0	1.4	1.0 to 1.8
SSP1-2.6	1.7	1.3 to 2.2	1.8	1.3 to 2.4
SSP2-4.5	2.0	1.6 to 2.5	2.7	2.1 to 3.5
SSP3-7.0	2.1	1.7 to 2.6	3.6	2.8 to 4.6
SSP5-8.5	2.4	1.9 to 3.0	4.4	3.3 to 5.7

Tabelle 1: Veränderungen der globalen Oberflächentemperatur, wobei die Temperaturunterschiede ins Verhältnis zur durchschnittlichen globalen Oberflächentemperatur des Zeitraums 1850-1900 gesetzt werden.²⁸

Vor dem Hintergrund dieser Prognoseergebnisse erhöht sich die Wahrscheinlichkeit von Extremwetterereignissen, welche in der Folge negative Entwicklungsauswirkungen auf die globalen Volkswirtschaften haben werden²⁹. Historisch betrachtet hat die in den vergangenen 200 Jahre stetig intensivierte industrielle Produktion den Klimawandel maßgeblich verursacht³⁰.

Diese Entwicklung erscheint mit Blick auf die eingangs dargestellte Nichtausschließbarkeit und fehlende Anreizwirkung plausibel, da sich Unternehmen innerhalb eines kapitalistischen Wirtschaftssystems primär auf die Gewinnmaximierung konzentrieren³¹. Wiederholt haben Unternehmen in den vergangenen Jahrzehnten Geschäftspraktiken verfolgt, die ihre Produktionskosten senken sollten, in der Lage waren Gewinnpotenziale abzusichern oder die Kosten von Sozialprogrammen einsparen sollten. Strategische Entscheidungen dieser Art haben gesellschaftliche Folgekosten verursacht, wie in Abbildung 1 dargestellt. Die folgende Übersicht mit vier exemplarischen Wirtschaftsskandalen konkretisiert dieses Analyseergebnis:

Diesel-Skandal (Dieselgate)	Der Volkswagen-Konzern manipulierte systematisch die Abgasmessungen seiner Dieselfahrzeuge, indem er eine Software einsetzte, die Emissionskontrollsysteme ausschließlich unter Prüfstandsbedingungen aktivierte. Weltweit waren rund elf Millionen Dieselfahrzeuge des Konzerns mit dieser Manipulationssoftware ausgestattet, sodass die gesetzlich vorgeschriebenen Emissionsgrenzwerte nur im Labor, nicht aber im realen Fahrbetrieb eingehalten wurden. ³² Milliarden Euro musste der VW-
------------------------------------	--

²⁸ Vgl. IPCC (2021), S. 14

²⁹ Vgl. Climate Action **Tracker** (2024), S. 1-6; Henderson, R., et al. (2018), S. 3 f.

³⁰ Vgl. Howard-Grenville, J., et al. (2014), S. 615

³¹ Vgl. Henderson, R. (2021), S. 8 f.

³² Vgl. ZEIT ONLINE, Reuters, AFP, dpa. (2015)

	Konzern im Zusammenhang mit dem Skandal bereits bezahlen. ³³
Uranabbau in Nord-Niger	Der französische Energiekonzern Orano baut seit vier Jahrzehnten Uran im Niger ab. Der Konzern hat bisher etwa 20 Millionen Tonnen radioaktiven Abraum hinterlassen. Umweltschützer bezweifeln die Wirksamkeit der von Orano zugesagten Renaturierungsmaßnahmen. Darüber hinaus konnten bei 2.000 ehemaligen Minenbeschäftigten zehn strahlenbedingte Berufserkrankungen dokumentiert werden. Zudem wurde eine gehäufte Anzahl von Krebserkrankungen, Lungenerkrankungen und Neugeborenen-Missbildungen in jenen Gebieten, in die der Wind radioaktiven Staub trägt, festgestellt. ³⁴
Ausbeutung in den Minen der Demokratischen Republik Kongo	Der Kobaltabbau in der Demokratischen Republik Kongo wird geprägt durch prekäre Arbeitsverhältnisse und die strukturelle institutionelle Schwäche des Staates. Diese Probleme sind eine direkte Folge eines globalen Beschaffungsmodells kritischer Rohstoffe, das durch Intransparenz und externalisierten Kosten zulasten der lokalen Bevölkerung gekennzeichnet ist. Multinationale Unternehmen profitieren von der Existenz dieser Strukturen, weil sie über informelle Zulieferketten und unzureichende Sorgfaltspflichten von den niedrigen Kosten des Systems profitieren. ³⁵ Transnationale Unternehmen stabilisieren durch ihre Marktteilnahme und die Verknüpfung mit illegaler Ressourcenausbeutung den Zustand solcher Gewaltverhältnisse ³⁶ . Dieser Befund zeigt eine strukturelle Mitverantwortung der Unternehmen, weil Gewinn und Verantwortung systematisch entkoppelt werden ³⁷ .

³³ Vgl. Deutskens, A. (2025)

³⁴ Vgl. Misser, F. (2023)

³⁵ Vgl. Anderson, P. (2023), S. 2 f.

³⁶ Vgl. Mullins, C. W., & Rothe, D. L. (2008), S. 93 f.

³⁷ Vgl. ebd., S. 86 f.; S. 93 f.

Die Desinformationskampagnen der Ölindustrie	ExxonMobil und weitere Ölkonzerne verfügten spätestens seit den späten 1970er Jahren über präzise interne Erkenntnisse zu den Risiken der globalen Erwärmung³⁸. Mehr als die Hälfte der von 1880 bis 2010 emittierten Emissionen wurden seit 1986 durch die größten Kohlenstoffproduzenten verursacht³⁹. Dennoch finanzierte ein Teil der fossilen Industrie über Jahrzehnte Denkfabriken und andere Akteure, um durch gezielte Zweifel die Klimawissenschaft öffentlich zu diskreditieren⁴⁰. Die Literatur weist zudem darauf hin, dass wirtschaftliche Interessen und Lobbyismus die klimapolitische Entscheidungsfindung erheblich prägen und wirksame Klimapolitik erschweren können⁴¹. Diese orchestrierten Kampagnen trugen dazu bei, die wissenschaftliche und politische Auseinandersetzung über den Klimawandel erheblich zu verzögern und wirksame Klimapolitik zu erschweren⁴².
--	--

Tabelle 2: Tabellarische Übersicht exemplarischer Wirtschaftsskandale

Die präsentierten exemplarischen Wirtschaftsskandale zeigen in Kombination mit der eingangs ausführlich dargelegten Argumentation zum Klimawandel ein strukturelles Externalisierungsmuster: Unternehmen externalisieren systematisch soziale und ökologische Kosten, um ihre ökonomische Leistungsfähigkeit zu steigern.

Wenn Unternehmen wirtschaftliche Vorteile mit Blick auf den Wettbewerb durch moralisches Fehlverhalten anstreben, gerät das unternehmerische Verantwortungsbewusstsein in ein strukturelles Problem. Dies materialisiert ein Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Moral, das einer genaueren Betrachtung bedarf: „Aus ökonomischer Sicht ist ein moralisches Verhalten nur dann zu erwarten, wenn es dem Akteur Vorteile verspricht, also seinen Nutzen steigert. Umgekehrt ist Moral zur Unwirksamkeit verdammt, wenn sie den Akteur etwas kostet.“⁴³

Wird die Moral ausschließlich als Kostenfaktor konzeptualisiert, kann dieser Umstand nicht als Scheitern der Moral selbst gewertet werden, sondern vielmehr als ein Indiz für eine notwendige

³⁸ Vgl. Supran, G., et al. (2023), S. 1 ff.

³⁹ Vgl. Ekwurzel, B. (2017) et. al, S. 587 f.

⁴⁰ Vgl. Oreskes, N., & Conway, E. M. (2010), S. 686

⁴¹ Vgl. Helm, D. (2010), S. 187

⁴² Vgl. Oreskes, N., & Conway, E. M. (2010), S. 686 f.

⁴³ Vgl. Göbel, E. (2024), S. 85

perspektivische Erweiterung. Die Interpretation der Moralphilosophie von Immanuel Kant durch Norman E. Bowie spricht sich dafür aus, dass Handlungen aus Pflicht vollzogen werden sollten, nicht aus Kalkül. Denn ein pflichtgeleitetes Verhalten von Unternehmen setzt beispielsweise durch die Förderung von Zusammenarbeit zwischen den Mitarbeitern, die Ausweitung arbeitnehmerseitiger Mitbestimmung oder eine partizipativere Gestaltung des betrieblichen Umfelds die Bedingungen für ein Gewinnförderndes Umfeld, sodass eine Steigerung der Aktionärsgewinne erwartbar wird. Unternehmensintern ist das Management somit zu strategisch motivierten ethischen Taten in der Lage.⁴⁴ Das moralische Scheitern in den vier analysierten Beispielen und in der Bekämpfung des Klimawandels ist daher nicht als Scheitern der Moral selbst zu verstehen, sondern als Scheitern von Akteuren, die Moral nie als kategorische Verpflichtung, sondern stets als strategisches Instrument begriffen haben⁴⁵. Damit ist eine intentionale Kostenexternalisierung keine strukturelle Unvermeidlichkeit, sondern eine moralisch zu-rechenbare Handlung⁴⁶.

Zur Abschwächung des Spannungsfeldes zwischen Profitmaximierung und Moral ist es in diesem Zusammenhang zentral, dass Dritte (neben Käufer und Verkäufer) die im Kontext von Wirtschaftstätigkeiten mit externen Effekten konfrontiert werden, in der Entscheidungsfindung berücksichtigt werden müssen. Durch das Ignorieren solcher Externalitäten schaffen die Marktteilnehmer ein Gleichgewicht, das beim Vorliegen externer Effekte zu einem ineffizienten Ergebnis führt und die gesamtgesellschaftliche Wohlfahrt nicht optimal ausschöpft.⁴⁷ Ein möglicher Ansatz, um die Stärkung des Drucks auf Marktteilnehmer zu erhöhen, liegt in der verpflichtenden Offenlegung der emittierten Treibhausgasemissionen. Eine solche Offenlegung könnte zur Reduktion von Klimaexternalitäten beitragen. Sie schafft erstens die Datengrundlage, ohne die weder marktbasierte Instrumente wie CO₂-Steuern oder Emissionshandelssysteme noch ordnungsrechtliche Maßnahmen wirksam kalibriert werden können. Zweitens ermöglicht sie den Finanzmärkten, klimabezogene Risiken in Preise einzuarbeiten und damit unternehmerisches Verhalten zu disziplinieren. Drittens kann eine Offenlegungspflicht Unternehmen dazu bewegen, ihre Emissionen zu senken, sofern zentrale Stakeholdergruppen wie Arbeitnehmer, Kunden oder Investoren nichtfinanzielle Präferenzen in ihre Entscheidungen einfließen lassen.⁴⁸ Die Unternehmen haben in diesem Zusammenhang die moralische Pflicht sich

⁴⁴ Vgl. Bowie, N.E. (2017), S. 138 f.

⁴⁵ Vgl. ebd., S. 136 f.

⁴⁶ Vgl. ebd., S. 130 f.

⁴⁷ Vgl. Taylor, M. P., & Mankiw, N. G. (2018), S. 325

⁴⁸ Vgl. Greenstone, M., Leuz, C., & Breuer, P. (2023), S. 840

dieser Transparenz nicht durch Greenwashing zu verwehren. Dies ist notwendig, da die durch den Klimawandel resultierenden gesellschaftlichen Kosten kaum abschätzbar sind.⁴⁹

Zunächst ist insbesondere eine Komponente der vier exemplarisch beschriebenen Wirtschaftsskandale von besonderem Interesse. Denn neben der Kostenexternalisierung stellt sich eine intentionale Täuschungsabsicht dar, die über das volkswirtschaftliche Standardmodell negativer externer Effekte hinausgeht. Daher diskutiert das nachfolgende Kapitel das grundlegende Verständnis der Anwendungsoption der kantianischen Moralphilosophie, um dieser Erkenntnis zu argumentativ zu begegnen.

2.2 Das grundlegende Instrumentarium der kantianischen Analyseperspektive

Die kantianische Moralphilosophie sucht ihr Fundament in der menschlichen Vernunft selbst. Kant begründet dies, indem er dem Menschen als vernünftiges Wesen Autonomie in Hinsicht auf die moralische Gesetzgebung zuspricht. Dabei gilt die Voraussetzung, dass der Mensch sich den Gesetzen unterwirft, die er aus seiner eigenen praktischen Vernunft begründet. Denn die Quelle der Wahrheit für ethische Gesetze soll nicht durch exogene Autoritäten bestimmt werden, sondern allein durch die Autonomie der Vernunft, die sich selbst als Gesetz bestimmt.⁵⁰

Infolgedessen wird das Kriterium für moralisch richtiges Handeln durch die Verpflichtung gegenüber einer durch Vernunft gebotenen Norm repräsentiert. Dieser Typus ethischer Argumentation definiert Moralität durch die Konformität mit Geboten und Verboten. Im Ergebnis zeigt sich, ähnlich einem Katalog von Normen, ein verpflichtender Handlungsrahmen, der aufzeigt, welches Tun richtig und falsch ist. Nach Kant verfügt das moralische Subjekt über die Freiheit, sich selbst handlungsleitende Grundsätze, sogenannte Maximen zu schaffen, nach denen es sein Verhalten prinzipiell ausrichten möchte. Diese Erkenntnis findet sich in *Formel I Allgemeines Gesetz* (Tabelle 3) des kategorischen Imperativs.⁵¹ Die erste Formel fordert implizit die ausgewählte Maxime mithilfe einer persönlichen und individuellen Prüfung auf ihre Verallgemeinerbarkeit respektive ihre Universalisierbarkeit hin zu untersuchen. Im alltäglichen Sprachgebrauch würde eine solche Prüfung ähnlich formuliert wie: „Was wäre, wenn alle so handeln würden?“. Die Untersuchung einer solchen Fragestellung, stellt eine Verpflichtung für das handelnde Subjekt dar, denn eine Maxime kann nur dann gerechtfertigt sein, wenn das handelnde Subjekt vernünftigerweise wollen kann, dass nicht lediglich es selbst, sondern ausnahmslos alle Personen ihr Handeln an eben dieser Maxime ausrichten.⁵² Eine Maxime, die

⁴⁹ Vgl. Rennert, K., et al., S. 689 f.

⁵⁰ Vgl. Kant, I. (2022), S.446 f.

⁵¹ Vgl. Göbel, E. (2024), S. 42

⁵² Vgl. Hegselmann, R. (1988), S. 1

sich dabei widerspruchsfrei nicht einmal als universelles Gesetz vorstellen lässt, verstößt gegen eine strenge und vollkommene Pflicht, die uns eine bestimmte Handlung oder eine Unterlassung einer solchen auferlegt. Folglich dem eingangs introduzierten „Katalog von Normen“. Damit ist die Ausführung unabhängig von Empfindungen (Neigung) oder der Handlungskonsequenz umzusetzen. Eine Maxime, die sich hingegen widerspruchsfrei nicht als universelles Gesetz wollen lässt, verstößt gegen eine umfassende und unvollkommene Pflicht, die zwar ein Ziel setzt, aber nicht vorgibt, was oder wie viel wir für dessen Erreichung tun sollen. Im Gegensatz zu einer vollkommenen Pflicht wird dem handelnden Subjekt somit ein gewisser Handlungsspielraum zuerkannt, den es mit seiner praktischen Urteilkraft ausfüllen kann.⁵³

Dabei wird zusätzlich zu der Universalisierungstestung eine bedeutsame Unterscheidung mit Blick auf die Gesinnung des handelnden Subjektes im Rahmen der moralphilosophischen Beurteilung von Maximen vorgenommen. Unterschieden wird zwischen jenen Handlungen, deren Maxime zufällig mit dem kategorischen Imperativ vereinbar ist, wenn sie geprüft würde, und solchen, bei denen das Subjekt seine Maxime gerade deshalb wählt, weil sie universalisierbar ist. Ausschließlich demjenigen Subjekt, das seine Maximen um ihrer Universalisierbarkeit willen vorzieht, wird zugestanden, den Standpunkt der Moralität einzunehmen. Wer hingegen zwar nach einer verallgemeinerbaren Maxime handelt, dies aber aus anderen Beweggründen tut, beispielsweise aus Gewohnheit, handelt zwar legal, aber nicht moralisch. Der Handelnde verbleibt damit auf der Stufe der Legalität.⁵⁴ Die formulierte Unterscheidung zwischen Moralität und Legalität ist zentral. Denn die Befolgung der Pflichten ist nur dann ein Ausdruck von Moralität, wenn das Subjekt alleinig seiner inneren Triebfeder zum Guten, beispielsweise seiner moralischen Gesinnung, folgt. Daraus ergibt sich eine doppelte Verpflichtung: Moralisches Handeln besteht darin, das Pflichtgemäße zu erfüllen und dies zugleich aus dem Motiv der Pflicht heraus zu tun. Die Bewertungsgrundlage einer Maxime sind daher die Gesinnung und Handlung eines Subjektes.⁵⁵

Kant unterscheidet grundlegend zwischen zwei Arten von Triebfedern, auf deren Basis Menschen sich Maximen zuschreiben: objektiven und subjektiven. Während er die objektive Triebfeder als „Pflicht“ bezeichnet, fasst er alle subjektiven Triebfedern unter dem Begriff der „Neigung“ zusammen. Unter „Neigung“ versteht Kant sämtliche Motive, die ihren Ursprung im menschlichen Gefühls- und Trieberleben haben, beispielsweise Zuneigung oder Rache, und den Menschen zum Handeln bewegen. Moralischen Wert besitzt eine Handlung nach Kant jedoch nur dann, wenn sie nicht aus solchen Neigungen, sondern aus Pflicht heraus vollzogen wird.

⁵³ Vgl. Korsgaard, C. M. (1996), S. 135

⁵⁴ Vgl. Hegselmann, R. (1988), S. 2

⁵⁵ Vgl. Göbel, E. (2024), S. 42 f.

Denn moralischen Wert kann nur der Handlung zugestanden werden, die aus Freiheit entstanden ist, dem Bereich, in dem die Vernunft wirksam ist und nicht auf Grundlage einer passiven Erfahrung aufbauend auf einer Neigung.⁵⁶ Ergänzend zur formalen, negativ gefassten Bestimmung der ersten Formel des kategorischen Imperativs als allgemeines Gesetz, wonach eine Maxime keinem allgemeinen Gesetz widersprechen darf, entwickelt Kant eine materiale, positiv bestimmte Formel für den Inhalt moralisch guter Maximen: den praktischen Imperativ, der unter *Formel II Selbstzweck* in Tabelle 3 nachzulesen ist⁵⁷.

Der kategorische Imperativ: <i>Formel I Allgemeines Gesetz</i>	„[...] handle nur nach derjenigen Maxime, durch die du zugleich wollen kannst, daß [sic!] sie ein allgemeines Gesetz werde.“ ⁵⁸
Der praktische Imperativ: <i>Formel II Selbstzweck</i>	„[...] handle so, daß [sic!] du die Menschheit sowohl in deiner Person, als in der Person eines jeden andern jederzeit zugleich als Zweck, niemals bloß als Mittel brauchst.“ ⁵⁹

Tabelle 3: Der kategorische Imperativ in zwei Explikationen, die jeweils verschiedene Aspekte desselben moralischen Prinzips beleuchten

Im Folgenden wird die praktische Anwendung der zuvor theoretisch hergeleiteten Formeln des kategorischen Imperativs diskutiert. Dabei fokussiert sich die vorliegende Arbeit bei der Exemplifizierung dieser Prinzipien auf eine klassische Frage: „Darf der Mensch lügen?“. Einleitend dient folgendes Zitat von Hannah Arendt dazu, den Charakter der Lüge respektive den Charakter eines lügenden Subjektes zu verstehen: „Lügen erscheinen dem Verstand häufig viel einleuchtender und anziehender als die Wahrheit, weil der Lügner den großen Vorteil hat, im Voraus zu wissen, was das Publikum zu hören wünscht. Er hat seine Schilderung für die Aufnahme durch die Öffentlichkeit präpariert und sorgfältig darauf geachtet, sie glaubwürdig zu machen, während die Wirklichkeit die unangenehme Angewohnheit hat, uns mit dem Unerwarteten zu konfrontieren, auf das wir nicht vorbereitet waren.“⁶⁰ Nach Hannah Arendt nutzt das lügende Subjekt seinen Informationsvorteil strategisch, sodass seine Darstellungen an Glaubwürdigkeit gewinnen⁶¹.

Kants Position zu dieser Frage lässt sich zweigeteilt darstellen, indem er feststellt, dass unter keinen Umständen gelogen werden darf. In diesem Zusammenhang ist das Subjekt für alle Folgen der Wahrhaftigkeit nicht verantwortlich, während es umgekehrt für jede unvorhersehbare

⁵⁶ Vgl. Bernecker, S. (2006), S. 166

⁵⁷ Vgl. Göbel, E. (2024), S. 43

⁵⁸ Vgl. Kant, I. (2022), S. 421

⁵⁹ Vgl. ebd., S. 429

⁶⁰ Vgl. Arendt, H. (1972), S. 10

⁶¹ Vgl. ebd. S. 10 f.

Folge einer Lüge haftet.⁶² Die Nutzung der Lüge zur Gewinnung eines persönlichen Vorteils, beispielsweise durch einen Informationsvorteil, wie von Arendt beschrieben, wäre demnach unzulässig. Kant indiziert in diesem Kontext mithilfe des kategorischen Imperativs, *Formel I* *Allgemeines Gesetz* (Tabelle 3), dass einige Maximen, auf denen Handlungen beruhen, inkonsistent oder selbstzerstörerisch sein können. Es ist also unmöglich, dass jeder auf der Grundlage des Prinzips der Lüge handelt, denn so würde es keine Wahrheit und auch kein Vertrauen mehr geben. Aus diesem Grund kann das Prinzip nicht als allgemeines Gesetz akzeptiert werden. Der kategorische Imperativ fungiert in Form seiner ersten Formel somit als die bereits beschriebene Verallgemeinerungsprüfung, um festzustellen, ob die Maxime moralisch zulässig ist. Solange das Prinzip der Handlung den Test des kategorischen Imperativs besteht, darf die Handlung ausgeführt werden.⁶³ Eine weitere Perspektive bietet die zweite Formel des kategorischen Imperativs, *Formel II* *Selbstzweck* (Tabelle 3). Die Selbstzweckformel verdeutlicht, dass die Einbeziehung anderer Personen, beispielsweise in einen unternehmerischen Planungsvorgang nur dann zulässig ist, wenn deren Identität und Würde stets Vorrang genießen. Dies impliziert ein striktes Instrumentalisierungsverbot, da der Mensch als Zweck an sich einen absoluten inneren Wert besitzt, nämlich eine Würde, die sich nicht in einen austauschbaren Preis umrechnen lässt. Der erfolgsorientierte Umgang mit anderen Menschen ist nur dann möglich, wenn sie aus freiem Willen, im Kontext einer vernünftigen Konsensfindung, diesem Verfahren zustimmen können.⁶⁴ Am Herleitungsbeispiel der Lüge zeigt sich wiederum, dass das lügende Subjekt den Belogenen instrumentalisiert. Durch gezielte Täuschung unterläuft es dessen freie Willensbildung und missachtet damit dessen Würde als autonomes Subjekt⁶⁵. Somit wird die vernünftige Konsensbildung blockiert. Die Lüge macht den Belogenen zum bloßen Mittel der eigenen Zielerreichung und ist daher nach der Selbstzweckformel unzulässig.⁶⁶ Zusammenfassend lässt sich eine klare Aussage der beiden Formeln des kategorischen Imperativs konstatieren: Die Lüge ist verboten.

Jedoch lässt sich leicht ein Szenario konstruieren, in welchem eine Lüge zur subjektiv einzig richtigen Lösung zu avancieren scheint. Gemeint ist das von Benjamin Constant im Jahre 1797 als Kritik am kategorischen Imperativ veröffentlichte Anschauungsbeispiel des „Mörders an der Tür“. Constant wollte mithilfe dieses Beispiels den Beweis für die Inkonsistenz der von Kant geforderten Wahrheitspflicht liefern.⁶⁷

⁶² Vgl. Korsgaard, C. M. (1996), S. 133

⁶³ Vgl. Bowie, N.E. (2017), S. 9

⁶⁴ Vgl. Ulrich, P. (2008), S. 74 f.

⁶⁵ Vgl. Korsgaard, C. M. (1996), S. 139 f.

⁶⁶ Vgl. ebd., S. 142

⁶⁷ Vgl. Varden, H. (2010), S. 404 f.

Das Beispiel ist wie folgt aufgebaut: Ein Mörder fragt an der Haustür den Bewohner des Hauses nach seinem Opfer, das möglicherweise vor ihm in dieses Haus geflohen ist. Gilt das Prinzip strikter Wahrhaftigkeit, wie durch Kant gefordert ohne jede Einschränkung, wäre der Hausbewohner gezwungen, dem Mörder die Anwesenheit seines potenziellen Opfers zu offenbaren. Damit würde der Hausbewohner die Person dem Mörder ausliefern und sich der Beihilfe schuldig machen.⁶⁸ Die Geschichte, insbesondere die deutsche Geschichte, zeigt dass dies kein theoretisches Szenario bleiben muss. Menschen, die in der nationalsozialistischen Diktatur an ihrer Haustür mit der Frage konfrontiert wurden, ob sie im Haus Menschen jüdischen Glaubens verstecken, wären einem identischen Szenario ausgesetzt gewesen. Die Hausbewohner hätten den nationalsozialistischen Sicherheitskräften nach der hergeleiteten Konsequenz des kategorischen Imperativs wahrheitsgemäß sagen müssen, ob sie Menschen im Haus verbergen oder nicht.⁶⁹ Der kantianischen Wahrhaftigkeitsforderung steht ein natürliches Gerechtigkeitsempfinden gegenüber, welches eine Lüge in der geschilderten Situation subjektiv als die bevorzugte Entscheidung werten würde. Kant könnte in seiner Schlussfolgerung, des Verbots den Mörder an der Tür nicht anlügen zu dürfen, falsch liegen. Denn die Moral selbst kann erlauben oder verpflichten, etwas zu tun, das aus idealistischer Sicht falsch ist und damit dem natürlichen Gerechtigkeitsempfinden nachzugeben. Dieser Fall stellt Kants Ethik als ideales System nicht infrage. Er zeigt vielmehr, dass es spezielle Prinzipien benötigt, um mit extremen Situationen dieser Art umzugehen.⁷⁰

Eine Erfassung der Prinzipien zur Anpassung des kantianischen Analyse Instrumentariums erfolgt zunächst über die Bewertung der Lüge durch die beiden Formeln des kategorischen Imperativs in dem speziellen Kontext des Beispiels „Mörder an der Tür“. Der *Formel I* *Allgemeines Gesetz* des kategorischen Imperativs folgend, würde eine Maxime der Lüge, wie bereits herausgearbeitet, unzulässig sein. Lügen alle Subjekte dann entwickelt sich kein wie von Arendt akzentuierter Informationsvorteil und es erfolgt die Verletzung einer vollkommenen Pflicht. Der Mörder, der seine Tat durch die Befragung des Hausbewohners vorbereiten will, setzt voraus, dass der Befragte nichts von seiner Tötungsabsicht weiß und somit nicht versteht welchen Zweck seine Frage verfolgt. Die Universalisierungsprüfung unterstützt die Zulässigkeit der Absicht den Mörder in dieser Situation zu belügen.⁷¹ Der Mörder unterstellt schlussendlich durch seine Befragung, dass der Hausbewohner seine Tötungsabsicht nicht erkennt und versucht ihn zu täuschen. Er folgert daher aus der allgemeinen Annahme, Personen

⁶⁸ Vgl. Korsgaard, C. M. (1996), S. 133 f.

⁶⁹ Vgl. Varden, H. (2010), S. 415 f.

⁷⁰ Vgl. Korsgaard, C. M. (1996), S. 135

⁷¹ Vgl. ebd., S. 136

würden im tatsächlichen Bewusstsein derartiger Situationen ausnahmslos lügen, nicht, dass der Hausbewohner ebenfalls lügen würde. Ferner wäre es unerheblich, ob der Hausbewohner zuvor öffentlich erklärt hätte, dass er in einer solchen Situation lügen würde. Letztendlich unterstellt der Mörder, dass seine Täuschung aufgeht und sich der Hausbewohner dieser Situation nicht bewusst ist. Daher erzeugt die Lüge im Rahmen einer Universalisierungsprüfung keinen praktischen Widerspruch. Daraus folgt, dass es zulässig ist, den Mörder, der sich der Täuschung bedient durch Lügen daran zu hindern, die intendierten Folgen seiner Täuschung zu realisieren und sein sich versteckendes Opfer zu töten. Diese Rechtfertigung stützt sich darauf, dass der Mörder sich eigenverantwortlich in eine Position begeben hat, in der die gewöhnliche Universalisation der *Formel I Allgemeines Gesetz* ihm keinen moralischen Schutz mehr bieten kann. Die Situation des Mörders lässt sich nicht verallgemeinern. Nach der *Formel I Allgemeines Gesetz* ist die Lüge in der beschriebenen Extremsituation daher erlaubt.⁷²

Wie bereits dargelegt, verstößt eine Handlung gegen die *Formel II Selbstzweck* des kategorischen Imperativs, wenn das betroffene Subjekt ihr nicht zustimmen kann, weil ihm die Möglichkeit dazu vorenthalten wird. Dem Herleitungsbeispiel folgend kann der Hausbewohner der Handlung des Mörders nicht zustimmen, da er infolge der Täuschung nicht erkennt, dass ihm etwas Falsches angeboten wird.⁷³ Lügen instrumentalisiert dabei explizit die Vernunft des Getäuschten respektive Belogenen indem der Lügner versucht, seine Überzeugungen zu manipulieren⁷⁴. Vor diesem Hintergrund ist Lügen aus Sicht der *Formel II Selbstzweck* in jeder Form falsch, weil es den Belogenen immer als bloßes Mittel behandelt. Zusammenfassend erlaubt die *Formel I Allgemeines Gesetz* im speziellen Kontext die Lüge gegenüber dem Mörder, die Selbstzweckformel verurteilt Lügen als Verletzung der Autonomie. Diese Spannung zwischen den beiden Formeln ist jedoch auflösbar, indem die *Formel II Selbstzweck* als Ideal interpretiert wird, das unser tägliches Handeln in einer gut geordneten Welt bestimmen soll, in welcher Täuschung und Zwang ausgeschlossen sind. In nicht-idealen Situationen, wie der Konfrontation mit dem Mörder an der Tür, ist dieses Ideal als unmittelbarer Handlungsmaßstab dagegen unbrauchbar. Der Hausbewohner würde sich letztendlich zu einem Werkzeug des Mörders machen. Die *Formel II Selbstzweck* wird in einer solchen Situation zum Ziel, dass die Handlungsauswahl unter den nicht-idealen Handlungsoptionen leitet.⁷⁵ Die Lüge gegenüber einem Täuscher kann somit als eine Form der Selbstverteidigung, gewissermaßen die Abwehr einer Täuschung durch eine Gegen-Täuschung gelten. Darüber hinaus bestehen Tugendpflichten, die das

⁷² Vgl. Korsgaard, C. M. (1996), S. 137

⁷³ Vgl. ebd., S. 138

⁷⁴ Vgl. ebd., S. 141

⁷⁵ Vgl. ebd., S. 151 f.

Lügen sogar verpflichtend fordern. Es besteht das moralische Motiv, das Opfer zu schützen. Würde sich der Hausbewohner verweigern dem Opfer in akuter Lebensgefahr zu helfen, versagt er als tugendhafter Charakter. Zudem besteht die Pflicht der Selbstachtung, die den Hausbewohner dazu auffordert, seine Integrität nicht zum Werkzeug des Mörders werden zu lassen. Nicht zu lügen ist damit als verwerflich zu bewerten, auch wenn es keine Gerechtigkeitspflicht gibt, die rechtlich einklagbar wäre.⁷⁶ Jedoch besteht eine Begrenzung des Handlungsraums. Eine Handlung darf nicht gewählt werden, wenn sie sich nicht als allgemeines Gesetz formulieren lässt. Die *Formel I Allgemeines Gesetz* fungiert damit als moralische Untergrenze, die auch in nicht-idealen, von Verbrechen geprägten Situationen nicht verletzt werden darf. Unabhängig davon, welche Handlungen durch gegebene Umstände nahegelegt werden, lässt sich ein Verhalten nur dann rechtfertigen, wenn es unter denselben Bedingungen gleichermaßen von anderen ausgeführt werden könnte.⁷⁷ Beispielsweise wäre es unzulässig, dass der Hausbewohner den Mörder präventiv tötet, um das Opfer zu schützen. Eine solche Maxime ergäbe bei Universalität keinen praktischen Sinn.

Ein tieferes Verständnis dieser Argumentation lässt sich erreichen, wenn die Unterscheidung zwischen den Rechtspflichten und den Tugendpflichten berücksichtigt wird.

- Die Rechtspflichten regeln das äußere Zusammenleben und können durch externe Gesetze durchgesetzt werden. Ihr Grundprinzip lautet, dass die Freiheit jedes Einzelnen mit der Freiheit aller anderen vereinbar sein muss. Konkret bedeutet dies, dass beispielsweise Verträge einzuhalten sind und das Eigentum zu respektieren ist. Entscheidend ist dabei, dass diesen Pflichten rein äußerlich Folge geleistet werden kann, eine innere moralische Überzeugung ist nicht erforderlich.⁷⁸
- Die Tugendpflichten hingegen entziehen sich jeder äußeren Erzwingung, da sie auf einem inneren Akt des Gemüts beruhen. Sie gliedern sich in Pflichten gegenüber sich selbst und gegenüber anderen. Gegenüber sich selbst gebietet Kant etwa die Achtung der eigenen Würde. Gegenüber anderen umfassen die Tugendpflichten beispielsweise Beistand in der Not. Verboten sind unter anderem Betrug oder Lüge.⁷⁹

Der wesentliche Unterschied zwischen beiden Bereichen liegt also darin, dass Rechtspflichten äußerlich erzwingbar sind, während Tugendpflichten eine echte innere moralische Gesinnung voraussetzen.⁸⁰ Mithilfe der geleisteten Übersicht zeigt sich, dass die Gründe, im Beispiel des

⁷⁶ Vgl. Korsgaard, C. M. (1996), S. 144 f.

⁷⁷ Vgl. ebd., S. 154

⁷⁸ Vgl. Göbel, E. (2024), S. 43 f.

⁷⁹ Vgl. ebd., S. 44

⁸⁰ Vgl. ebd., S. 43 f.

Mörders an der Tür zu lügen, aus Pflichten der Tugend stammen. Hier wird die Pflicht zur gegenseitigen Hilfe und einer Pflicht der Selbstachtung gefordert, sodass das Subjekt nicht zu einem Werkzeug des Mörders wird. Es besteht jedoch im Gegensatz zu den Rechtspflichten keine einklagbare Pflicht an der gefühlten Gerechtigkeit, den Mörder zu belügen. Dementsprechend verbleibt Kant im Bereich des Rechts strikt, während im Bereich der Tugend in nicht-idealen Situationen, eine Lüge (etwa zum Schutz vor einem Mörder) Ausdruck von Tugend sein kann.⁸¹ Im Zuge der Analyse des Herleitungsbeispiels „Mörder an der Tür“ lassen sich zentrale Einsichten gewinnen, die einen veränderten Zugang zu den in Abschnitt 2.1 behandelten Externalisierungskosten eröffnen. So können Unternehmen etwa nicht legitim geltend machen, ihren Gewinn maximieren zu wollen Allgemeinheit, ohne betroffene Gruppen einzubeziehen. Ebenso ist es ihnen untersagt, Wettbewerber in einem Wettbewerbsumfeld zu täuschen. In Ausnahmefällen kann jedoch ein defensives Vorgehen gerechtfertigt sein, sofern dieses universalisierbar ist. Sie bleiben damit nicht schutzlos im Wettbewerbsumfeld, wenn sie sich moralisch verhalten. Darüber hinaus eröffnet sich eine weitere Perspektive zur Informationsdistribution. Hannah Arendt hat ihre Beobachtungen zum lügenden Subjekt und der damit verbundenen Informationsasymmetrie zwar in der Politik gemacht⁸², allerdings zeigt sich die strategische Ausnutzung von Informationsasymmetrien zur Vorteilssicherung ebenfalls in der Wirtschaft. Informationsasymmetrien oder Machtasymmetrien sind klassische Beispiele für ethische Probleme in der Marktwirtschaft⁸³. Unternehmen kontrollieren Informationen beispielsweise zu verursachten Klimaschäden oder fehlerhaften Produkten, dargestellt unter 2.1, um die gesellschaftliche Diskussion zu beeinflussen. Damit begehen sie aus einer kantianischen Analyseperspektive eine grundlegende Pflichtverletzung. Unternehmen können sich zur Rechtfertigung, abgeleitet aus dem verpflichtenden Universalisierungstest des kategorischen Imperativs, nicht auf die positiven Folgen ihrer pflichtverletzenden Handlung berufen, wie beispielsweise erwartetes Wachstum oder die Sicherung von Arbeitsplätzen. Zu Beginn des Abschnitts 2.2 wurde die passende alltägliche Frage dazu eingeführt: „Was wäre, wenn alle so handeln würden?“. Würden alle Unternehmen so handeln, würde sich eine grundsätzliche und systematische Unterminierung der Institution der Wahrheit sowie des Vertrauens in Geschäftsbeziehungen präsentieren, wodurch die Funktionsgrundlage wirtschaftlicher Kooperation eine Erosion erfahren würde. Aus dieser Feststellung lässt sich wiederum ableiten, dass Unternehmen eine gesellschaftliche Verantwortung tragen. Im Rahmen der folgenden Sektion 2.3 wird diese unternehmerische Verantwortung analysiert und herausgearbeitet.

⁸¹ Vgl. Korsgaard, C. M. (1996), S. 145 f.

⁸² Vgl. Arendt, H. (1972), S. 7

⁸³ Vgl. Göbel, E. (2024), S. 87

2.3 Müssen Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung tragen?

Oftmals wird das moralisch motivierte Verhalten von Unternehmen unter Wettbewerbsbedingungen seitens eines Teils der Ökonomie als struktureller Nachteil bezeichnet und zu einem zentralen Dilemma stilisiert. Das Argument folgt dabei der Überzeugung, dass ein Akteur, sobald er aus ethischen Erwägungen heraus freiwillig zusätzliche Kosten auf sich nimmt, eine Verschlechterung seiner Wettbewerbsposition riskiert. Insbesondere gegenüber jenen Marktteilnehmern, die auf entsprechende moralische Überzeugungen und die damit verbundenen Kosten verzichten.⁸⁴ Vorgeschlagen wurde hingegen eine wettbewerbsneutrale Moral, die eine Ausbeutung einzelner moralisch motivierter Marktteilnehmer verhindern soll. Die Verfolgung ihres Eigeninteresses durch die Unternehmen ist demnach Handlungsleitend und Wohlstandsschaffend für die Allgemeinheit.⁸⁵ Die präsentierte Begründungsführung erinnert an Thomas Hobbes mit seinem 1651 veröffentlichten Buch „Leviathan“⁸⁶. In diesem beschreibt er einen Naturzustand in welchem, ohne eine übergeordnete Macht, die alle Vertragsparteien zur Durchsetzung von Verträgen zwingen kann, niemand verpflichtet ist, einen Vertrag zu erfüllen⁸⁷.

Grafisch lässt sich der situativ auftretende Trade-off zwischen unternehmerischer Gewinnorientierung und moralischen Erwägungen gut entlang einer Gerade darstellen, wie Abbildung 3 zeigt. Demnach wäre ein Zuwachs an Moral zwangsläufig zulasten des Eigeninteresses durchführbar, vice versa.⁸⁸

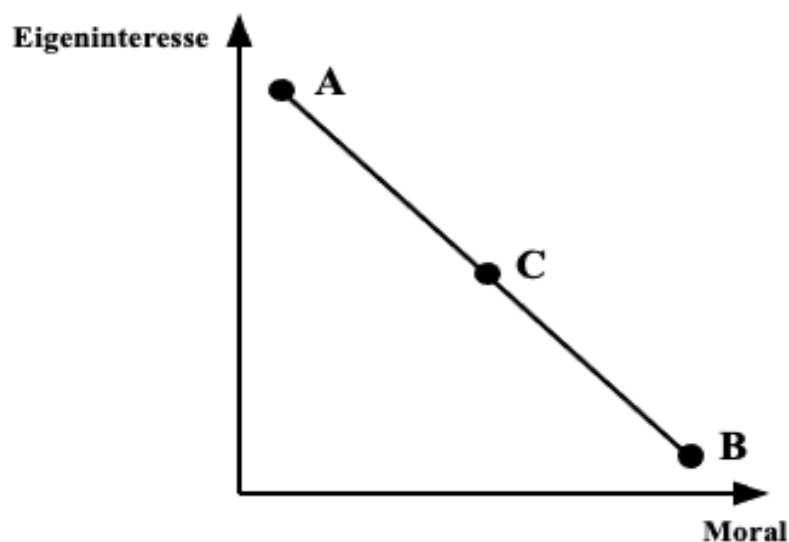


Abbildung 3: Der Trade-off zwischen dem Eigeninteresse und der Moral⁸⁹

⁸⁴ Vgl. Homann, K., & Lütge, C. (2004), S. 25

⁸⁵ Vgl. ebd., S. 28 f.

⁸⁶ Vgl. Hobbes, T. (1651)

⁸⁷ Vgl. Hobbes, T., & Tuck, R. (1996), S. 185 f.

⁸⁸ Vgl. Pies, I., & Sardison, M. (2005), S. 1

⁸⁹ Vgl. ebd.

Eine alleinige Fokussierung auf die Gewinnmaximierung (A), ist durch eine schwindende gesellschaftliche Akzeptanz nicht nachhaltig zu besetzen. Ebenso problematisch erscheint eine alleinige Ausrichtung auf eine moralische Selbstbeschränkung (B), denn die Vernachlässigung des unternehmerischen Gewinninteresses, würde möglicherweise existenzgefährdende Wettbewerbsnachteile produzieren. Obgleich Punkt C ausgeglichen erscheint, beendet dieser Punkt ebenfalls nicht die Orientierung innerhalb des Trade-offs mit einer tragfähigen Lösung. Stattdessen führt Punkt (C) zu einer situativen Abwägung, die den Konflikt zwischen Eigeninteresse und Moral gerade nicht theoretisch auflöst, sondern ihn auf die jeweils subjektive Urteilkraft des handelnden Unternehmens verlagert.⁹⁰ Damit bleibt die Frage offen, in welchem Ausmaß eine moralische Rücksichtnahme unter Wettbewerbsbedingungen überhaupt erwartet werden kann, ohne die wirtschaftliche Handlungsfähigkeit der Akteure zu gefährden. Zudem verbleibt die Theorie aufgrund ihres situativen Charakters in einem wertenden Entscheidungsmodus, der subjektive Urteile unabdingbar macht. Abbildung 4 offeriert aus diesem Grund einen Perspektivwechsel. Mithilfe einer orthogonalen Ebenen Verschiebung rückt nicht mehr die moralische Selbstbeschränkung einzelner Akteure, sondern die Gestaltung institutioneller Rahmenbedingungen im Vordergrund. Diese exogene Rahmenordnung könnte eigeninteressiertes Verhalten so strukturieren, dass es mit moralisch erwünschten Ergebnissen kompatibel wird.⁹¹

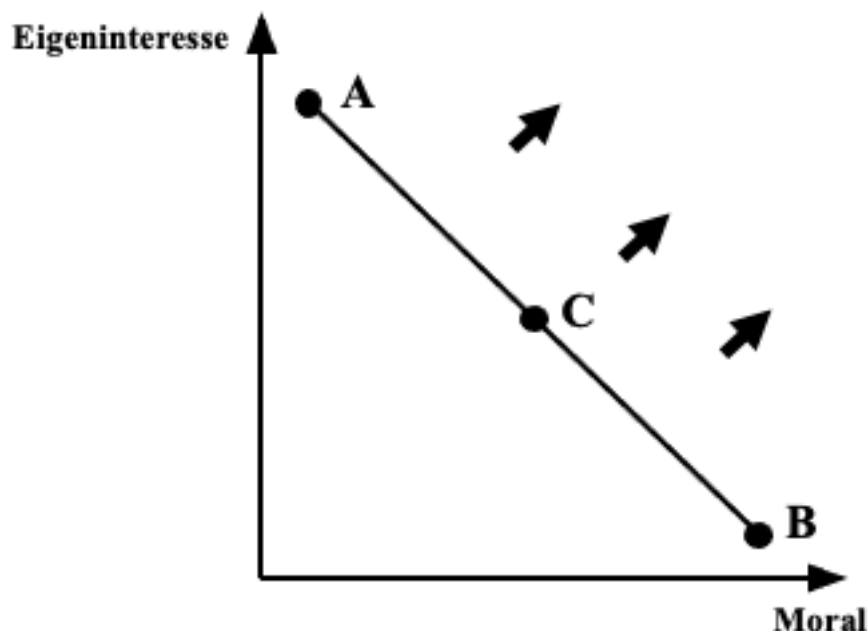


Abbildung 4: Gleichgerichtete Entwicklung von Eigeninteresse und Moral⁹²

⁹⁰ Vgl. Pies, I., & Sardison, M. (2005), S. 1 f.

⁹¹ Vgl. ebd., S. 2 f.

⁹² Vgl. Pies, I., & Sardison, M. (2005), S. 2

Die Positionierung eines Unternehmens im Angesicht des zu Beginn des Kapitels eingeführten wettbewerbsbasierten Konfliktfalls zwischen Gewinnmaximierung und Moral, kann durch eine Aufteilung in Handlungssituationen und Handlungsstrategien der Unternehmen verdeutlicht werden.⁹³ Abbildung 5 zeigt eine solche Aufteilung.

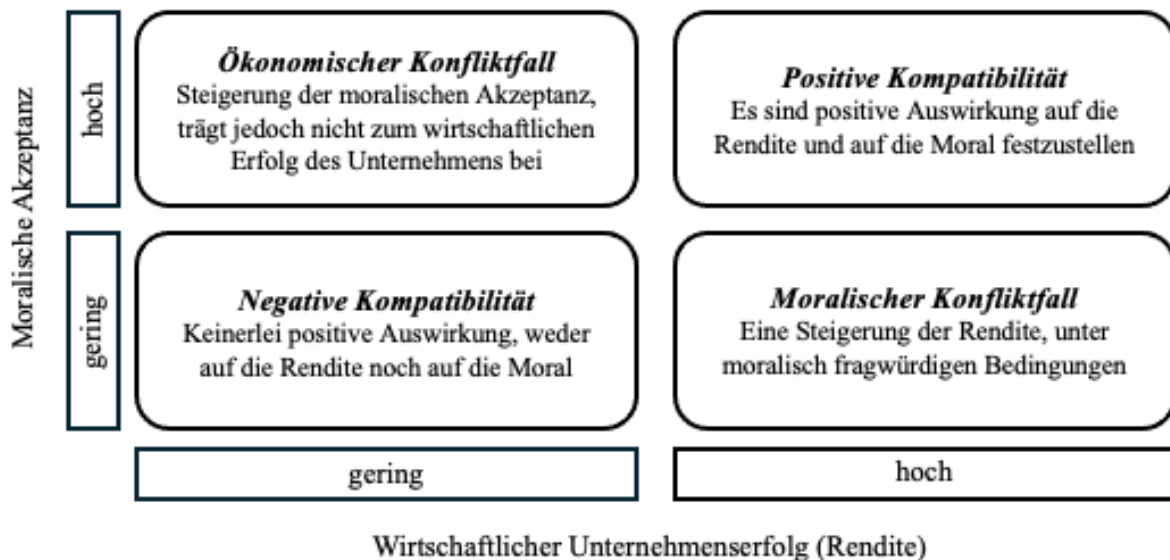


Abbildung 5: Idealtypische Handlungssituationen im Spannungsfeld von unternehmerischem Erfolg (Rendite) und moralischer Akzeptanz⁹⁴

Im Hinblick auf die Handlungsstrategien von Unternehmen ergeben sich dadurch idealtypisch die folgenden zwei Strategien⁹⁵:

- Die Wettbewerbsstrategie zielt auf eine individuelle Selbstbindung zur Erlangung von Wettbewerbsvorteilen. Dabei versucht das Unternehmen, moralische Aspekte gezielt zu instrumentalisieren, etwa indem es die ethische Überlegenheit seiner Produkte kommunikativ hervorhebt.
- Demgegenüber richtet sich die ordnungspolitische Strategie auf eine kollektive Selbstbindung durch die Regulierung des Wettbewerbsumfelds. Hierbei strebt das Unternehmen an, staatliche oder nichtstaatliche Akteure zur Etablierung verbindlicher Regeln zu bewegen, die für alle Marktteilnehmer einheitlich gelten.

Jedoch lässt diese Art der Argumentation einer wettbewerbsneutralen Moral eine ökonomistische Verkürzung erkennen, die implizit bereits im Rahmen der Diskussion von Externalisierungskosten unter 2.1 problematisiert wurde. Der Begründungszusammenhang beansprucht

⁹³ Vgl. Homann, K., & Lütge, C. (2004), S. 89

⁹⁴ Vgl. Eigene Darstellung nach Homann, K., & Lütge, C. (2004), S. 89

⁹⁵ Vgl. Homann, K., & Lütge, C. (2004), S. 89

etwa die Adressierung der „Allgemeinheit“, wobei er sich in Wirklichkeit ausschließlich auf die „Konsumenten“ beschränkt. Schlussendlich besteht eine gänzliche Unbestimmtheit in Bezug auf die stabilisierende Rahmenordnung, wenn die Moral wettbewerbsneutral sein soll. Ein solcher ordnungspolitischer Rahmen ist häufig kaum vollkommen, sodass sich Defizite der Rahmenordnung ebenfalls auf das Handeln einzelner Unternehmen auswirken. In Fällen dieser Art braucht es die Unternehmensethik als subsidiäre Instanz, um die moralische Verantwortung der Unternehmen dort zu stärken, wo Markt und Wettbewerb nicht hinreichend funktionieren. Allerdings ist die Unterscheidung zwischen einem funktionierenden und einem defizitären Markt bereits normativ vorausgesetzt. Es ist schlicht nicht möglich, dass ein Unternehmen sich distanzlos der Beurteilung entziehen kann, ob es in einem konkreten Fall eine unternehmerische Selbstbeschränkung in Bezug auf sein Gewinnmaximierungsstreben ausüben sollte. Die alleinige Funktion des Einsatzes einer ethischen Unterstützung bei einem Marktversagen ist widersprüchlich. Dies würde eine fortlaufende moralische Reflexion im Unternehmen voraussetzen und damit letztlich auch die Bereitschaft, das Gewinnmaximierungsprinzip im Einzelfall zu relativieren.⁹⁶ Überdies bestehen zwei weitere Argumente, die eine Ordnungspolitische Handlungsstrategie zweifelhaft erscheinen lassen:

- Jede Gesellschaft verfügt über ein System moralischer Normen, dass das Entscheidungsverhalten ihrer Mitglieder maßgeblich beeinflusst. Handlungen, die mit den gesellschaftlich geteilten moralischen Vorstellungen übereinstimmen, erfahren soziale Billigung, während normabweichendes Verhalten entsprechende Missbilligung nach sich zieht. Damit kommt den moralischen Normen eine bedeutsame koordinative Funktion zu, denn so wird es den Akteuren ermöglicht, ihr Handeln wechselseitig aufeinander abzustimmen. Im Ergebnis können die Akteure ihre wirtschaftliche Produktivität begünstigen. Es liegt damit im kollektiven Interesse einer Gesellschaft moralischen Grundsätzen zu folgen. Durch diesen gemeinsamen moralischen Rahmen kann eine Vertrauensgrundlage geschaffen werden, auf Grundlage derer soziale und ökonomische Kooperation nachhaltig erfolgreich ist.⁹⁷

⁹⁶ Vgl. Ulrich, P. (2008), S. 440 f.

⁹⁷ Vgl. Hausman, D. M., McPherson, M. S., & Satz, D. (2017), S. 75

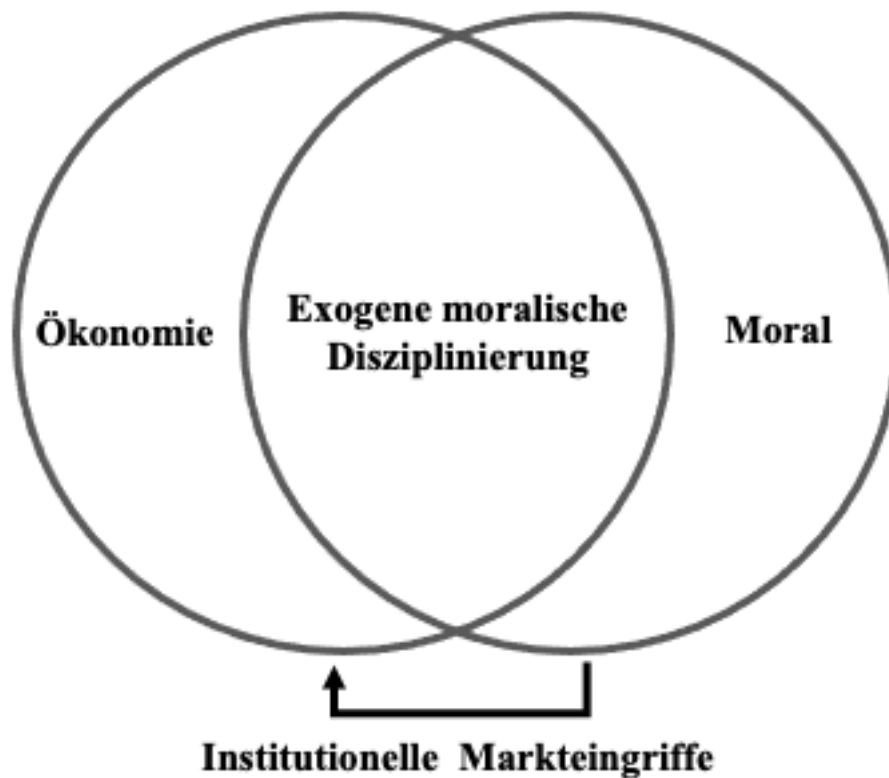


Abbildung 6: Eigene Darstellung des Ist-Zustands. Begegnung von Ökonomie und Moral, im Falle eines Marktversagens

- Überdies ist evident, dass staatliche Internalisierungspolitik, etwa durch Regulierung oder Bepreisung externer Effekte, nur unvollkommen wirkt. Unternehmensskandale antizipieren neue Regulierungen, da Regulatoren typischerweise weniger flexibel und schlechter informiert sind als Unternehmen und daher reaktiv handeln. Gleichzeitig begünstigen bestehende Regulierungen künftige Unternehmensskandale, weil Regeln mangelhaft durchgesetzt werden und Firmen Fehlverhalten in unregulierte Bereiche verlagern.⁹⁸ Selbst nach massiven Regulierungswellen kehrt Fehlverhalten in neuen Formen zurück, da technologische Komplexität und Informationsasymmetrien die Governance-Kapazitäten überfordern⁹⁹. Zwar unterstützt der Staat durch Regulierung dabei, moralisch erwünschtes Verhalten im Markt zu internalisieren, allerdings ist diese Regulierung, wie gezeigt, historisch skandalgetrieben.

⁹⁸ Vgl. Hail, L., Tahoun, A., & Wang, C. (2018), S. 655

⁹⁹ Vgl. Cole, R., Johan, S., & Schweizer, D. (2021), S. 2; S. 9

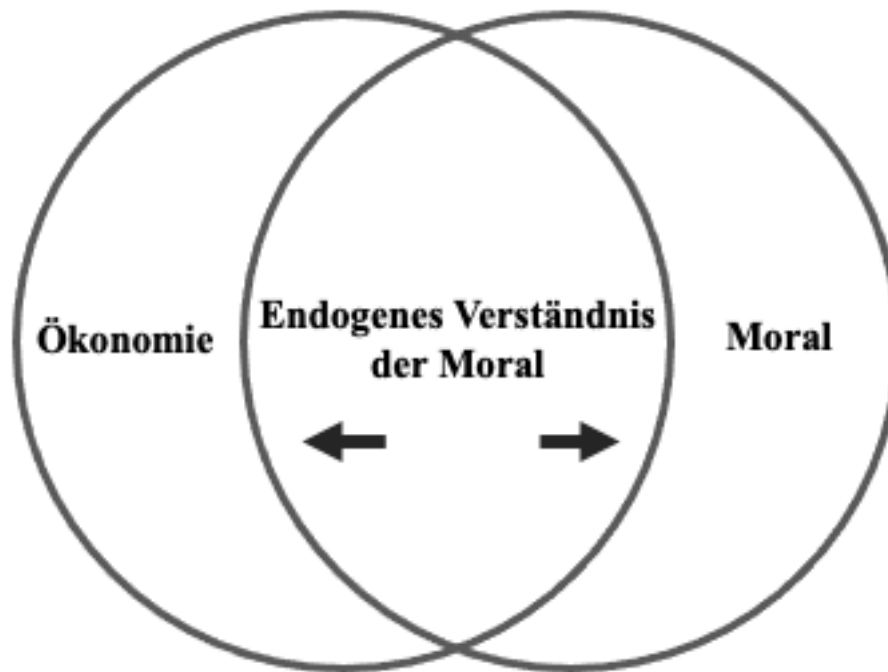


Abbildung 7: Eigene Darstellung des Soll-Zustand: Vergrößerung der Schnittmenge von Ökonomie und Moral

Vor diesem Hintergrund zeigt sich die Managementstrategie der Corporate Social Responsibility (CSR) als institutionalisierter Ansatz endogener Moral. Die Unternehmen internalisieren damit ethische Standards jenseits sanktionsgetriebener Regulierung, um den zuvor skizzierten Trade-off zwischen Gewinnmaximierung und Moral strukturell zu entschärfen. Anders als die Idee einer wettbewerbsneutralen Moral, die primär auf exogene Ordnungsgestaltung setzt, verlagert CSR den Fokus auf die unternehmensinterne Verankerung moralischer Handlungsleitlinien. Ein in diesem Kontext prominentes Konzept zur Systematisierung unternehmerischer Verantwortung ist die CSR-Pyramide¹⁰⁰, die vier idealtypische Verantwortungsebenen unterscheidet und durch Abbildung 8 visualisiert wird.

Das Fundament der Pyramide bildet die wirtschaftliche Verantwortlichkeit, was die Grundlage der sozialen Verantwortung von Unternehmen darstellt, und die Profitabilität des Geschäftes einschließt.¹⁰¹ Die Fortentwicklung von einem Gewinnstreben zu dem Prinzip der Gewinnmaximierung ist somit eine notwendige Bedingung, dass Unternehmen Verantwortung überhaupt wahrnehmen können¹⁰². Dieses Bestreben ist grundsätzlich nicht unethisch, entscheidend ist gleichwohl, wie das Management die Gewinne erreichen möchte¹⁰³. Die zweite Ebene verlangt von den Unternehmen ihre wirtschaftlichen Ziele im Rahmen der für sie geltenden Gesetze zu verfolgen und stellt somit, neben der bestehenden wirtschaftlichen Verantwortlichkeit, ein weiteres Grundprinzip des freien Unternehmertums. Auf die rechtliche Ebene folgt die Ebene der ethischen Verantwortung. Diese umfasst jene Aktivitäten und Praktiken, die von Mitgliedern der Gesellschaft erwartet oder missbilligt werden, die allerdings nicht zwingend gesetzlich

¹⁰⁰ Vgl. Carroll, A. B. (1991), S. 42

¹⁰¹ Vgl. Bowie, N.E. (2017), S. 154

¹⁰² Vgl. Carroll, A. B. (1991), S. 40

¹⁰³ Vgl. Bowie, N. E. (2017), S. 148

kodifiziert sind. Zugleich ist die ethische Verantwortung nicht isoliert zu betrachten, sondern steht in einem dynamischen Wechselverhältnis zur rechtlichen Verantwortung. Während gesetzliche Vorgaben fortlaufend ausgeweitet werden, steigen parallel die gesellschaftlichen Erwartungen an unternehmerisches Handeln über diese hinaus. Für die Unternehmen besteht die Verpflichtung, das Richtige, Gerechte und Faire zu tun sowie Schäden für Stakeholder zu vermeiden oder zu minimieren.¹⁰⁴

An der Spitze der Pyramide steht schlussendlich die philanthropische Verantwortung eines verantwortungsvollen Unternehmens das Ressourcen für die Gemeinschaft bereitstellt, um die allgemeine Lebensqualität zu verbessern.¹⁰⁵ Der Unterschied zwischen philanthropischer und ethischer Verantwortung besteht darin, dass erstere nicht im moralischen Sinne erwartet wird. Die Gesellschaft wünscht sich ein solches philanthropisches Engagement, jedoch werden Unternehmen nicht automatisch als unmoralisch angesehen, wenn sie nicht das gewünschte Maß an Ressourcenbereitstellung erreichen. Daher ist Philanthropie für Unternehmen eher freiwillig, obwohl die Gesellschaft stets erwartet, dass sie sich sozial engagieren.¹⁰⁶



Abbildung 8: Die CSR-Pyramide¹⁰⁷

¹⁰⁴ Vgl. Carroll, A. B. (1991), S. 41 f.

¹⁰⁵ Vgl. Bowie, N.E. (2017), S. 154

¹⁰⁶ Vgl. Carroll, A. B. (1991), S. 42

¹⁰⁷ Eigene Darstellung, vgl. Carroll, A. B. (1991), S. 42

Grundsätzlich dient die CSR-Pyramide der Veranschaulichung, dass die Social Responsibility eines Unternehmens aus unterschiedlichen Komponenten zusammengesetzt ist, die sich nicht gegenseitig ausschließen. Die Spannungen zwischen den einzelnen Bestandteilen der Pyramide, wie beispielsweise zwischen wirtschaftlicher- und ethischer Verantwortung stellen eine organisatorische Realität dar. Demungeachtet besteht die umfassende soziale Verantwortung eines Unternehmens in der gleichzeitigen und kohärenten Erfüllung seiner wirtschaftlichen, rechtlichen, ethischen sowie philanthropischen Verpflichtungen.¹⁰⁸ Im Sinne der kantianischen Ethik werden die Komponenten: Gewinnstreben, Gesetzesbefolgung und das ethische Handeln als vollkommene Pflichten kategorisiert, wohingegen die philanthropische Verantwortung eine unvollkommene Pflicht darstellt. Hier gilt ebenfalls die Integrationsbestimmung dieser vier Aspekte in eine zusammenhängende Managementstruktur.¹⁰⁹ Die Corporate Social Responsibility (CSR) kann mit der kantianischen Pflicht zum Wohltun in Verbindung gebracht werden. Dabei ist sie eine unvollkommene Pflicht, weil das Management hinsichtlich Zeitpunkt und Umfang der Erfüllung dieser Pflicht einen Ermessensspielraum hat. Ungeachtet dessen bleibt eine unvollkommene Pflicht, immer eine Pflicht. Wird die unter 2.2 eingeführte Unterscheidung in Rechts- und Tugendpflichten bemüht, lässt sich die CSR in dem Bereich der Tugendpflicht verorten und ist damit nicht einklagbar. Gleichwohl wird von dem Manager im Hinblick auf soziale Probleme verlangt „mehr zu tun“, als lediglich „Schaden zu vermeiden“. Somit dürfen Unternehmen soziale Probleme, wie Umweltzerstörung und Menschenrechtsverletzungen, nicht gleichgültig gegenüberstehen.¹¹⁰ Die Europäische Kommission spricht in diesem Zusammenhang von einer Verantwortungsübernahme durch die Unternehmen für ihre Auswirkungen auf die Gesellschaft¹¹¹. Die Entwicklung und Implementierung von CSR-Programmen kann dabei eine wechselseitig vorteilhafte Entwicklung für das Unternehmen und seine Anspruchsgruppen darstellen¹¹². Das Gleichgültigkeitsverbot verpflichtet die Manager zur Integration der CSR in die Unternehmensstrategie der jeweiligen Unternehmen. Allerdings ist der Integrationsprozess so durchzuführen, dass der langfristige Gewinn dadurch nicht geschmälert wird. Im Ergebnis setzt die Erfüllung der Pflicht zur Wohltätigkeit somit voraus, dass dieses Handeln in die vollkommene Pflicht zur Gewinnerzielung integriert wird.¹¹³

In diesem Zusammenhang lassen sich selbst Milton Friedmans vielzitierte Positionen zur unternehmerischen Verantwortung, ausführlich dargestellt unter 2.4.1, in drei der vier

¹⁰⁸ Vgl. Carroll, A. B. (1991), S. 42 f.

¹⁰⁹ Vgl. Bowie, N.E. (2017), S. 154

¹¹⁰ Vgl. Bowie, N.E. (2017), S. 155 f.

¹¹¹ Vgl. Europäische Kommission (2011), S. 7

¹¹² Vgl. Lindgreen, A., & Swaen, V. (2010), S. 3

¹¹³ Vgl. Bowie, N.E. (2017), S. 156 f.

Dimensionen der CSR-Pyramide, der ökonomischen, der rechtlichen und der ethischen Verantwortung wiederfinden.¹¹⁴ Dabei wird insbesondere auf folgendes Zitat Friedman's Bezug genommen: „In a free-enterprise, private-property system, a corporate executive is an employe of the owners of the business. He has direct responsibility to his employers. That responsibility is to conduct the business in accordance with their desires, which generally will be to make as much money as possible while conforming to the basic rules of the society, both those embodied in law and those embodied in ethical custom.“¹¹⁵ Damit verbleibt lediglich die philanthropische Dimension konzeptionell strittig¹¹⁶.

Gleichwohl bedarf es einer Perspektiverweiterung und damit einer Konzentration auf eine ethische CSR, die über die von Friedman geforderte Einhaltung von gesellschaftlichen Grundregeln rechtlicher und ethischer Natur hinausgeht. So wird der Mensch nicht in seiner Würde und Autonomie verletzt, wie Kant durch die beiden Formeln des kategorischen Imperativs gefordert hat. Eine Verbindung von CSR, Gewinnstreben und Moral lässt sich am Beispiel der ökonomischen Erschließung von Märkten diskutieren, die sich um mehr als zwei Milliarden Menschen bilden, die den untersten Bereich der Einkommenspyramide repräsentieren. Damit bleibt ihnen weniger als 2\$ am Tag zum Überleben. Implizit wird angenommen, dass diese Menschen von mehr Konsumgütern profitieren würden. Ihre Lebensrealität ist jedoch geprägt durch Hunger sowie fehlende Gesundheits- und Wasserversorgung, wodurch sie besonders vulnerabel sind und einem erhöhten Risiko von Mangelernährung, Krankheit und Absturz in extreme Armut ausgesetzt sind. Die Menschen leben multidimensional arm und treffen häufig Entscheidungen für nicht lebensnotwendige Produkte, die ihr Wohlbefinden deutlich verschlechtern. Dies erfordert moralisch motivierte Handlungsstrategien der transnationalen Konzerne.¹¹⁷ Dabei sind transnationale Unternehmen dazu verpflichtet, Menschenrechte zu achten, unabhängig davon, ob die staatlichen Institutionen im Gastland effektiv gegen Menschenrechtsverletzungen vorgehen. Diese Pflicht lässt sich doppelt begründen: Einerseits folgt sie aus dem Respekt vor der Handlungsfähigkeit und Autonomie des Einzelnen, sodass Unternehmen ihre Kunden, Mitarbeitenden und weiteren Betroffenen als gleichberechtigte Rechtsträger behandeln müssen. Andererseits ergibt sich die Verantwortung daraus, dass Unternehmen eigene Rechte und Privilegien, zu nennen sind hier Eigentumsrechte und die freie Marktteilnahme, erhalten, um produktiv zur Gesellschaft beizutragen. Diese Privilegien setzen jedoch voraus, dass sie die Grundrechte anderer schützen und nicht untergraben müssen. Moralische Legitimität entsteht, wenn

¹¹⁴ Vgl. Carroll, A. B. (1991), S. 43

¹¹⁵ Vgl. Friedman, M. (1970)

¹¹⁶ Vgl. Carroll, A. B. (1991), S. 43

¹¹⁷ Vgl. Arnold, D. G., & Valentin, A. (2013), S. 1904 f.

Unternehmen ihr Handeln an anerkannten Menschenrechtsstandards ausrichten. Am Beispiel von Coca-Cola wird deutlich, dass Konsumgüter für einkommensstarke Bevölkerungsgruppen verfügbar sein können, in ärmeren Haushalten aber Einkommen von grundlegenden Bedürfnissen abziehen und die Gesundheit belasten. Eine größere Auswahl an Konsumgütern wie zuckerhaltige Getränke, Alkohol, Süßigkeiten oder Lotterietickets führt bei gefährdeten Gruppen nicht notwendig zu einem besseren Wohlbefinden, sondern kann gesundheitliche Verschlechterungen und eine ökonomische Entlastung des notwendigen Lebensunterhalts bewirken.¹¹⁸ Unter diesen Bedingungen kann eine ethisch fundierte CSR-Auffassung Hilfreich sein, die neben der Berücksichtigung von Gewinnen, die Auswirkungen der Geschäftspraktiken auf die Lebensfähigkeit und Autonomie der ärmsten Bevölkerungsgruppen berücksichtigt. In Umgebungen mit schwacher Regulierung verankert ethische CSR-Selbstbeschränkung als moralische Pflicht und verpflichtet transnationale Unternehmen, sich auch dort an Menschenrechtsstandards zu orientieren, wo staatlicher Schutz fehlt. Ethische CSR legitimiert damit ein Gewinnstreben, sofern es auf Wegen verfolgt wird, die die grundlegenden Rechte und die Würde der Betroffenen respektieren.¹¹⁹

Ausgehend von dieser ganzheitlichen Betrachtungsweise unternehmerischer Verantwortung und der bereits vorweggenommenen Einführung der friedmanschen Vorstellung unternehmerischer Handlungsverantwortung, betrachtet die vorliegende Arbeit im Folgenden die Theorie von zwei konträren Entscheidungstheorien des Unternehmensmanagements und ihr Verhältnis zur Moral. Die Shareholdertheorie, gefolgt von der Stakeholdertheorie.

2.4 Zwei konträre Dimensionen unternehmerischer Verantwortung

2.4.1 Shareholder Theorie

Milton Friedman, der als besonders prägende Stimme des Aktionärs-Vorrangs (Shareholder Primacy) gilt, institutionalisiert mit folgendem Zitat eine Verantwortlichkeitsbeziehung, wonach das Management eines Unternehmens als Beauftragter der Eigenkapitalgeber (Shareholder) die Mehrung des Aktionärsvermögens prioritär verfolgen sollte¹²⁰: „In a free-enterprise, private-property system, a corporate executive is an employe of the owners of the business. He has direct responsibility to his employers. That responsibility is to conduct the business in accordance with their desires, which generally will be to make as much money as possible while conforming to the basic rules of the society, both those embodied in law and those embodied in

¹¹⁸ Vgl. Arnold, D. G., & Valentin, A. (2013), S. 1907 f.

¹¹⁹ Vgl. ebd., S. 1912 f.

¹²⁰ Vgl. Friedman, M. (1970)

ethical custom.“¹²¹. In seiner Konsequenz beschreibt dieses Argument, dass die Moral in der Marktwirtschaft von der institutionellen Rahmenordnung bereitgestellt wird. Für ein eigenständiges moralisches Handeln einzelner wirtschaftlicher Akteure, etwa von Unternehmen, entfällt somit die funktionale Notwendigkeit der Bereitstellung von Moral. Die Akteure können sich folglich auf die Einhaltung sowie gegebenenfalls die Mitgestaltung der Rahmenordnung beschränken, während weitergehende moralische Verpflichtungen entfallen.¹²² Friedman konkretisiert dies indem von einer einzigen sozialen Verantwortung eines Unternehmens spricht, die nach ihm darin besteht, eine Gewinnmaximierungsstrategie unter der Achtung grundlegender gesetzlicher und ethischer Regeln zu verfolgen: “[...] there is one and only one social responsibility of business—to use its resources and engage in activities designed to increase its profits [...]”¹²³ Eine soziale sowie moralische Verantwortungsübernahme, mit Blick auf die unter 2.1 dargelegten Externalisierungskosten sowie die unter 2.3 aufgezeigte notwendige Auseinandersetzung mit vulnerablen Einkommensgruppen, ist solange nicht zu erwarten, wie sie über die Friedman vage skizzierte Einhaltung grundlegender moralischer und gesetzlicher Normen hinausgeht. Denn die Verwendung von Unternehmensgeldern zur Verfolgung gesellschaftsorientierter sozialer Verantwortung, wie beispielsweise der Förderung von Umweltprojekten, erfährt nach Friedman in der Regel keine Rechtfertigung, weil derartige Ausgaben eine Umverteilung von Aktionärsvermögen implizieren, welche mit einer Steuer vergleichbar sind. Das Management verletze dadurch nicht nur die Eigentumsrechte der Aktionäre, sondern verfüge auch nicht über eine demokratische Legitimation. Fragen der Steuer- sowie Umverteilungspolitik sind staatliche, aber keine unternehmerischen Aufgaben. Es bestehen jedoch anerkannte Ausnahmen: Zum einen, wenn die Verfolgung sozialer Ziele im Interesse der Aktionäre liegt oder die Aktionäre entsprechenden Strategien ausdrücklich zugestimmt haben.¹²⁴ Das wirtschaftliche Interesse der Eigentümer behält dabei jedoch die oberste Priorität.

Die Unternehmensmanager sind als Agenten der Shareholder (Prinzipale) zu verstehen, da die Manager die Kontrolle über die Ressourcen des Unternehmens ausüben. Bei hohen Free Cash Flows treten Interessenkonflikte zwischen den Aktionären und den Managern auf. Der Free Cashflow umfasst jene Mittel, die einem Unternehmen zur Verfügung stehen, nachdem alle lohnenden Investitionen (mit positivem Kapitalwert bei Anwendung der relevanten Diskontierungssätze) getätigt wurden. Manager neigen dazu, diese Mittel in unprofitable Diversifikationsprogramme zu investieren, um die von ihnen kontrollierten Ressourcen zu vergrößern und

¹²¹ Vgl. Friedman, M. (1970)

¹²² Vgl. Homann, K., & Lütge, C. (2004), S. 83

¹²³ Vgl. Friedman, M. (1962), S. 133

¹²⁴ Vgl. Friedman, M. (1970)

damit ihre eigene Macht zu stärken.¹²⁵ Ein illustratives Beispiel liefert die Ölindustrie: 1984 erreichten die Cashflows der zehn größten Ölkonzerne 48,5 Milliarden US-Dollar; das Management zahlte diese überschüssigen Mittel jedoch nicht an die Aktionäre aus, sondern investierte sie weiterhin massiv in Forschung und Entwicklung, obwohl die durchschnittlichen Renditen unter den Kapitalkosten lagen. Manager der Ölindustrie verfolgten zudem Diversifizierungsprogramme zur Anlage von Mitteln außerhalb des Kerngeschäfts, etwa im Einzelhandel (Marcor durch Mobil) oder im Bergbau (Kennecott durch Sohio, Anaconda Minerals durch Arco, Cyprus Mines durch Amoco). Diese Akquisitionen gelten als unterdurchschnittlich erfolgreich und waren teilweise auf fehlende Fachkompetenz außerhalb der Ölbranche zurückzuführen.¹²⁶ Im Umfeld dieser Entwicklungen kam es in der Ölindustrie zu Fusionen und die Unternehmen nahmen einen starken Schuldenanstieg auf, zahlten hohe Kapitalbeträge an die Aktionäre aus, reduzierten übermäßige Ausgaben für Forschung und Entwicklung. Das Ergebnis waren erhebliche Effizienz- und Wertsteigerungen¹²⁷. Manager mit einem hohen freien Cashflow können Dividenden erhöhen oder Aktien zurückkaufen und so liquide Mittel ausschütten. Die Ausgabe großer Schuldenmengen zum Aktienrückkauf schafft zudem die notwendigen Anreize, um Manager zu motivieren. Die drohende Zahlungsunfähigkeit wirkt als effektiver Anreiz, solche Organisationen effizienter zu gestalten. Im Ergebnis kann somit der überschüssige Cash Flow an die Shareholder zurückgeleitet werden.¹²⁸

Exogen soll die Gewinnzuleitung entschieden durch den Markt beeinflusst werden, der den Wettbewerb zwischen den Unternehmen regelt. Intuitiv erscheint diese Logik sinnvoll, wenn sich sämtliche Unternehmen einer Branche auf die Gewinnmaximierung konzentrieren, induziert der Wettbewerb Effizienzsteigerungen und Innovationsanreize, während gleichzeitig eine marktbeherrschende Stellung einzelner Akteure verhindert wird. Darüber hinaus gewährleisten wettbewerbsorientierte Märkte über den Preismechanismus einen Ausgleich zwischen Produktion und Nachfrage. Dies ermöglicht eine dezentrale Koordination, durch die eine Vielzahl von Unternehmen die Bedürfnisse einer großen Zahl von Konsumenten befriedigen kann.¹²⁹ Ein funktionierender marktwirtschaftlicher Wettbewerb setzt einen Sanktionsmechanismus in Kraft. Jedoch kann dieser bei externen Effekten versagen, insbesondere bei der Verwendung ökologischer Ressourcen und der Nutzung öffentlicher Güter, exempli causa sozialer Leistungen. Gesetze sollen in diesen Fällen die Stakeholderinteressen schützen.¹³⁰ Gleichwohl fußt die

¹²⁵ Vgl. Jensen, M. C. (1986), S. 323

¹²⁶ Vgl. ebd., S. 327

¹²⁷ Vgl. ebd., S. 328

¹²⁸ Vgl. Jensen, M. C. (1986), S. 324

¹²⁹ Vgl. Henderson, R. (2021), S. 15 f.

¹³⁰ Vgl. Wöhe, G. et al. (2020), S. 10

Ressourcenzuteilung durch den Markt auf der Annahme des Vorhandenseins vollständiger Information und rationalem Verhalten der Marktteilnehmer. Herrschen diese beiden Annahmen nicht vor, werden die standardökonomischen Marktmodelle in ihren Prognosen fehleranfällig, die Entwicklungen am Markt korrekt zu prognostizieren.¹³¹

Dabei ist es illusorisch anzunehmen, dass selbst wenn die skizzierten Optimalbedingungen auf den jeweiligen Markt zutreffen und durch einrahmende Gesetze flankiert werden, die Stakeholderinteressen faktisch berücksichtigt werden. Unter Punkt 2.3 wurde bereits dargelegt, dass eine ethische CSR im Umgang mit vulnerablen Konsumentengruppen zwingend erforderlich ist. Es genügt nicht, sich ausschließlich an grundlegende gesellschaftlich verankerte moralische und rechtliche Normen zu halten, wie von Friedman (1970) postuliert. Der Verantwortungshorizont eines Unternehmens muss weiter gefasst werden, selbst bei Handlungen, die im Gegensatz zu den in 2.1 präsentierten Unternehmensskandalen, formal mit geltendem Recht im Einklang stehen: Im September 2015 erhöhte Turing Pharmaceuticals den Preis des Generikums Daraprim von 13,50 USD auf 750 USD pro Tablette, was einer Preiserhöhung um über 5.000% entsprach. Daraprim dient primär der Therapie von AIDS-Komplikationen. Die Herstellungskosten beliefen sich auf etwa 1 USD pro Tablette und Turing Pharmaceuticals trat als Monopolanbieter auf. Besteht für Manager damit eine faktische moralische Pflicht, vulnerable Gruppen wie schwer erkrankte Patienten unter Ausnutzung monopolistischer Marktpositionen auszubeuten? Ist die strikte Shareholder-Value-Maximierung geboten, wenn sie mit hoher Wahrscheinlichkeit externe Kosten für Stakeholder generiert? Ähnlich investierten globale Ölkonzerne 2015 massiv in Lobbying-Aktivitäten gegen restriktive Treibhausgasregulierungen im Umfeld des Pariser Klimaabkommens, um ihre Geschäftsaktivitäten zu sichern. Kurzfristig maximierten diese Strategien den Shareholder Value, doch langfristig kollidieren sie mit Nachhaltigkeitsimperativen und ESG-Kriterien. Eine rein gewinnmaximierende Logik würde Unternehmen zu Praktiken verleiten, die Ressourcenübernutzung, Klimadestabilisierung, Lohnkostensenkung sowie politische Einflussnahme implizieren. Friedmans Hinweis auf die Voraussetzung der Einhaltung fundamentaler rechtlicher und ethischer Rahmenbedingungen ist damit widersprüchlich, wenn Unternehmen diese untergraben.¹³²

In Bezug auf Friedmans Position ist außerdem zu berücksichtigen, dass Produkte und Dienstleistungen das Ergebnis der kooperativen Bemühungen zahlreicher interner und externer Anspruchsgruppen sind. Neben den Aktionären insbesondere des Managements, der Mitarbeitenden, Kunden, Lieferanten und der lokalen Gemeinschaft. Eine ausschließlich treuhänderische

¹³¹ Vgl. Taylor, M. P., & Mankiw, N. G. (2018), S. 323

¹³² Vgl. Henderson, R. (2021), S. 12 f.

Verpflichtung des Managements zur Gewinnmaximierung erscheint daher problematisch. Aktionäre begründen ihren Anspruch auf Gewinn häufig mit einem Eigentumsvorrang. Dieses Argument verliert jedoch an Überzeugungskraft, wenn steigende Gewinne unter anderem auf die Produktivität der Mitarbeiter zurückzuführen sind. Eigentümer verweisen häufig darauf, dass höhere Gehälter oder bessere Arbeitsbedingungen bereits eine hinreichende Gegenleistung darstellen. Kunden profitieren von qualitativ hochwertigen Produkten, Lieferanten und die lokale Gemeinschaft von der Stabilität eines profitablen Unternehmens. Daraus wird geschlossen, dass die Maximierung der Aktionärsdividenden letztlich allen Stakeholdern zugutekommt, ein Argument, das dem Prinzip des reziproken Altruismus ähnelt. Die Anspruchsgruppen unterstützen die Anstrengungen zur Gewinnsteigerung nämlich nur, weil sie indirekt profitieren. Die gewährten Vorteile dienen primär dazu, die Kooperationsbereitschaft der Stakeholder zu sichern und so die Dividenden für die Eigentümer zu maximieren. Würde das Management dieselben Gewinne ohne Rücksicht auf deren Interessen erzielen können, wäre es, Friedmans Logik folgend, hierzu verpflichtet und würde die Vorteile nicht gewähren. Damit würden Stakeholder zu bloßen Mitteln der Profitmaximierung degradiert, was den kantischen praktischen Imperativ verletzt. Der moralisch vertretbare Gegenentwurf besteht darin, Bedingungen zu schaffen, unter denen Mitarbeitende ihr Potenzial entfalten und ihre Arbeit als sinnerfüllt erleben können. Ein solcher Ansatz respektiert sie als Selbstzweck und fördert zugleich nachhaltige Wertschöpfung, qualitativ hochwertige Produkte und stabile Gewinne als positive Nebenfolgen.¹³³

Darüber hinaus haben Unternehmensmanager keine gesetzliche Verpflichtung dazu den Shareholder-Value zu maximieren. Diese fehlerhafte Überzeugung führte zu einer starken Verankerung des Shareholder-Value in der Wirtschaft. Jedoch zeigt beispielhalber das US-amerikanische Gesellschaftsrecht keinerlei gesetzliche Vorgaben für das Management, dass die Shareholder-Value Maximierung als eine einklagbare Pflicht darstellt.¹³⁴ Es ist gleichwohl evident, dass sich seit den 1980er Jahren eine institutionelle Logik entwickelte, in welcher Manager begannen die Maximierung des Shareholder-Values als verpflichtenden Bestandteil der Unternehmensführung zu begreifen.¹³⁵ Bezugnehmend auf die nicht bestehende Verpflichtung zur Gewinnmaximierung manifestiert sich im Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland in Art. 14 Abs. 2 GG eine tatsächliche rechtliche Verankerung. Allerdings eine verfassungsrechtlich verankerte Sozialbindung des Eigentums: „Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen.“¹³⁶ Dieser Absatz, welcher die verfassungsrechtliche

¹³³ Vgl. Bowie, N.E. (1991), S. 16 f.

¹³⁴ Vgl. Stout, L. A. (2012), S. 24 f.

¹³⁵ Vgl. Lund, D. S., & Pollman, E. (2021), S. 2575 f.

¹³⁶ Vgl. Art. 14 Abs. 2 Grundgesetz (GG), Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland

Gemeinwohlverpflichtung des Eigentums unterstreicht, steht im Widerspruch zur singulären Zielausrichtung auf die Maximierung des Unternehmensgewinnes im Sinne der Eigentümer. Die im folgenden Kapitel analysierte Stakeholder-Theorie bietet einen theoretischen Rahmen, um den verfassungsrechtlich geforderten Interessenausgleich zwischen Eigeninteresse und dem Gemeinwohl in der Praxis zu operationalisieren.

2.4.2 Stakeholder-Theorie

Die Stakeholder-Theorie ist neben der Shareholdertheorie ein zentraler Referenzpunkt der wirtschaftsethischen Diskussion um das Verhalten von Unternehmen im Spannungsfeld von Profitmaximierung und Moral. Die Stakeholder einer Organisation sind definiert als sämtliche Gruppen oder Einzelpersonen, die entweder über die Kapazität verfügen, die organisationale Zielerreichung zu beeinflussen, oder deren Interessen durch die organisationalen Aktivitäten betroffen sind¹³⁷. Damit überwindet das Konzept der Stakeholdertheorie das klassische Input-Output-Modell des Unternehmens, das Investoren, Lieferanten und Mitarbeiter lediglich als Mittel zur Güterproduktion für Kunden begreift. Im Stakeholdermodell, Abbildung 9, verlaufen die Beziehungspfeile zwischen Unternehmen und Anspruchsgruppen in beide Richtungen und sind gleichrangig dargestellt. Die Anspruchsgruppen sind beispielsweise Regierungen, Investoren, Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Gemeinschaften und politischen Gruppen.¹³⁸

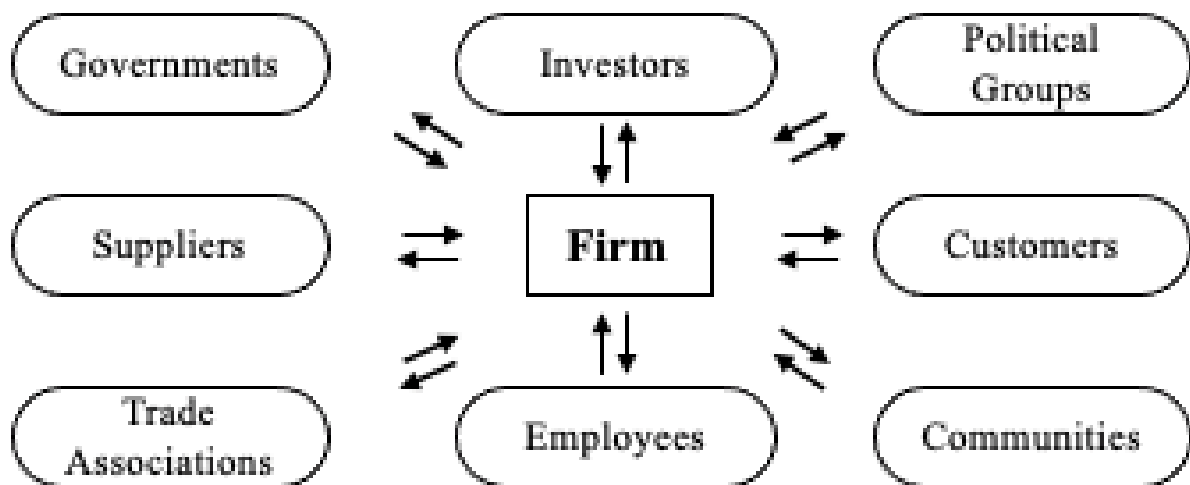


Abbildung 9: Das Stakeholder-Modell¹³⁹

Eine theoretische Unterscheidung in drei Dimensionen teilt die Stakeholdertheorie in eine deskriptive, eine instrumentelle und eine normative Dimension auf. Dabei sind die drei

¹³⁷ Vgl. Freeman, R. E. (2010), S. 46

¹³⁸ Vgl. Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995), S. 68

¹³⁹ Vgl. ebd., S. 69

Dimensionen ineinander verschachtelt. Die äußerste Schicht bildet die deskriptive Dimension. Sie erfasst und erklärt Beziehungen, die empirisch in der Unternehmenswirklichkeit beobachtbar sind, und beschreibt, wie Unternehmen und ihre Akteure tatsächlich konstituiert sind und agieren. Die mittlere Schicht stellt die instrumentelle Dimension dar, die die deskriptive Ebene stützt, indem sie Kausalbeziehungen zwischen bestimmten Managementpraktiken und deren organisationalen Konsequenzen herstellt. Bestimmte Handlungsweisen führen unter gegebenen Bedingungen zu bestimmten Ergebnissen. Das Fundament der Theorie bildet jedoch die normative Dimension, die ihren eigentlichen theoretischen Kern darstellt. Die deskriptive Genauigkeit der Theorie setzt die Geltung dieser normativen Grundannahme voraus, da sie unterstellt, dass Manager und andere Akteure faktisch so handeln, als kämen den Interessen aller Stakeholder ein eigenständiger, intrinsischer Wert zu. Die Anerkennung dieser moralischen Werte und der aus ihnen folgenden Verpflichtungen konstituiert damit die normative Legitimationsbasis des Stakeholder-Managements als Ganzes.¹⁴⁰

Diese normative Grundlage wird durch die Kantianische Ethik theoretisch präzisiert. Insbesondere trifft dies auf die *Formel II* *Selbstzweck* des kategorischen Imperativs zu. Da jeder Mensch als Träger rationaler Autonomie Würde besitzt, darf kein Stakeholder bloß, als Mittel behandelt werden. Negativ folgt daraus, dass Beziehungen zu Anspruchsgruppen weder durch Zwang noch durch Täuschung geprägt sein dürfen.¹⁴¹ Damit wird die normative Dimension der Stakeholdertheorie gestärkt, da eine substantielle Achtung der Würde verlangt wird.

Unter 2.3 konnte bereits gezeigt werden, dass Manager die Pflicht zur Integration der CSR in die Unternehmensstrategie haben¹⁴². CSR benennt die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, lässt jedoch den Begriff des „Sozialen“ inhaltlich unscharf, da er keine spezifische Auskunft darüber gibt, gegenüber *wem* das Unternehmen verantwortlich ist. Der Stakeholderbegriff schließt genau diese konzeptionelle Lücke, indem er die gesellschaftliche Verantwortung begründet und auf bestimmte Gruppen und Personen zurückführt, gegenüber denen das Unternehmen Rechenschaft schuldig ist. Die Ansprüche dieser Gruppen können dabei rechtlicher Natur sein, etwa vertraglich begründete Forderungen von Eigentümern, Mitarbeitern oder Kunden. Darüber hinaus sind auch moralische Ansprüche zu berücksichtigen, wenn Gruppen ein Recht auf faire Behandlung oder die Berücksichtigung ihrer Interessen in unternehmerischen Entscheidungen geltend machen. Das Management steht dabei vor der Herausforderung, konkurrierende Stakeholderansprüche zu priorisieren. Dies kann auf der Grundlage folgender Kriterien geschehen. Zum einen ist die *Legitimität* eines Anspruchs, also das Ausmaß, in dem

¹⁴⁰ Vgl. Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995), S. 74

¹⁴¹ Vgl. Bowie, N.E. (2017), S. 47

¹⁴² Vgl. ebd., S.157

eine Gruppe ein begründetes Recht auf Gehör besitzt entscheidend. Zum anderen die *Macht*, diesen Anspruch durchzusetzen, wobei aus einer CSR-Perspektive die Legitimität das vorrangige Kriterium darstellt. Stakeholdermanagement lässt sich in diesem Zusammenhang als ein Prozess verstehen, durch den Manager ihre eigenen Ziele mit den Erwartungen und Ansprüchen relevanter Stakeholdergruppen in Einklang bringen, mit dem Ziel, ein wechselseitiges Interessengleichgewicht herzustellen.¹⁴³

Gleichwohl bestehen konzeptionelle Spannungen. Die pyramidale Darstellung der CSR legt nahe, dass ökonomische Pflichten das Fundament bilden, auf dem alle anderen Verantwortlichkeiten aufrufen, was in Krisenlagen die Marginalisierung ethischer Pflichten begünstigt. Aus kantianischer Sicht ist dies problematisch, da Würde und Achtungspflichten gegenüber Stakeholdern nicht unter Profitabilitätsvorbehalt stehen. Die zentrale Managementimplikation der Stakeholdertheorie besteht darin, dass Manager die Legitimität vielfältiger Stakeholderinteressen anerkennen und in einem wechselseitig unterstützenden Rahmen auf diese eingehen sollten. Eine Abkehr von der Shareholder-Orientierung eröffnet Managern dabei keinen zusätzlichen Spielraum für eigennütziges Verhalten, denn schon die Shareholder-Theorie konnte dieses nicht wirksam eindämmen. Als prominenter Beleg ist auf die anhaltende Praxis hoher Vorstandsvergütungen, selbst bei sinkenden Unternehmensgewinnen, hinzuweisen. Das Stakeholdermodell begegnet diesem Problem strukturell, da sein normatives Fundament jede übermäßige Privilegierung einzelner Interessengruppen ausschließt und damit das moralische Risiko opportunistischen Managerverhaltens konzeptionell begrenzt. Die praktische Wirksamkeit dieser Beschränkungen erfordert eine rechtliche Operationalisierung.¹⁴⁴

2.5 Zusammenfassung des Hauptkapitels 2

Kapitel zwei etabliert das theoretische Fundament der Arbeit, indem es das Spannungsfeld zwischen unternehmerischer Profitmaximierung und moralischer Verantwortung in seiner gesellschaftlichen Relevanz analysiert. Ausgangspunkt bildet die Betrachtung externer Effekte am Beispiel ökologischer Externalitäten der Kohlestromproduktion sowie des Klimawandels, die belegen, dass gewinnmaximierende Unternehmen unter Wettbewerbsbedingungen strukturelle Anreize zur Externalisierung sozialer und ökologischer Kosten besitzen. Anhand exemplarischer Wirtschaftsskandale wird gezeigt, dass diese Konstellation als systemisches Muster zu verstehen ist. Als analytisches Instrument wird sodann der kategorische Imperativ in zwei Formeln ausführlich eingeführt und auf unternehmerische Entscheidungssituationen übertragen.

¹⁴³ Vgl. Carroll, A. B. (1991), S. 43

¹⁴⁴ Vgl. Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995), S. 87

Der kategorische Imperativ fungiert dabei nicht als moralisierender Appell, sondern als formales Prüfverfahren für die Universalisierbarkeit unternehmerischer Maximen. Aufbauend auf dieser Analyseperspektive werden in 2.3 die Pflichten von Unternehmen gegenüber vulnerablen Konsumentengruppen sowie im Kontext von CSR diskutiert, bevor das Kapitel in einer Gegenüberstellung der Shareholder-Theorie und Stakeholder-Theorie mündet. Die Shareholder-Primacy erweist sich dabei als strukturell unvereinbar mit kantianischen Würde- und Achtungspflichten gegenüber Stakeholdern.

Die im zweiten Kapitel erarbeiteten Formeln des kategorischen Imperativs sowie die kritische Analyse der Shareholder-Primacy bilden die Voraussetzung für die in Kapitel drei folgende wirtschaftsethische Vertiefung. Erst auf Basis des begrifflichen Verständnisses von Universalgesetzformel und Selbstzweckformel kann Bowies kantianische Unternehmensethik präzise eingeordnet und das Paradox of Profits als konsequente Fortführung der Pflichtenbindung jenseits strategischen Kalküls argumentativ entwickelt werden.

3 Einführung in die Wirtschaftsethik – eine kantianische Perspektive

Moralphilosophische Grundsätze entfalten ihre wissenschaftliche Relevanz erst dann vollständig, wenn sie sich im Kontakt mit der ökonomischen Realität bewähren. Das dritte Kapitel stellt sich genau dieser Herausforderung. Es knüpft an das im zweiten Kapitel erarbeitete moralische Fundament an und überschreitet die grundsätzlichen Forderungen der kantianischen Ethik, indem die Gestaltung dieser Forderungen im Kontext unternehmerischen Handelns betrachtet werden. Im Zentrum steht die Frage, ob moralisch motiviertes Unternehmenshandeln und wirtschaftlicher Erfolg einander ausschließen oder unter bestimmten Bedingungen wechselseitig bedingen können. Die Antwort, die das Kapitel schrittweise herausarbeitet, verschiebt den Blick auf das Verhältnis von Profit und Moral in einer Weise, die für den gesamten weiteren Argumentationsgang entscheidend ist. Damit legt das dritte Kapitel die theoretische Brücke zu der spieltheoretischen Analyse, die im vierten Kapitel folgt.

3.1 Die Existenzberechtigung der Wirtschaftsethik

„Die Wissenschaft denkt nicht.“¹⁴⁵ Obgleich Martin Heidegger für gewöhnlich nicht als Wissenschaftsphilosoph bekannt ist, werden seine wissenschaftsphilosophischen Überlegungen durchaus rezipiert.¹⁴⁶ Die provokant formulierte These, identifiziert ein Kerncharakteristikum der Wissenschaft: Die Wissenschaft bearbeitet Fragestellungen mithilfe anderer methodischer Zugänge als die Philosophie, sodass sich die Erkenntnisebenen unterscheiden. So kann die Wissenschaft exempli causa die Frage von Rechten und Pflichten mithilfe ihres deskriptiv geprägten Analyseinstrumentariums nicht beantworten. Die Wissenschaft kann normative Ansichten daher weder begründen, noch kritisieren. Dazu braucht es im Allgemeinen die Philosophie und im speziellen die Ethik, wenn es um normative Fragen von Gerechtigkeit oder der Unterscheidung zwischen Gut und Böse geht.¹⁴⁷ Im Allgemeinen wird „Ethik“ in der philosophischen Fachsprache von dem Begriff der „Moral“ unterschieden. Moral bezeichnet ein umfassendes, multidimensionales Normensystem, das Regeln und Wertmaßstäbe umfasst¹⁴⁸. Präzisiert bedeutet dies: „Was zu einer bestimmten Zeit in einer bestimmten Gesellschaft im Allgemeinen als Handlung, Zustand oder Haltung für gut und wünschenswert bzw. für böse und verboten gehalten wird, bezeichnet man zusammenfassend als die jeweils herrschende Moral.“¹⁴⁹. Die Ethik hingegen ist die philosophische Disziplin, die auf einer Metaebene die theoretische

¹⁴⁵ Vgl. Heidegger, M. (1997), S. 4

¹⁴⁶ Vgl. Heelan, P. A. (1997), S. 272

¹⁴⁷ Vgl. Rosenberg, A. (2012), S. 5 f.

¹⁴⁸ Vgl. Birnbacher, D. (2013), S. 2

¹⁴⁹ Vgl. Göbel, E. (2024), S. 31

Einbettung und Begründung solcher Moralsysteme analysiert¹⁵⁰. Folglich unterscheidet sich die Definition des Begriffs der Ethik: „Die Ethik kann ganz allgemein gekennzeichnet werden als die Lehre oder auch die Wissenschaft von Moral und Ethos, also vom menschlichen Handeln, welches sich von der Differenz zwischen gut/sittlich richtig und böse/sittlich falsch leiten lässt.“¹⁵¹ Zugänglicher wird der Begriff der Ethik durch die Erklärung einiger seiner verschiedenen Teilbereiche:

Deskriptive Ethik	Die Deskriptive Ethik versteht sich als historisches Analyseinstrument, welches beschreibend ergründet, wie bestimmte Gesellschaften moralische Normen für sich ausgelegt haben respektive auslegen. ¹⁵²
Normative Ethik	Mittels deskriptiver Ethik erhobene moralische Normensysteme einer Gesellschaft konstituieren das Fundament für die normative Ethik. Als zentrale Dimension der Ethik untersucht sie die Kriterien moralisch gebotenen Handelns, indem sie nach den grundlegenden Prinzipien des moralisch Richtigen fragt. Hieraus resultieren verbindliche Aussagen darüber, wie der Mensch handeln soll (Pflichten, Handlungsnormen), was er anstreben soll (Werte, Güter) sowie wie er sein soll (Tugenden). ¹⁵³
Methodenlehre	Kant bezeichnete die praktische Nutzbarmachung der Ethik als Methodenlehre, die das moralische Implikationsproblem adressiert. Es geht um die Frage, wie der Mensch zu moralischem Handeln veranlasst werden kann. Die Lösungsansätze variieren zwischen einer inneren „Triebfeder zum Guten“, geschaffen durch Erziehung und wiederholte Gewohnheiten, und äußeren, institutionellen Anreizsystemen, die erwartetes Verhalten herbeiführen sollen und durch die Wirtschaftsethik postuliert werden. Nach Kant wäre dieser Vorschlag abzulehnen, da so nur äußerer Gehorsam erzeugen wird, seiner Forderungen nachzukommen aus Pflicht zu handeln, siehe 2.2. ¹⁵⁴

¹⁵⁰ Vgl. Birnbacher, D. (2013), S. 2

¹⁵¹ Vgl. Göbel, E. (2024), S. 36

¹⁵² Vgl. ebd., S. 36 f.

¹⁵³ Vgl. ebd., S. 37

¹⁵⁴ Vgl. ebd., S. 37 f.

Metaethik	Schließlich lässt sich als vierter Teilbereich die Metaethik nennen, welche die Sprachanalyse als eine ihrer zentralen Methoden begreift. Sie untersucht nicht das sittlich Gute selbst, wie die normative Ethik, sondern ethische Aussagen und Prädikate, wie beispielsweise: „gut“ oder „Pflicht“. Dabei wird differenziert zwischen einer sittlichen sowie nicht-sittlichen Verwendung. Zentral ist die Frage, ob ethische Urteile wahrheitsfähig sind und somit objektiv richtig oder falsch sein können. ¹⁵⁵
-----------	--

Tabelle 4: Teilbereiche der Ethik

Ausgehend von den in Tabelle 4 vorgestellten Teilbereichen der Ethik, setzt sich die Analyseperspektive der vorliegenden Arbeit vornehmlich mit den Teilbereichen der normativen Ethik und der Methodenlehre auseinander, um das Verhalten von Unternehmen im Spannungsfeld zwischen Profitmaximierung und Moral genauer verstehen zu können. Zunächst bedarf es folglich einer Verbindung zwischen der Ethik und der Wirtschaft: „Wirtschaftsethik ist Anwendung der Ethik auf den Sachbereich Wirtschaft. Sie befasst sich mit den ethischen Fragen von guten und richtigen Handlungen und Haltungen sowie sittlich erwünschten Zuständen im Subsystem Wirtschaft. Bei der Beantwortung dieser Fragen müssen die Interpretationszonen zwischen der Ethik und anderen Disziplinen (insbesondere der Ökonomik) und zwischen der Wirtschaft und anderen Subsystemen (insbesondere Politik und Recht) beachtet werden.“¹⁵⁶ Die Wirtschaftsethik umfasst dabei Prinzipien. Diese Prinzipien sind spezifische, allgemeingültige Verhaltensregeln, die nicht verletzt werden dürfen und oft die Basis für weitere Regeln bilden. Zu nennen sind hier beispielsweise Menschenrechte, Meinungsfreiheit und Grundprinzipien der Gerechtigkeit. Darüber hinaus stellen Werte eine Ergänzung dar, die Überzeugungen und Ideale transportieren. Diese sind gesellschaftlich anerkannt, wie Teamarbeit, Vertrauen und Integrität, die in der Geschäftswelt als wünschenswerte ethische Orientierungen gelten. Moralvorstellungen, Werte und Prinzipien beschreiben positive Eigenschaften, die in Unternehmen oder Branchen als „Best Practices“ identifiziert und angewendet werden.¹⁵⁷ In diesem Kontext wird häufig darauf verwiesen, dass Individuen moralische Normen nur dann befolgen, wenn sie, nicht notwendigerweise in jedem Einzelfall, wohl aber in der Abfolge solcher Fälle, persönliche Vorteile erwarten oder erzielen können. Unter diese „Vorteile“ fallen nicht ausschließlich wirtschaftliche oder monetäre Güter, sondern alles, was Betroffene selbst als solchen bewerten. Das

¹⁵⁵ Vgl. Göbel, E. (2024), S. 38

¹⁵⁶ Vgl. ebd., S. 99

¹⁵⁷ Vgl. Ferrell, et al. (2022), S. 4

Einkommen und Vermögen ebenso wie Gesundheit, Freizeit, ein „gutes Leben“ oder die Verwirklichung eines vernünftigen Lebensentwurfs in Gemeinschaft mit anderen.¹⁵⁸ Hier ist allerdings ein Perspektivwechsel notwendig, der unter 3.2 erläutert wird.

Abschließend ist die unter 2.3 festgestellte vollkommene Pflicht zur Gewinnerzielung praktisch zu begründen. Unternehmen müssen Gewinne erzielen, um zur Gesellschaft beizutragen. Eine Gewinnerzielungsabsicht widerspricht Ethik nicht. Ethisch reputierte Unternehmen, wie Canon, Intel und Volvo zeigen, dass die Berücksichtigung von Stakeholder-Bedürfnissen zu einer überdurchschnittlichen Performance führen kann¹⁵⁹. Eine ausführliche Erörterung dieser Feststellung findet sich unter 3.3.

3.2 Die Bedeutung kantianischer Philosophie im wirtschaftlichen Kontext nach Bowie

Der die moralische Verantwortlichkeit des Unternehmensmanagements einschränkende und bereits eingeführte Rechtfertigungsgrundsatz: „Was nicht illegal ist, ist in Ordnung (moralisch zulässig)“¹⁶⁰ soll dazu dienen, die kantianische Moralphilosophie und wirtschaftliche Praxis argumentativ zusammenzuführen. Rechtsnormen, die beispielsweise in der Gesetzgebung verankert sind, beruhen auf ethischen Fundamentalprinzipien. Jedoch sind diese ethischen Prinzipien nicht vollständig durch juristische Definitionen erfassbar und überschreiten den Bereich des rein Legalen. Aus der rechtlichen Bindung von Unternehmen folgt notwendigerweise auch deren moralische Verpflichtung, da das Recht ethische Prinzipien in sich trägt.¹⁶¹ Gerichte greifen regelmäßig auf übergesetzliche moralische Prinzipien zurück, um rechtliche Entscheidungen zu begründen. Diese moralischen Maßstäbe werden vom Recht rezipiert und angewendet, ohne jedoch gesetzlich fixiert zu werden. Daraus folgt für unternehmerisches Handeln, dass die verbreitete Gleichsetzung von Legalität und Moralität einer kritischen Prüfung nicht standhält: Rechtliche Konformität setzt vielfach ethisches Handeln voraus, da Unternehmen vor Gericht häufig den Nachweis moralisch einwandfreien Verhaltens erbringen müssen und andernfalls rechtlicher Verantwortung ausgesetzt sind.¹⁶² Das Recht erkennt zwar die Kompetitivität wirtschaftlichen Handelns an, unterscheidet jedoch zwischen legitimen und unzulässigen Wettbewerbspraktiken. Eine Markttransaktion ist demnach als unfair zu qualifizieren, wenn sie Elemente, wie Zwang aufweist oder wenn einem der Vertragspartner das zur individuellen Interessenwahrung erforderliche Wissen fehlt. Diese Definition erweist sich sowohl als kompatibel mit einschlägiger Rechtsprechung als auch mit den ökonomischen Grundannahmen des

¹⁵⁸ Vgl. Homann, K., & Lütge, C. (2004), S. 20

¹⁵⁹ Vgl. Ferrell, et al. (2022), S. 5

¹⁶⁰ Vgl. Bowie, N. E. (1988), S. 89

¹⁶¹ Vgl. ebd.

¹⁶² Vgl. ebd., S. 93 f.

Marktaustauschs, wonach Transaktionen nur dann wohlfahrtssteigernd sind, wenn sie auf freiwilliger Basis und unter der Voraussetzung vollständiger Information erfolgen.¹⁶³ Gerechtigkeit konstituiert sich im wirtschaftlichen Kontext demnach als die formale Bedingung, unter der die Freiheit des Einzelnen mit der Freiheit aller anderen nach einem allgemeinen Gesetz vereinbar ist, womit jede Handlung, die diese Grenze überschreitet, als Unrecht zu qualifizieren ist.¹⁶⁴ Dieser Passus verweist auf den Abschnitt 2.2 und lenkt den kategorischen Imperativ in Formel I in einen wirtschaftlichen Kontext. Bowie formuliert es wie folgt: „A business manager who accepts Kantian morality would ask, for any decision, whether the principle on which the decision is based passes the test of the categorical imperative. If it does, then the decision would be morally permissible.“¹⁶⁵

Der Kantianismus dient im vorliegenden Kontext damit als normativer Rahmen einer Vision kapitalistischer Unternehmensorganisationen. Dieser normative Anspruch impliziert indes keine utopische Haltung, da eine kantische Theorie des modernen Unternehmens durchaus praktikabel und wirtschaftlich tragfähig sein kann. Die Motivation zur Reform kapitalistischer Strukturen aus kantischer Perspektive erwächst dabei nicht aus ökonomischen Effizienzerwägungen, sondern allein aus der moralischen Verpflichtung zum richtigen Handeln.¹⁶⁶ Als Instrumente dieser Vision sind die beiden unter 2.2 eingeführten Formeln des kategorischen Imperativs zu betrachten.

Die *Formel I* *Allgemeines Gesetz* des kategorischen Imperativs wurde bereits ausführlich beschrieben, sodass an dieser Stelle lediglich ein Beispiel an die Funktionsweise erinnern soll. Grundsätzlich sind widersprüchliche verallgemeinerte Handlungen, die demnach den Universalisierungstest nicht bestanden haben, moralisch verboten. Denn das Prinzip für diese Handlung könnte nicht konsequent verallgemeinert werden.¹⁶⁷ Zur Verdeutlichung illustriert der Diebstahl, ein weitverbreitetes Problem in der Wirtschaft, diesen Handlungsgrundsatz. Wird der kategorische Imperativ in diesem Szenario angewendet, kann eine diebstahlerlaubende Maxime nicht widerspruchsfrei den unter 2.2 eingeführten Universalisierungstest bestehen. Der Akt des Stehlens würde die Institution des Privateigentums logisch voraussetzen: Würde eine solche Maxime allgemein gelten, destruierte sie eben jene Institution, auf deren Bestehen sie angewiesen ist. Da alle bekannten Gesellschaften aufgrund begrenzter Güter eine Form von Privateigentum ausgebildet haben, erweist sich Diebstahl unter real existierenden Bedingungen stets

¹⁶³ Vgl. Bowie, N. E. (1988), S. 97

¹⁶⁴ Vgl. Micewski, E. R., & Troy, C. (2007), S. 21

¹⁶⁵ Vgl. Bowie, N. E. (2017), S.9

¹⁶⁶ Vgl. Bowie, N. E. (1998), S. 38

¹⁶⁷ Vgl. ebd., S. 39

als moralisch verwerflich. Erfolgt der Diebstahl als Reaktion auf eine tatsächliche Misshandlung ist er noch immer unmoralisch, denn eine erlittene Ungerechtigkeit konstituiert keine ethisch valide Grundlage für diese Handlung.¹⁶⁸

Der praktische Imperativ in Form der *Formel II* *Selbstzweck* des kategorischen Imperativs wird ebenfalls bloß anhand eines praktischen Beispiels eines wirtschaftlichen Kontextes beschrieben. Die Volkswirtschaftslehre behandelt Humankapital analog zu anderen Produktionsfaktoren und weist Manager an, Arbeitskräfte durch Maschinen zu substituieren, sobald dies effizienter ist. Aus kantischer Perspektive sind die beiden denkbaren Substitutionsrichtungen jedoch moralisch nicht äquivalent. Der Ersatz von Maschinen durch Arbeit ist moralisch unbedenklich, während die umgekehrte Substitution, die Entlassung von Arbeitnehmern zugunsten von Maschinen, nur dann zulässig ist, wenn sichergestellt werden kann, dass die betroffenen Personen nicht auf den Status eines bloßen Mittels reduziert werden. Zwar ließe sich einwenden, Arbeitnehmer akzeptierten das Entlassungsrisiko durch den Abschluss ihres Arbeitsvertrags implizit und damit gewissermaßen freiwillig. Da jedoch alle realistischen Beschäftigungsverhältnisse dieses Risiko strukturell einschließen, handelt es sich um eine erzwungene, keine genuinen Sinne freiwillige Zustimmung, sodass rücksichtslose Entlassungen zur Gewinnmaximierung gegen den Grundsatz der Achtung der Person verstoßen. Eine kantische Unternehmenstheorie muss daher über die bloße Feststellung hinausgehen, dass Arbeit kein gewöhnlicher Produktionsfaktor ist, und die normative Begründung nachliefern. Menschen verdienen Respekt, weil sie als rationale und autonome Wesen Würde besitzen, Verantwortung tragen und sich selbst Gesetze geben können. Diese Eigenschaften, die sie kategorial von anderen Kapitalformen unterscheiden, erkennen ihnen sowie allen gleichermaßen verfassten Wesen Würde zu. Das Management ist daran gebunden.¹⁶⁹

Mit Blick auf dieses moralische Fundament lassen sich die Grundsätze eines moralischen Unternehmens extrahieren. Demnach ist ein ethisch verantwortungsvolles Unternehmen dazu verpflichtet, bei jeder unternehmerischen Entscheidung die Interessen sämtlicher betroffener Stakeholder gleichrangig zu berücksichtigen, ohne einer einzelnen Gruppe strukturell Vorrang einzuräumen. Im Zuge dessen sind alle von Unternehmensrichtlinien und -verfahren betroffenen Parteien an deren Ausgestaltung zu beteiligen oder haben zumindest das Recht, diese vor ihrer Implementierung zu bestätigen. Sieht sich das Unternehmen in einem Konfliktfall dazu genötigt die Interessen einer Stakeholdergruppe zugunsten einer anderen zurückzustellen, darf diese Abwägung nicht allein auf numerischen respektive machtgeleiteten Mehrheitsverhältnissen

¹⁶⁸ Vgl. Bowie, N. E. (2017), S.10 f.

¹⁶⁹ Vgl. Bowie, N. E. (1998), S. 40 f.

beruhen. Sämtliche angewandten Grundsätze und Verfahren müssen den Universalisierbarkeitstest der *Formel I Allgemeines Gesetz* des Kategorischen Imperativs standhalten. Im Kontext der *Formel II Selbstzweck* des kategorischen Imperativs darf die Würde keines Stakeholders verletzt werden. Darüber hinaus obliegt es den Führungskräften gewinnorientierter Unternehmen die unvollkommene Pflicht zur Wohltätigkeit im Sinne der Corporate Social Responsibility zu verfolgen. Schließlich sind institutionelle Verfahren zu etablieren, die gewährleisten, dass sämtliche Stakeholder-Beziehungen den Prinzipien der Gerechtigkeit und Fairness entsprechen.¹⁷⁰

Die vorangegangene Auseinandersetzung mit den Grundsätzen Bowies kantischer Unternehmensethik hat gezeigt, dass moralisch verantwortungsvolles Handeln nicht in erster Linie aus strategischen Erwägungen, sondern aus Achtung vor der Pflicht selbst motiviert sein muss. Das folgende Kapitel widmet sich diesem scheinbaren Spannungsverhältnis und diskutiert das sogenannte Paradox of Profits, eine These Bowie's, dass der Gewinn nicht als primäres Ziel unternehmerischen Handelns, sondern als dessen Folge zu verstehen ist, wenn Manager sich konsequent an moralischen Prinzipien orientieren.

3.3 Das Paradox of Profits nach Norman E. Bowie

Das von Norman E. Bowie entwickelte „Paradox of Profits“ hat seine Ursprünge im hedonistischen Paradox, dessen Kern der Philosoph John Stuart Mill wie folgt beschrieb: „Those only are happy (I thought) who have their minds fixed on some object other than their own happiness; on the happiness of others, on the improvement of mankind, even on some art or pursuit, followed not as a means, but as itself an ideal end. Aiming thus at something else, they find happiness by the way.“¹⁷¹ Die Kernaussage dieses Zitates besteht darin, dass eine Person ihr Glück nicht dadurch erreicht, dass sie das Glück selbst zu ihrem primären Ziel macht. Stattdessen kann sie Glück empfinden, wenn sie ein anderes für sie intrinsisch wertvolles Ziel verfolgt. Dabei entsteht das Glück selbst im Verlauf dieses Prozesses als unbeabsichtigtes Nebenprodukt. Zur Verdeutlichung kann das Beispiel eines Tennisspielers herangezogen werden, der nicht primär am unmittelbaren Genuss des Spielens interessiert ist, sondern am Gewinn des Spiels. Der Spieler kann das Spiel als genießbarer empfinden, wenn er seine Aufmerksamkeit auf den Sieg richtet, anstatt explizit den Genuss des Spielens anzustreben. Durch diese Zielorientierung erhöhen sich zugleich Konzentration und Motivation, wodurch sich der Genuss des Spiels nicht als intendiertes Ziel, sondern als begleitendes Nebenprodukt einstellt.¹⁷² Das „Paradox of Profits“

¹⁷⁰ Vgl. Bowie, N.E. (2017), S. 84 f.

¹⁷¹ Vgl. Mill, J. S. (1873), S. 142

¹⁷² Vgl. Crisp, R. (2006), S. 637 f.

bezieht diesen Gedanken auf die unternehmerische Realität. Bowie schreibt in diesem Zusammenhang: „Although many businesspersons believe you should always keep your eye on the bottom line, I argue that the more a business consciously seeks to obtain profits, the less likely it is to achieve them.“¹⁷³ Dabei führt Bowie weiter aus, dass sich das Management weniger am Unternehmensgewinn orientieren sollte, sondern vielmehr daran, moralisch richtige Handlungen zu vollziehen: „[...] the business manager should focus less on profit and focus more on doing the right thing, which in the context of this book means treating the humanity of all corporate stakeholders as an end and managing in accord with the principles of a moral firm.“¹⁷⁴ Aus kantianischer Perspektive ist ein solches Handeln von Unternehmensmanagern, die sich ihrer Pflicht bewusst sind, als moralisch geboten zu bewerten.¹⁷⁵ Diese Argumente konterkarieren die klassische Überzeugung der Shareholdertheorie, dargestellt unter 2.4.1, die den Gewinn als oberstes Unternehmensziel identifiziert. Dabei scheint das Paradox of Profits bereits in den 1990er Jahren empirisch bestätigt worden zu sein.

James C. Collins und Jerry I. Porras konnten zeigen, dass von ihnen als „Visionary companies“ bezeichnete Unternehmen in dem Zeitraum von 1926 bis 1990 eine signifikant höhere kumulierte Aktienrendite erreichen konnten, als Vergleichsunternehmen und insbesondere als der allgemeine Aktienmarkt.¹⁷⁶ Definiert haben Collins und Porras visionäre Unternehmen unter anderem anhand folgender Kriterien: Die Unternehmen sind wegweisend in ihrer Branche, von fachkundigen Unternehmensmanagern als solche identifiziert worden und sie haben ihre Umgebung nachhaltig beeinflusst. Zudem konnten sie ihren wirtschaftlichen Erfolg über lange Zeit hinweg aufrechterhalten, indem sie diverse Produkt- respektive Dienstleistungs-Lebenszyklen sowie unterschiedliche Generationen von Unternehmensmanagern überstanden haben.¹⁷⁷ In die Kontrollgruppe wurden ebenfalls sehr erfolgreiche Unternehmen der jeweiligen Branche aufgenommen, wobei die meist in einem ähnlichen Zeitraum gegründet wurden. Diese Unternehmen konnten allerdings bei weitem nicht das Potenzial der visionären Unternehmen entfalten.¹⁷⁸ Bemerkenswert ist, dass die visionären Unternehmen die Gewinnerzielung nur als eines unter vielen Zielen verfolgt haben und nicht zwingend als Primärziel. Handlungsleitend war viel eher ihre Unternehmensphilosophie, also die angestrebte Erreichung fundamentaler Ideale. Der Gewinn blieb präsent und die Unternehmensphilosophie wurde so umgesetzt, dass

¹⁷³ Vgl. Bowie, N. E. (1991), S. 15

¹⁷⁴ Vgl. Bowie, N. E. (2017), S. 139

¹⁷⁵ Vgl. ebd.

¹⁷⁶ Vgl. Collins, J., & Porras, J. I. (1995), S. 13-15

¹⁷⁷ Vgl. ebd., S. 9 f.

¹⁷⁸ Vgl. ebd., S. 11

Gewinne erzielt werden können.¹⁷⁹ Manche Unternehmen priorisierten ihre Innovationskraft, andere die Kundenbetreuung oder die Verbesserung der gesellschaftlichen Lebensqualität. Der inhaltliche Schwerpunkt der Unternehmensphilosophie unterscheidet sich und erscheint daher sekundär. Die primäre Aufgabe scheint daher die Bereitstellung eines Inspirations- und Orientierungsrahmens für die Mitarbeiter dar.¹⁸⁰ Eine durch die Shareholdertheorie postulierte Konzentration der Managementausrichtung auf die Gewinnmaximierung scheint sich als obsolet zu erweisen, wenn eine überdurchschnittliche Aktienrendite ohne explizite Top-Priorisierung des Gewinns zu erreichen ist. Eine stärkere Integration der Moral in unternehmerische Entscheidungsprozesse scheint realisierbar.

Das sich anschließende vierte Hauptkapitel widmet sich anhand der spieltheoretischen Modellierung durch das Gefangenendilemma, dem skizzierten Spannungsfeld zwischen der Position der Gewinnmaximierung und der Moral. Dabei wird berücksichtigt, dass Ökonomen klassischerweise damit argumentieren, dass gewinnmaximierende Unternehmen jene Konkurrenten, die sich nicht gewinnmaximierend verhalten, tendenziell vom Markt verdrängen. Daran schließt sich das Argument an, dass die überlebenden Unternehmen gewinnmaximierend sein werden. Doch selbst wenn ein Unternehmen Gewinnmaximierung anstrebt, gibt es keinen Grund anzunehmen, dass es stets genau die richtigen Entscheidungen trifft, die für den Erfolg notwendig sind, und es kann lange dauern, Unternehmen vom Markt zu verdrängen.¹⁸¹

Möglicherweise ist es jedoch genau diese Geisteshaltung, die zur Verunsicherung der Unternehmen beitragen kann, wodurch unkooperatives Verhalten im Wettbewerb wahrscheinlicher wird. In dem beschriebenen Marktumfeld stellt die Vereinbarkeit von moralischem Verhalten und der Profitabilität der Unternehmen eine komplexe Herausforderung dar.

Ist eine rechtlich-institutionelle Rahmenordnung vorhanden, wodurch die Einhaltung zentraler Normen geleitet wird, wie unter 2.3 dargestellt, verhalten sich gewinnorientierte und intrinsisch moralorientierte Unternehmen gleichermaßen regelkonform. Eine kantianisch motivierte intrinsische Moralität begründet hier keinen Wettbewerbsnachteil. Tugendhaftes unternehmerisches Verhalten, durch „good ethics is good business“ kann sich positiv für das Unternehmen auswirken.¹⁸² Ist die Rahmenordnung unvollkommen, sorgen beispielsweise immaterielle Vermögenswerte, wie die Reputation dafür, dass gewinnmaximierende Unternehmen moralische Normen befolgen, weil Abweichungen durch die Öffentlichkeit sanktioniert werden können.¹⁸³ Denn die öffentliche Wahrnehmung unternehmerischen Handelns folgt häufig einer implizit kantischen

¹⁷⁹ Vgl. Collins, J., & Porras, J. I. (1995), S. 84 f.

¹⁸⁰ Vgl. ebd., S. 102-107

¹⁸¹ Vgl. Hausman, D. M., McPherson, M. S., & Satz, D. (2017), S. 73

¹⁸² Vgl. Bowie, N. E. (2017), S. 171 f.

¹⁸³ Vgl. ebd., S. 172 f.

Logik: Selbst aufrichtig gemeintes Engagement kann auf Skepsis stoßen, wenn das Publikum hinter ihnen strategisches Kalkül vermutet. Dies ist nachvollziehbar, pflichtgemäßes und aus Pflicht motiviertes Handeln von außen kaum zu unterscheiden sind. Gerade deshalb kommt Unternehmensreputation, organisationalem Charakter und einem konsistenten Muster altruistischen Handelns eine zentrale Funktion zu. Unternehmen können so ein verlässliches Signal echter moralischer Motivation aussenden.¹⁸⁴ Über die Wahrnehmungen der breiten Öffentlichkeit konnte eine empirisch signifikante Wertrelevanz der Reputation für zukünftige Aktienrenditen nachgewiesen werden.¹⁸⁵ Als schwer imitierbare Ressource ist die Reputation eines Unternehmens somit ein nachhaltiger Wettbewerbsvorteil.¹⁸⁶ Liegen in einem dritten Szenario keine expliziten Moralanreize vor zeigt die Spieltheorie, dass ein moralorientiertes Unternehmen dennoch am Markt bestehen bleiben kann und nicht, wie klassisch in der Ökonomie angenommen, verdrängt wird. Dies kann durch die unter 4.4 eingeführte Kooperationsschwelle gelingen.

3.4 Zusammenfassung des Hauptkapitels 3

Das dritte Kapitel vertieft die in Kapitel 2 begonnene wirtschaftsethische Analyseperspektive und überführt sie in eine praxisorientierte Konzeption kantianischer Unternehmensethik. Zunächst wird die Existenzberechtigung der Wirtschaftsethik als eigenständige wissenschaftliche Disziplin begründet. Die Wissenschaft allein kann normative Fragen nach Gerechtigkeit und moralisch richtigem Handeln nicht beantworten, weshalb sie auf die Unterstützung der Ethik angewiesen ist. Im Kernabschnitt 3.2 wird Norman E. Bowies Interpretation der kantianischen Moralphilosophie im wirtschaftlichen Kontext skizziert. Dabei wird der kategorische Imperativ systematisch auf unternehmerische Entscheidungssituationen übertragen. Die Instrumentalisierung von Arbeitnehmern als bloße Produktionsfaktoren scheitern an der unter 2.2 eingeführten Selbstzweckformel. Aus diesen Grundsätzen deduziert Bowie die Principles of a Moral Firm, die eine gleichrangige Berücksichtigung aller Stakeholderinteressen, partizipative Unternehmensführung und institutionelle Verfahren zur Wahrung von Gerechtigkeit fordern. Abschließend behandelt Kapitel 3 das Paradox of Profits, welches unterstützt durch die empirischen Untersuchungen von Collins & Porras zeigen kann, dass sogenannte Visionary Companies, die Gewinn nicht als primäres Unternehmensziel, langfristig signifikant höhere kumulative Aktienrenditen erzielen als rein gewinnmaximierende Vergleichsunternehmen. Das Paradox of Profits

¹⁸⁴ Vgl. Bowie, N. E. (1998), S. 54

¹⁸⁵ Vgl. Raithel, S., & Schwaiger, M. (2015), S. 950 f.

¹⁸⁶ Vgl. ebd., S. 954

sowie Bowies Konzeption des moralisch handelnden Unternehmens schaffen eine konzeptionelle Brücke zu dem folgenden vierten Kapitel, dass eine spieltheoretische Perspektive einnimmt. Moralisches Handeln ist nicht strategisch, sondern aus Pflicht heraus motiviert. Die Konsequenzen eines Zusammentreffens mit eigennutzorientierten Akteuren in einer wettbewerbs- respektive wettbewerbsähnlichen Situation ist daher von Interesse. Das Gefangenendilemma in Kapitel 4 modelliert jenes Spannungsfeld.

4 Das Gefangenendilemma

Dass Unternehmen unter Wettbewerbsbedingungen zu moralisch problematischem Verhalten neigen können, wurde bereits in den vorherigen Kapiteln hergeleitet. Damit ist jedoch nicht erklärt, warum diese Tendenz so persistent und strukturell verankert ist, dass selbst Akteure mit prinzipiell moralischen Intentionen ihr kaum zu entkommen scheinen. Das vierte Kapitel wechselt daher die Analyseebene. Das zentrale Spannungsfeld der Arbeit wird in ein formales Modell überführt. Die Spieltheorie ermöglicht es, soziale Dilemmata zu formalisieren und die Bedingungen zu bestimmen, unter denen rationale Akteure trotz kollektiv nachteiliger Konsequenzen an eigennutzmaximierenden Strategien festhalten. Für die vorliegende Arbeit ist dabei nicht das spieltheoretische Modell als solches das eigentliche Erkenntnisziel. Entscheidend ist vielmehr die Frage, ob die in den Kapiteln 2 und 3 entwickelten kantianischen Handlungsprinzipien in diesem formalen Rahmen Bestand haben können und ob moralisch motiviertes Handeln strukturell geeignet ist, das Dilemma zu überwinden. Das Kapitel bereitet damit den begrifflichen und analytischen Boden, auf dem die semi-systematische Literaturanalyse des fünften Kapitels aufbaut.

4.1 Eine Einführung in die spieltheoretische Analyse sozialer Dilemmata

Kooperative Interaktionen bilden eine grundlegende Basis für das soziale Leben in biologischen Systemen. Viele der von Lebewesen angestrebten Vorteile sind kooperierenden Gruppen überproportional zugänglich. Das zentrale soziale Dilemma besteht darin, dass Akteure, die ihren Eigennutzen systematisch maximieren mehr gewinnt, indem es die Kooperationsleistungen anderer ausbeutet, dabei liegt darin, dass ein Individuum zwar von gegenseitiger Kooperation profitieren kann, jedoch noch. In biologischen Systemen scheint zunächst intuitiv zu gelten, dass unabhängig davon, wie sich der andere Akteur verhält, die eigennützige Wahl der Defektion stets einen höheren Payoff als die Kooperation bietet.¹⁸⁷ Menschliche Kooperation ist ebenfalls von individuellen Entscheidungen geprägt, die häufig von eigenen Interessen bestimmt werden¹⁸⁸. Gleichwohl kooperiert der Mensch in seinen Gemeinschaften. Wie lässt sich dieser Umstand erklären?

Es kann gezeigt werden, dass kooperative Akteure trotz individueller Nutzennachteile sowie potenziellen Betrugs und eigennützigem Handeln bestehen können. Temporär akzeptierte Nutzennachteile lassen sich unter dem Konzept des reziproken Altruismus theoretisch fundieren.¹⁸⁹

¹⁸⁷ Vgl. Axelrod, R., & Hamilton, W. D. (1981), S. 1390

¹⁸⁸ Vgl. Sigmund, K. (2010), S. 1

¹⁸⁹ Vgl. Trivers, R. L. (1971), S. 36 f.

Diesem Erklärungsansatz zufolge treten kooperative Interaktionsmuster hervor, wenn gegenwärtige Verhaltensweisen durch zukünftige Nutzenvorteile determiniert werden¹⁹⁰. Empirische Evidenz aus der Verhaltensbiologie illustriert diesen Mechanismus. Individuen verzichten kurzfristig auf unmittelbare Vorteile, beispielsweise durch Ressourcenteilung, um langfristige Kooperationsgewinne zu sichern. Dieser Mechanismus manifestiert sich insbesondere in stabilen Gruppenstrukturen und ist in der Natur zu beobachten. Beispielsweise verdeutlichen Vampirfledermäuse dieses Prinzip durch Blutsharingverhalten, wobei erfolgreiche Jäger Nahrung mit erfolglosen Artgenossen teilen und diese Investition durch spätere Reziprozität kompensiert wird¹⁹¹.

In der Ökonomie wird menschliches Verhalten traditionell unter Zuhilfenahme des theoretisch modellierten „Homo Oeconomicus“ analysiert.¹⁹² Dieses Verhaltensmodell ist in seinem Kern durch eine konsequente Nutzenmaximierung charakterisiert. Bei gegebener Präferenzordnung und unter Berücksichtigung bestehender Restriktionen wählt der „Homo Oeconomicus“ jene Handlungsalternative, welche die höchste (materielle) Nutzensauszahlung generiert. Veränderungen im Restriktionenset werden durch rationale Anpassungsprozesse im Entscheidungsverhalten internalisiert. Ziel des Homo Oeconomicus ist die individuelle Nutzenmaximierung. Unternehmer würde nach diesem Argument den maximalen Gewinn verfolgen.¹⁹³ Die vollkommene Eigennützigkeit des Homo Oeconomicus konnte jedoch empirisch widerlegt werden. Fairness scheint in menschlichen Gemeinschaften eine wichtige Rolle zu spielen. Dabei wird kooperatives Verhalten belohnt und unkooperatives Verhalten bestraft, auch wenn dies den eigenen Payoff gefährdet.¹⁹⁴ Darin ist eine freiwillige moralische Selbstbeschränkung zu erkennen. Der von Immanuel Kant entwickelte kategorische Imperativ fordert von rationalen Akteuren, dass sie ihre Handlungen auf Universalisierbarkeit prüfen, hergeleitet unter 2.2. Eine Maxime systematischer Ausbeutung oder des Betrugs würde diesen Test nicht bestehen, da kein rationaler Akteur eine Welt wollen kann, in der alle defektieren und damit kooperative Strukturen kollabieren.

¹⁹⁰ Vgl. Trivers, R. L. (1971), S. 38 f.

¹⁹¹ Vgl. Wilkinson, G. S. (1984), S. 183 f.

¹⁹² Vgl. Göbel, E. (2024), S. 65

¹⁹³ Vgl. ebd., S. 70

¹⁹⁴ Vgl. Henrich, J. et al., (2001), S. 73 f.; Fehr, E., & Gächter, S. (2000), S. 159 f.

4.2 Das 2-Personen Gefangenendilemma

4.2.1 Die grundlegende Betrachtung des 2x2-Spiel

Unter einem 2x2-Spiel ist ein symmetrisches Zwei-Personen-Spiel mit zwei Strategien pro Spieler zu verstehen¹⁹⁵. Das Gefangenendilemma wird klassischerweise grundlegend als 2-Parteien Situation beschrieben, in der beide Spieler von gegenseitiger Kooperation profitieren können. Jedoch ist für die Parteien eine überlegende Position erreichbar, indem die Kooperationsbemühung des Gegenübers ausgenutzt wird. In diesem grundlegenden Szenario treffen die Spieler nur ein einziges Mal aufeinander.¹⁹⁶ Entscheidet sich ein Spieler zur Defektion, während sein Gegenüber kooperiert, liegt diesem Verhalten ein kalkuliertes Nutzenkalkül zugrunde, einem Free-Riding-Motiv. Der defektierende Akteur strebt eine Auszahlung an, die über jene hinausgeht, die ihm bei regelkonformem, moralischem Verhalten zukäme. Dass der kooperierende Spieler die daraus entstehenden Kosten einseitig zu tragen hat, findet in dieser Entscheidungslogik keine Berücksichtigung. Im Kern handelt es sich damit um eine Form opportunistischer Vorteilsnahme auf Kosten des anderen. Unmoralisches Verhalten erweist sich in dieser Konstellation als individuell rentabel.¹⁹⁷

Es lässt sich konstatieren, dass sich unter den eingeführten Voraussetzungen, die Defektion (nicht-kooperation), als individuell bestes Ergebnis für beide Parteien darstellt. In diesem Fall können beide Spieler ein besseres Ergebnis erwarten, unabhängig davon, wie sich der andere Spieler entscheidet. Diese Strategie ist daher die dominante Spielstrategie beider Akteure.¹⁹⁸ Um die unter 2.1 eingeführte unternehmerische Umweltverantwortung nochmals aufzugreifen, soll zum tieferen Verständnis ein hypothetischer Fall industriell verursachter Umweltverschmutzung als praxisnahes Beispiel dienen. An einem kleinen See sind die Produktionsstätten von zwei Unternehmen ansässig. Das für die Produktionsprozess erforderliche Wasser kann in ausreichender Menge nur dem See entnommen werden. Die produktionsbedingten Abwässer führen zu einer zunehmenden Kontamination des Sees, wodurch bereits die Produktqualität beeinträchtigt wird. Beide Unternehmen mussten aus diesem Grund erste Reinigungsverfahren in den Prozess der Seewasserentnahme integrieren. Vor diesem Hintergrund stehen die beiden Unternehmen nun vor der Entscheidung, ob sie in eigene Abwasserreinigungsanlagen investieren sollen, um damit die individuell anfallenden Kosten der Wasserreinigung im Einspeisungsprozess abbauen zu können. In diesem Zusammenhang werden zwei Parameter definiert: k (die Kosten der Abwasserreinigungsanlage) und n (der Nutzen der Seewasserreinigung). Zwischen

¹⁹⁵ Vgl. Fudenberg, D. & Tirole, J. (2002), S. 20

¹⁹⁶ Vgl. Axelrod, R., & Hamilton, W. D. (1981), S. 139f

¹⁹⁷ Vgl. Müller, C. (2022), S. 26

¹⁹⁸ Vgl. Nida-Rümelin, J., & Kern, L. (1994), S. 205

beiden Größen besteht die Beziehung: $(k > n > 0)$. Dies bedeutet, dass die Investitionskosten den individuellen Nutzen der Unternehmen übersteigen. Würden beide Unternehmen in die Abwasserreinigungsanlagen investieren, ergäbe sich ein doppelter Nutzen von $2u$, da durch diese Anlagen die vorhandenen Seewasserreinigungsanlagen abgeschafft werden könnten. Für beide Unternehmen ergibt sich folgender Auszahlungsbetrag: $(2u - c)$. Dieses Verfahren wäre betriebswirtschaftlich optimal, wenn der doppelte Nutzen die Investitionskosten übersteigen würde: $(2u - c > 0)$.¹⁹⁹

		Spieler A	
		Bau der Anlage (E_A)	Kein Bau der Anlage ($\overline{E}_A$)
Spieler B	Bau der Anlage (E_B)	$\langle 2n-k, 2n-k \rangle$	$\langle n-k, n \rangle$
	Kein Bau der Anlage ($\overline{E}_B$)	$\langle n, n-k \rangle$	$\langle 0, 0 \rangle$

Abbildung 10: Darstellung des 2-Personen Gefangenendilemmas²⁰⁰

Aufgrund der Nicht-Ausschließbarkeit des öffentlichen Gutes „Seewasser“ und des gewinnmaximierenden Verhaltens der Unternehmen, entsteht jedoch ein klassisches Gefangenendilemma, beschrieben unter 4.2.1. Die Nicht-Ausschließbarkeit bedeutet, dass wenn Unternehmen A die Abwasserreinigungsanlage baut (E_A), $(n - k)$, profitiert auch das nicht-investierende ($\overline{E}_B$) Unternehmen B von der verbesserten Wasserqualität (n), ohne selbst Investitionskosten (k) tragen zu müssen. Beide Unternehmen sehen sich daher dem Risiko ausgesetzt, dass das jeweils andere Unternehmen nicht investiert, um seine Abwässer zu reinigen. Ein beidseitiger Investitionsverzicht führt weder zu Nutzen noch zu Kosten, der Auszahlungsbetrag beträgt 0. Die folgenden Ungleichungen verdeutlichen die Situation: $u > 2u - c$, $u > 0$, $0 > u - c$. Daraus ergibt sich, dass für beide Unternehmen die Defektion respektive Nicht-Investition ($\overline{E}_A$, $\overline{E}_B$) die dominante Strategie darstellt.²⁰¹

Die stabile Gleichgewichtslösung der dominanten Strategien ist das einzige Nash-Gleichgewicht (Erklärung unter 4.2.2) dieser Entscheidungssituation. Keines der beiden Unternehmen kann seinen Auszahlungsbetrag durch einseitiges Abweichen verbessern, solange das andere Unternehmen an seiner Strategie festhält. Die Gleichgewichtslösung ($\overline{E}_A$, $\overline{E}_B$) ist jedoch nicht Pareto-effizient (Erklärung unter 4.2.3). Denn würden beide Unternehmen in die Abwasserreinigungsanlagen investieren, könnten beide von der verbesserten Wasserqualität profitieren und

¹⁹⁹ Vgl. Nida-Rümelin, J., & Kern, L. (1994), S. 205 f.

²⁰⁰ Eigene Darstellung, vgl. Nida-Rümelin, J., & Kern, L. (1994), S. 206

²⁰¹ Vgl. Nida-Rümelin, J., & Kern, L. (1994), S. 205 f.

die bestehenden Reinigungsverfahren im Einspeisungsprozess abschaffen. Somit könnten beide Unternehmen eine Pareto-Verbesserung erzielen. Die Pareto-effiziente Lösung (E_A, E_B) ist aber kein Gleichgewicht des Spiels. Könnten sich beide Unternehmen abstimmen, würden sie wohl vereinbaren, gemeinsam zu investieren. Dennoch bestünde für jedes Unternehmen der Anreiz, sich nicht an diese Absprache zu halten und auf die Investition des anderen zu vertrauen, um die eigenen Kosten zu vermeiden. Da beide Unternehmen diesem Anreiz unterliegen, landen sie trotz einer möglichen Einigung in der kollektiv schlechtesten Situation. Gemeint ist damit der beidseitige Investitionsverzicht mit einem Auszahlungsbetrag von $\langle 0,0 \rangle$, anstatt den gemeinsam erreichbaren positiven Nettovorteil zu realisieren. Hierin besteht das beschriebene Gefangenendilemma. Bedeutsam ist an dieser Situation somit die Tatsache, dass das Pareto-effiziente Resultat kein Nash-Gleichgewicht ist. Die individuell rationale Entscheidung beider Unternehmen führt zu einem kollektiv suboptimalen Ergebnis, ein Befund, der exemplarisch für eine Vielzahl ökonomischer Situationen steht, in denen die Bereitstellung öffentlicher Güter an der Nicht-Ausschließbarkeit scheitert.²⁰²

Wie im Folgenden unter 4.3 gezeigt wird, kann sich die kooperative Lösung jedoch dann etablieren, wenn die Unternehmen wiederholt miteinander interagieren, da in diesem Fall die langfristigen Kooperationsgewinne den kurzfristigen Anreiz zur Defektion überwiegen können. Zunächst wird jedoch eine begriffliche Schärfung des Nash-Gleichgewichts und dem Begriff der Pareto-Effizienz vorgenommen.

4.2.2 Nash-Gleichgewichte

„A Nash equilibrium is a profile of strategies such that each player’s strategy is an optimal response to the other players’ strategies.“²⁰³ Verständlicher wird die eingeführte Begrifflichkeit des Nash-Gleichgewichts anhand eines praktischen Beispiels.

		Frau	
		Kino	Fußball
Mann	Kino	2, 3	1, 1
	Fußball	1, 1	3, 2

Abbildung 11: Battle of the Sexes²⁰⁴

²⁰² Vgl. Riechmann, T. (2010), S. 42 f.

²⁰³ Vgl. Fudenberg, D. & Tirole, J. (2002), S. 11

²⁰⁴ Vgl. Riechmann, T. (2010), S. 33

Viele Spiele weisen mehrere Nash-Gleichgewichte auf. In diesem Fall beruht die Annahme, dass ein Nash-Gleichgewicht erreicht wird, auf einem Mechanismus oder Prozess, der alle Spieler dazu veranlasst, dasselbe Gleichgewicht zu erwarten. Ein bekanntes Beispiel für ein Spiel mit mehreren Gleichgewichten ist der „Kampf der Geschlechter“, dargestellt in Abbildung 11. Es zeigt sich die Situation, dass zwei Spieler gemeinsam eine Veranstaltung besuchen möchten, sich aber uneinig sind, welche Veranstaltung sie besuchen möchten.²⁰⁵ Der männliche Spieler verfügt über eine Präferenzordnung, die den gemeinsamen Besuch eines Fußballspiels mit seiner Partnerin am höchsten bewertet (Nutzenwert: 3), gefolgt von einem gemeinsamen Kinobesuch (Nutzenwert: 2), während das alleinige Unternehmen einer Aktivität den geringsten Nutzen stiftet (Nutzenwert: 1). Die weibliche Spielerin weist eine komplementäre, jedoch nicht identische Präferenzordnung auf. Sie präferiert den gemeinsamen Kinobesuch (Nutzenwert: 3) vor dem gemeinsamen Fußballspiel (Nutzenwert: 2), wohingegen sie eine Aktivität ohne ihren Partner ebenfalls am geringsten bewertet (Nutzenwert: 1). Da für den männlichen Akteur keine dominant überlegene Strategie existiert, das heißt, keine Handlungsoption, die unabhängig von der Entscheidung der Partnerin stets die nutzenmaximierende Antwort darstellt, bedarf es einer Analyse der wechselseitig besten Antwort. Unter der Annahme, die weibliche Spielerin treffe ihre Entscheidung zuerst, erweist sich für ihren Partner jeweils diejenige Strategie als beste Antwort, die der gewählten Strategie der Partnerin entspricht. Wählt die weibliche Akteurin die Option „Kino“, ist es für den männlichen Akteur nutzenoptimal, ebenfalls „Kino“ zu wählen. Entscheidet sich der männliche Spieler in umgekehrter Reihenfolge zuerst für „Kino“, wählt seine Partnerin ebenfalls „Kino“. Die Strategien beider Akteure sind damit wechselseitig beste Antworten aufeinander und stellen damit ein strategisches Gleichgewicht dar. Das resultierende Strategiepaar (Kino, Kino) erfüllt die Definition des Nash-Gleichgewichts, da kein Spieler seinen Nutzen durch einseitige Abweichung von seiner gewählten Strategie steigern kann, sofern die Strategie des jeweils anderen unverändert bleibt. Eine konzeptionelle Einschränkung des Nash-Gleichgewichts besteht in dessen potenzieller Nicht-Eindeutigkeit. Eine gegebene strategische Situation kann mehrere Nash-Gleichgewichte aufweisen, was die Vorhersagekraft des Konzepts erheblich einschränkt, da offenbleibt, auf welches Gleichgewicht die Akteure in der Praxis koordinieren werden. Im beschriebenen Beispiel stellt auch das Strategiepaar (Fußball, Fußball) ein Nash-Gleichgewicht dar, da auch hier keine der beiden Parteien einen Anreiz zur einseitigen Abweichung hat.²⁰⁶ Das Nash-Gleichgewicht zeichnet sich dadurch aus, dass es ausschließlich aus wechselseitig besten Antworten der beteiligten Akteure besteht. In einem

²⁰⁵ Vgl. Fudenberg, D. & Tirole, J. (2002), S. 18

²⁰⁶ Vgl. Riechmann, T. (2010), S. 33 f.

solchen Gleichgewichtszustand fehlt jedem Spieler der Anreiz zur einseitigen Strategieänderung, solange die übrigen Akteure ihre Strategien unverändert beibehalten. Im betrachteten Beispiel erfüllt das Strategiepaar (Kino, Kino) diese Bedingung: Weder der männliche noch der weibliche Akteur kann seinen individuellen Nutzen durch unilaterales Abweichen von der gleichgewichtigen Strategie steigern, sofern der jeweils andere an seiner Wahl festhält. Das Nash-Gleichgewicht ist folglich definiert als ein Strategieprofil, in dem kein Akteur durch einseitige Deviation eine Nutzensteigerung erzielen kann.²⁰⁷

4.2.3 Pareto-Effizienz

Im Folgenden wird aufgezeigt, dass ein Spiel unter Umständen mehrere Nash-Gleichgewichte aufweisen kann. Damit stellt sich die zentrale Frage der Gleichgewichtsselektion, die fragt, welches dieser Gleichgewichte in der Praxis tatsächlich zustande kommt. Ein mögliches Kriterium zur Auswahl zwischen alternativen Gleichgewichten bietet das Konzept der Pareto-Effizienz. Zwei Unternehmen planen, dem Markt neue Produkte im Bereich der Verteidigungstechnologie anzubieten. Zur Auswahl steht das Rapid Support-System (RS), sowie das Tactical Support-System (TS). Aufgrund erwarteter Skaleneffekte durch die Marktdominanz eines Systems ist es vorteilhaft, wenn beide Hersteller dasselbe System wählen und ihre Strategien koordinieren.²⁰⁸

		Firma B	
		RS	TS
Firma A	RS	1, 1	-1, -1
	TS	-1, -1	2, 2

Abbildung 12: Koordinationsspiel zur Darstellung der Pareto-Effizienz²⁰⁹

Nash-Gleichgewichte bestehen in den Strategiekombinationen (RS, RS) und (TS, TS). Hier stellt sich die Frage der Gleichgewichtsselektion: Welches dieser Gleichgewichte wird tatsächlich erreicht? Ohne zusätzliche Informationen lässt sich dies plausibel vorhersagen, da beide Unternehmen ein Interesse an der Gewinnmaximierung haben. Die Kombination (TS, TS) führt für beide Spieler zu höheren Auszahlungen als (RS, RS), weshalb davon auszugehen ist, dass (TS, TS) realisiert wird. Von zentraler Bedeutung ist hier das Konzept der Pareto-Verbesserung und der Pareto-Effizienz. Ausgehend von (RS, RS) stellt der Übergang zu (TS, TS) eine

²⁰⁷ Vgl. Riechmann, T. (2010), S. 35

²⁰⁸ Vgl. ebd., S. 35 f.

²⁰⁹ Vgl. ebd., S. 36

Pareto-Verbesserung dar, da beide Spieler bessergestellt sind. Eine Pareto-Verbesserung liegt vor, wenn eine Strategieänderung mindestens einen Spieler besserstellt, ohne einen anderen schlechter zu stellen. Strategieprofile, von denen aus keine weiteren Pareto-Verbesserungen möglich sind, gelten als pareto-effizient. Im vorliegenden Spiel ist (TS, TS) die einzige pareto-effiziente Strategienkombination. Es ist zu erwarten, dass die Koordination auf das für beide Spieler beste Profil (TS, TS) zuläuft. Ein solches eindeutig pareto-effizientes Nash-Gleichgewicht wird als pareto-perfekt bezeichnet.²¹⁰

4.4 Kooperationsschwelle

Menschen erleben ihre moralischen Verpflichtungen mitunter als Konfliktpunkt zwischen ihren Sorgen um die Interessen anderer und ihren eigenen Interessen.²¹¹ Wie sollen sie sich in einer Dilemmasituation verhalten? Wie können sie diese auflösen? Klassischerweise argumentiert die Spieltheorie in zwei Richtungen. Um sich aus der Logik individueller Rationalität zu lösen, bedarf es vor allem eines Formats gegenseitiger Koordination. Darüber hinaus ist die Herausbildung von Vertrauen zwischen den Akteuren eine notwendige Voraussetzung dafür, dass die nicht-dominante Strategie der Kooperation gewählt werden kann. Die Spieler müssen eine hinreichende Gewissheit haben, dass eine eigene Abweichung von der dominanten Strategie durch eine entsprechende Abweichung des Gegenübers erwidert wird. Während das Kooperationsproblem durch direkte Abstimmung vergleichsweise unkompliziert gelöst werden kann, erweist sich das Vertrauensproblem als anspruchsvoller. Eine effektive Lösung setzt voraus, dass getroffene Vereinbarungen durch Sanktionsmechanismen durchsetzbar sind, sodass opportunistisches Abweichen unterbunden wird. Alternativ können auch positive Anreizstrukturen kooperatives Verhalten begünstigen.²¹²

Aus einer kantianischen Perspektive würde ein solches Handeln das Verständnis der inneren Triebfeder und damit dem Handeln aus Pflicht nicht gerecht werden. In einer spieltheoretischen Umgebung lässt sich der kategorische Imperativ am Universalisierungstest ausrichten und so formulieren, dass ein Spieler stets jene Strategie wählen sollte, deren universelle Anwendung durch alle Spieler prinzipiell gewollt werden kann. Diese Formulierung lässt sich auf jede beliebige Gefangenendilemma-Situationen übertragen, in der Spieler über jeweils zwei Handlungsstrategien verfügen. Auf dem Standpunkt der Moralität muss ein Individuum verallgemeinerbare Strategien dabei gerade deshalb wählen, weil sie verallgemeinerbar sind, nicht aus strategischem Kalkül. Darüber hinaus können nur effiziente Spielergebnisse können

²¹⁰ Vgl. Riechmann, T. (2010), S. 36

²¹¹ Vgl. Hausman, D. M., McPherson, M. S., & Satz, D. (2017), S. 78

²¹² Vgl. Nida-Rümelin, J., & Kern, L. (1994), S. 202 f.

vernünftigerweise gewollt werden, während ineffiziente Ergebnisse als Gegenstand eines rationalen Willens ausscheiden. Wird die „Verallgemeinerbarkeit“ als diejenige Eigenschaft von Strategien definiert, die dem Kategorischen Imperativ genügen, so folgt unmittelbar, dass die Menge der verallgemeinerbaren Strategien mit der Menge der kooperativen Strategien zusammenfällt. Defektive Strategien führen bei universeller Wahl stets zu ineffizienten Ergebnissen, während kooperative Strategien bei allgemeiner Anwendung Pareto-effiziente Resultate erzeugen. Die kooperativen Strategien sind moralisch geboten. Um diese Kantische Intention innerhalb eines spieltheoretischen Rahmens zu rekonstruieren, wird neben der natürlichen Nutzenfunktion eine moralische Nutzenfunktion eingeführt, die jeder Strategiekombination einen Wert unter dem Gesichtspunkt der Moral zuordnet. Dieser moralische Wert hängt ausschließlich davon ab, ob der betreffende Spieler kooperiert oder defektiert, und zwar unabhängig vom Verhalten der übrigen Akteure. Das moralische Urteil über eine Strategiekombination wird damit vollständig durch die eigene Handlungswahl determiniert, was die Unabhängigkeit des moralischen Urteils von Konsequenzen, spieltheoretisch abbildet.²¹³

Kooperation kann unter der Bedingung ein Gleichgewicht erzeugen, dass die beteiligten Akteure ein hinreichendes Maß an moralischer Orientierung aufweisen. Die Präferenzstruktur eines Spielers lässt sich dabei durch eine zusammengesetzte Nutzenfunktion abbilden, die sowohl natürliche als auch moralische Präferenzen integriert. Um den Standpunkt der Moralität im Sinne Kants spieltheoretisch zu rekonstruieren, sind drei Schritte erforderlich. Erstens wird neben der natürlichen Nutzenfunktion eine moralische Nutzenfunktion eingeführt, die jeder Strategiekombination einen moralischen Wert zuweist, unabhängig vom Verhalten der anderen Spieler. Zweitens spiegelt die empirische Alltagserfahrung wider, dass Individuen stets zwischen natürlichen Neigungen und moralischen Wertmaßstäben abwägen. Der handlungsleitende effektive Wert ergibt sich daher als individuell und situativ gewichtete Kombination beider Funktionen. Drittens lässt sich nach Festlegung einer Normierung ein Moralitätskoeffizient definieren, der den Grad der moralischen Handlungsorientierung eines Spielers quantifiziert. Im Sinne Kants befindet sich ein Individuum genau dann vollständig auf dem Standpunkt der Moralität, wenn dieser Koeffizient den Wert 1 annimmt. Hier fällt der effektive Wert eines Handlungsergebnisses mit dessen moralischem Wert zusammen.²¹⁴

In diesem Zusammenhang lässt sich der homo moralis konstruieren, ein Gegenentwurf zum Homo Oeconomicus. Der homo moralis zeichnet sich durch eine zusammengesetzte Nutzenfunktion aus, die einen selbstbezogenen und einen moralischen Anteil kombiniert, wobei ein

²¹³ Vgl. Hegselmann, R. (1988), S. 12 f.

²¹⁴ Vgl. ebd., S. 13 f.

Koeffizient den Grad moralischer Handlungsorientierung quantifiziert. Dieser Koeffizient entspricht formal exakt dem eingeführten Moralitätskoeffizienten. Nimmt er den Maximalwert an, entfällt der selbstbezogene Anteil vollständig, und der Akteur wählt ausschließlich jene Strategie, die, wenn sie von allen Spielern angewendet würde, den höchsten Payoff erzeugte. Dies entspricht dem Universalisierungsgedanken des kategorischen Imperativs.²¹⁵

Die bisherige Argumentation des vierten Kapitels hat sich vor allem mit der unter 4.2.1 eingeführten 2 x 2 Matrix des Gefangenendilemmas auseinandergesetzt. Wird diese Perspektive jedoch auf eine Konstellation erweitert, in der mehr als zwei Unternehmen miteinander interagieren wird eine kooperative Strategie bereits dann vorteilhaft, wenn ein hinreichend großer Anteil der übrigen Marktteilnehmer kooperativ handelt. Es bedarf somit keiner Einstimmigkeit mehr, wie im Kontext der 2 x 2 Matrix. Aus diesem Zusammenhang ergibt sich das Konzept der Kooperationsschwelle, die denjenigen Mindestanteil anderer Unternehmen bezeichnet, ab dem ein Unternehmen durch eigene Kooperation nicht schlechter gestellt wird als im Nash-Gleichgewicht allseitiger Defektion. Praktische Beispiele hierfür umfassen freiwillige Nachhaltigkeitsvereinbarungen, selbst auferlegte Umweltauflagen oder nicht gesetzlich vorgeschriebene Berichterstattungspflichten.²¹⁶ In diesem Zusammenhang bezeichnet der Moralitätsspielraum den Freiheitsraum, innerhalb dessen ein Unternehmen kooperieren kann, ohne sich wirtschaftlich zu schädigen. In diesem Bereich ist das Schutzmotiv der Defektion, da das Unternehmen nicht damit rechnen muss, von anderen ausgebeutet zu werden. Zwei Extremfälle markieren seine Grenzen: Ist die Kooperationsschwelle maximal hoch, schrumpft er auf null, und bereits das Ausscheren eines einzigen Akteurs führt zur Ausbeutung aller Kooperierenden. Besteht hingegen keinerlei Abhängigkeit von anderen, etwa bei unverbindlichen Absichtserklärungen, ist er maximal. Mit wachsender Marktgröße sinkt die Kooperationsschwelle und der Moralitätsspielraum weitet sich aus.²¹⁷

Sobald der Wettbewerb als Dilemma zwischen mehr als zwei Unternehmen modelliert wird, eröffnen sich Zwischenlösungen, die im klassischen Modell nicht darstellbar sind. Der entscheidende Schlüssel liegt dabei in der Frage, aus welchem Motiv heraus ein Unternehmen überhaupt defektieren würde. Hier sind zwei grundverschiedene Motive zu unterscheiden. Bei einem Free-Riding-Motiv, dann kann sich ein Unternehmen moralisches Verhalten nicht leisten. Denn moralisches Handeln bedeutet in diesem Fall stets den Verzicht auf die gewinnmaximierende Option, was unweigerlich Opportunitätskosten erzeugt. Genau darin besteht der klassische und viel zitierte Konflikt zwischen Gewinn und Moral. Anders verhält es sich bei dem bereits

²¹⁵ Vgl. Alger, I., & Weibull, J. W. (2013), S. 2276

²¹⁶ Vgl. Müller, C. (2022), S. 240 f.

²¹⁷ Vgl. ebd., S. 242

beschriebenen Schutzmotiv der Defektion. Damit ist gemeint, ob und inwieweit Unternehmen durch die eigene Kooperation konkret geschädigt werden, verglichen mit der Situation, in der alle defektieren. Aus dieser Perspektive ist Kooperation keineswegs unter allen Umständen selbstschädigend. Wie stark oder schwach das Selbstschädigungsrisiko ausfällt, hängt maßgeblich davon ab, wie viele Mitbewerber ebenfalls kooperieren. Abschließend ist festzustellen, dass selbst wenn ein Wettbewerbsspiel nur ein einziges Mal gespielt wird, ist die moralisch motivierte Wahl der kooperativen nicht zwingend selbstschädigend. Die verbreitete Annahme, Moral und Wettbewerb seien strukturell unvereinbar, erweist sich damit als unzureichend, nicht als Eigenschaft realer Märkte.²¹⁸

4.5 Zusammenfassung des Hauptkapitels 4

Das vierte Kapitel überführt das in den Vorgängerkapiteln hergeleitete Spannungsfeld zwischen Gewinnmaximierung und Moral in ein formales spieltheoretisches Modell. Ausgangspunkt ist die Frage, warum selbst moralisch motivierte Akteure unter Wettbewerbsbedingungen systematisch zu unkooperativem Verhalten neigen. Zunächst wird das 2-Personen-Gefangenendilemma eingeführt, indem eine Anknüpfung an den Klimabezug des Kapitels 2.1 vorgenommen wird. Beide Spieler könnten durch Kooperation ein Pareto-effizientes Ergebnis erreichen. Jedoch entscheiden sich die Akteure unabhängig voneinander die dominante Strategie der Defektion zu wählen, da diese unabhängig vom Verhalten des Gegenübers den höheren individuellen Payoff verspricht. Im Anschluss werden die Konzepte Nash-Gleichgewicht und Pareto-Effizienz begrifflich geschärft. Ein abschließender Befund des Kapitels ist die Kooperationsschwelle (Abschnitt 4.4). Kantianische Akteure fragen nicht nach der individuell besten Antwort, sondern nach der universalisierbaren Strategie, im Sinne des kategorischen Imperativs. Vollständige Kooperation entsteht nur, wenn der Nutzen einseitigen Verrats eine bestimmte Schwelle nicht überschreitet.

Aufbauend auf der geleisteten spieltheoretischen Einleitung entwickelt das fünfte Kapitel mithilfe einer semi-systematischen Literaturanalyse die Forschungsperspektive, ob kantianische Prinzipien das Gefangenendilemma in der wirtschaftlichen Praxis tatsächlich überwinden können. Besonders im Fokus steht dabei die Frage, wie kantianische Prinzipien und die Kooperation im Gefangenendilemma theoretisch zusammenwirken, unter anderem anhand von Erkenntnissen zu Steuervermeidung, Lieferketten und Lobbying.

²¹⁸ Vgl. Müller, C. (2022), S. 242 f.

5 Semi-Systematischen Literaturrecherche

Theoretische Konstruktionen erreichen eine zufriedenstellende Glaubwürdigkeit erst in der kritischen Auseinandersetzung mit dem bestehenden Forschungsstand. Die vorangegangenen Kapitel haben eine interdisziplinäre Argumentationslinie aufgebaut. Es stellt sich nun die Frage, wie sich dieses theoretische Gefüge zur akademischen Debatte verhält. Wo bestätigt die Literatur die entwickelten Argumentationslinien, wo werden diese infrage gestellt? Das fünfte Kapitel verfolgt dieses durch eine methodisch kontrollierte und thematisch fokussierte Analyse, die gezielt auf die drei leitenden Forschungsfragen der Arbeit ausgerichtet ist. Die semi-systematische Methodik ermöglicht dabei eine flexible Synthese heterogener theoretischer Perspektiven. Ihre Ergebnisse sollen zeigen, inwiefern die kantianische Wirtschaftsethik in der Forschungsgemeinschaft als tragfähige Grundlage unternehmerischen Handelns anerkannt wird und welche Implikationen sich daraus für die abschließende Synthese in der Conclusio ergeben.

5.1 Datenanalyse

Der zentrale Erkenntnisgewinn der vorliegenden Arbeit wird in den folgenden Unterkapiteln auf Basis eines semi-systematischen Ansatzes der Literaturrecherche erarbeitet. Ziel ist es, den Forschungsstand zu den zentralen Fragestellungen nachvollziehbar und theoriegeleitet darzustellen, ohne den Anspruch einer vollständig systematischen Literaturübersicht zu erheben. Die Analyse dient dazu, den Beitrag der kantischen Ethik, insbesondere des kategorischen Imperativs, zur wirtschaftsethischen Diskussion zu identifizieren. Dazu wird ein iterativer Prozess aus induktiver und deduktiver Auswertung angewandt, in dem das vorliegende Material fortlaufend überprüft, verdichtet und kontextualisiert wird. Die Literatursauswahl erfolgte über das unter 1.3 eingeführte zweistufige Screening (Titel–Abstract–Volltext) und wurde in einer Excel-Matrix dokumentiert.

Die Literaturrecherche orientiert sich an drei konzeptionellen Schwerpunkten der Arbeit: (i) Unternehmensverhalten im Wettbewerb und Profitmaximierung, (ii) moralische bzw. kantische Pflichten sowie (iii) spieltheoretische Modellierungen von Kooperation und Konflikt, insbesondere im Rahmen des Gefangenendilemmas. Eine umfassende empirische Überprüfung verschiedener Märkte oder Branchen bleibt dabei bewusst ausgeschlossen. Stattdessen wird ein theoretisch wohldefiniertes Modell als Analyse- und Diskussionsrahmen verwendet.

Zur Klärung des ethischen Bezugsrahmens wird in Kapitel 5.2 zunächst die Anwendung kantischer Ethik auf Bereiche wie Unternehmensverantwortung, Markt- und Wettbewerbsbeziehungen, Arbeitsverhältnisse, Steuerethik und Corporate Governance untersucht. Im Mittelpunkt stehen dabei die Leitbegriffe Menschenwürde, Autonomie, Pflichtbindung, Rechtsförmigkeit

und Nicht-Instrumentalisierung, die als normative Referenzdimensionen dienen, um die analysierten Beiträge systematisch zu vergleichen.

Aufbauend darauf wird im zweiten Teil die kantische Ethik in spieltheoretische Modelle integriert, um die Spannungsfelder zwischen moralischer Rationalität und eigennutzorientierter Strategie offenzulegen. Während klassische Gleichgewichte, etwa das Nash-Gleichgewicht, in Dilemmata wie dem Prisoner's Dilemma zu ineffizienten Ergebnissen führen, bietet das Konzept eines „kantianischen Gleichgewichts“ einen alternativen Bezugsrahmen. Akteure handeln universalisierbar, wodurch potenziell Pareto-effizientere, jedoch nicht zwingend kooperative Lösungen entstehen. In diesem Kontext wird untersucht, inwiefern „kantianische Spielstrategien“, Regeln die moralisch gerechtfertigtes kooperatives Verhalten systematisch beschreiben, geeignet sind, um das theoretisch modellierte Spannungsfeld zwischen Profitmaximierung und Moral zu überwinden. Die Analyse verdeutlicht, dass die Debatte kein geschlossenes Modell, sondern ein dynamisches Spannungsfeld zwischen kooperativer Rationalität und kantianischer Ethik abbildet.

5.2 Kant in der Wirtschaft

Das wissenschaftliche Fundament der vorangegangenen Kapitel bereitet die Grundlage für einen zentralen Erkenntnisgewinn der vorliegenden Arbeit, da eine Brücke zwischen normativer Theorie und wirtschaftlicher Praxis ermöglicht wird. Kantische Ethik erscheint damit als anspruchsvoller Maßstab, der ökonomisches Handeln aktiv reflektiert. In diesem Erkenntniszusammenhang ist die Frage nach den moralischen Prinzipien Kant's prioritär zu behandeln. Aufbauend drauf kann der moralische Status von Unternehmen festgelegt und daraus praktische Implikationen, im Sinne der kantianischen Pflichtenethik, beispielsweise für Markt-, Arbeits- und Steuer-Kontexte abgeleitet werden. Für die vorliegende Arbeit ist dabei zentral, dass kantische Ethik die Erzielung von Profiten nicht grundsätzlich ablehnt, sondern als moralischer Maßstab fungiert, der Profit nur dann akzeptiert, wenn er mit Achtung der kantianischen Prinzipien erreicht wird.

In der Unternehmenspraxis lässt sich beobachten, dass Organisationen zunehmend Verhaltenskodizes und ethische Standards implementieren, die sich auf moralische Prinzipien als Orientierungsgrundlage für interne Stakeholder stützen. Dies wirft die grundlegende Frage auf, ob ein effektives moralisches Urteilsvermögen im wirtschaftlichen Kontext auf einem kohärenten Set moralischer Prinzipien fundieren kann. Ein prominenter Einwand gegen prinzipienbasierte Moralkonzeptionen und insbesondere gegen die kantianische Moralphilosophie besteht in der

Kritik an deren Konzentration auf generalisierende Normen zur Handlungsorientierung in konkreten Entscheidungssituationen.²¹⁹

Die Befürchtung lautet, dass jede Berufung auf moralische Prinzipien das ethische Denken in ein System verallgemeinerter Vorschriften und standardisierter Entscheidungsverfahren überführt, dass eine künstliche Einheitlichkeit moralischer Urteile über unterschiedliche Fallkonstellationen hinweg erzwingt. Prinzipienbasierte Formen moralischer Urteilsbildung erweisen sich demnach lediglich als unvollständige Handlungsleitlinien für konkrete Entscheidungssituationen. Als abstrakte Aussagen über allgemeine moralische Verpflichtungen bieten sie nur begrenzte praktische Orientierung, wenn Akteure mit komplexen Problemen unter neuartigen Rahmenbedingungen konfrontiert werden. Damit sind sie nicht in der Lage handlungsleitende Antworten auf situationsspezifische ethische Fragen anzubieten. Darüber hinaus wird eingewandt, dass moralische Prinzipien als solche konzeptuell nicht existieren, da sie auf einem fehlerhaften Verständnis davon beruhen, wie Akteure über moralische Probleme nachdenken.²²⁰

Diese Einwände gegen prinzipienbasierte Moralkonzeptionen beruhen jedoch auf einem grundlegenden Missverständnis der Funktion von Abstraktion im moralischen Urteilsprozess. Denn moralische Prinzipien sind nicht dazu konzipiert, Entscheidungen in konkreten Einzelfällen vorgefertigt zu determinieren. Der generalisierende Charakter moralischer Prinzipien ist nicht als Schwäche, sondern als konstitutives Merkmal ihrer Funktion zu verstehen. Prinzipien klammern bewusst situationsspezifische Details aus, um jene übergeordneten Faktoren zu identifizieren, die ein gemeinsames moralisches Weltbild strukturieren.²²¹ Darüber hinaus erfüllen abstrakte Prinzipien eine unverzichtbare Funktion: Sie schärfen die moralische Wahrnehmung und sensibilisieren Akteure für ethisch relevante Merkmale konkreter Situationen.²²² Das alleinige Erfassen situativer Umstände reicht für ein angemessenes moralisches Urteil nicht aus, denn zwei Akteure können eine Situation identisch beschreiben und dennoch zu divergierenden Handlungsschlüssen gelangen²²³. Kontextuelle Wahrnehmung allein liefert daher keine hinreichende Grundlage moralischer Urteile. Die kritisierte vermeintliche Unfähigkeit von Prinzipien, in Abwesenheit kontextueller Informationen eine eindeutige Handlungsanweisung zu generieren, bedeutet lediglich, dass abstrakte Informationen im Lichte konkreter Umstände rekontextualisiert werden müssen. Selbst wenn Prinzipien in bestimmten Situationen durch andere moralische Erwägungen zurückgedrängt oder modifiziert werden, bleibt ihre praktische

²¹⁹ Vgl. Smith, J., & Dubbink, W. (2011), S. 205 f.

²²⁰ Vgl. ebd., S. 207

²²¹ Vgl. ebd., S. 216 f.

²²² Vgl. ebd., S. 218

²²³ Vgl. ebd., S. 217

Wirkkraft bestehen. Der Akteur ist weiterhin verpflichtet, die Geltung des Prinzips anzuerkennen und sein Abweichen davon zu begründen.²²⁴

Kant unterscheidet grundlegend zwei kognitive Momente in der moralischen Auseinandersetzung. Im ersten Moment reflektiert der Akteur über allgemeine moralische Prinzipien als solche, also über jene Ziele und Beschränkungen des Handelns, die jeder vernunftbegabte Akteur notwendigerweise befürworten würde. Im zweiten Moment geht es um die Anwendung dieser Prinzipien auf konkrete Handlungen und somit darum, was diese allgemeinen Anforderungen in einer bestimmten Situation konkret verlangen. Dieser Unterschied entspricht dem, was zeitgenössische Kantianer als Rechtfertigende versus anwendende Prinzipien bezeichnen.²²⁵

Wie bereits im Verlauf der vorliegenden Arbeit hergeleitet werden konnte, entscheidet bei der Universalgesetzformel des kategorischen Imperativs nicht das Ergebnis der Handlung, sondern allein die Natur und Ausrichtung des Willens, der der Handlung zugrunde liegt. Moralischer Wert entsteht also aus der Qualität der Maxime selbst, nicht aus ihren Konsequenzen. Die Selbstzweckformel offeriert dem Akteur einen weiten Handlungsspielraum, solange er die Humanität, die vernünftige Handlungsfähigkeit anderer, grundlegend respektiert. Die Formel konzentriert sich damit auf die motivationale Grundlage einer Handlung, nicht auf deren äußere Form.²²⁶ Beiden Formeln liegt die Konsequenz zugrunde, dass allgemeine moralische Prinzipien notwendigerweise unter Abstraktion von konkreten situativen Details, wie Psychologie, soziale Bindungen oder kontingente Umstände, formuliert werden müssen. Prinzipien bestimmen daher nicht, was in einem konkreten Fall zu tun ist, sondern identifizieren, welche allgemeinen Arten des Wollens moralischen Wert besitzen oder nicht, sofern die rationale Handlungsfähigkeit anderer respektiert wird. Ihre Anwendung auf spezifische Situationen erfordert stets den kreativen Einsatz von Urteilsvermögen.²²⁷ Im Zusammenhang mit den dargestellten Formeln des kategorischen Imperativs fordert die kantianische Moralphilosophie den handelnden Akteur auf, eine Handlung immer aus moralischer Überzeugung und ohne Rücksicht auf externe Konsequenzen auszuführen.

Eine Übertragung der Anwendung des kategorischen Imperativs auf wirtschaftliche Zusammenhänge ist vor allem mit Norman E. Bowie verbunden²²⁸, dessen „Principles of a Moral Firm“ bereits unter 3.3 eingeführt wurden.²²⁹

²²⁴ Vgl. Smith, J., & Dubbink, W. (2011), S. 219 f.

²²⁵ Vgl. ebd., S. 208

²²⁶ Vgl. ebd., S. 209

²²⁷ Vgl. ebd., S. 209 f.

²²⁸ Vgl. Vignini, S., & Rusconi, G. (2023), S. 28

²²⁹ Vgl. Bowie, N.E. (2017), S. 84

Sobald eine Handlung allein durch Eigeninteresse oder wirtschaftlichen Nutzen geleitet wird, verliert es seinen moralischen Charakter, auch wenn es äußerlich den Anschein ethischer Konformität erweckt. Ein etwaiger ökonomischer Vorteil ist damit nicht illegitim, verbleibt aber als Nebenprodukt und darf die Handlung nicht begründen. Dieses Argument ist mit dem unter 3.3 diskutierten Paradox of Profits vergleichbar. Unternehmerische Verantwortung ist folglich nicht als strategisches Instrument zu begreifen, sondern als kategorische Verpflichtung, die ihren Geltungsanspruch unabhängig von Marktbedingungen, regulatorischen Lücken oder wettbewerblichen Kalkülen behauptet. Gerade in Kontexten unvollständiger Rechtsdurchsetzung oder im Angesicht von Greenwashing, erweist sich diese Anforderung als besonders hilfreich, da hier die strukturellen Anreize zur Instrumentalisierung ethischer Diskurse besonders ausgeprägt sind.²³⁰ Auch bei erklärter ethischer Ausrichtung neigen Unternehmen dazu, Eigeninteressen gegenüber denen anderer Stakeholder zu priorisieren. Diese Erkenntnis wurde bereits unter 2.1 eingeführt. Beispielsweise hat General Electric gezeigt, wie gesetzliche Anforderungen auf eine reine Profitabilitätsfrage reduziert werden können. Verstöße gegen Umweltschutz-, Arbeitsschutz- und Werbevorschriften wurden systematisch anhand einer Kosten-Nutzen-Kalkulation abgewogen, bei der der erwartete Gewinn aus der illegalen Aktivität der Höhe der drohenden Strafe unter Einbeziehung der Entdeckungswahrscheinlichkeit gegenübergestellt wurde. Ein weiteres Beispiel bietet das italienische Unternehmen Benetton. Obwohl das Unternehmen 1994 einen Ethikkodex verabschiedete und eine öffentlichkeitswirksame Kampagne gegen Arbeitsausbeutung lanciert hatte, wurde es 1998 beschuldigt, in einer türkischen Zulieferfabrik Kinderarbeit geduldet zu haben. Ein Hinweis auf das strukturelle Problem einer Ethikverantwortung, die an die Lieferkette externalisiert wird. Diese beispielhaften Fälle illustrieren ein wiederkehrendes Muster: die Diskrepanz zwischen der formalen Übernahme ethischer Standards, in Gestalt von Ethikkodizes, Nachhaltigkeitsberichten oder öffentlichen Bekenntnissen, und dem tatsächlichen unternehmerischen Handeln. Aus kantischer Perspektive offenbaren sie, dass scheinbar ethisches Verhalten häufig nicht aus moralischer Überzeugung, sondern aus Kalkül resultiert und damit nicht dem kategorischen Imperativ genügt. Kantische Moralphilosophie kann einen Beitrag zu einer Fundierung leisten, die über das nach außen kommunizierte Bild hinausgeht und eine intrinsisch motivierte Verantwortungsübernahme einfordert, denn die Gefahr von Gaslighting und Greenwashing bleibt allgegenwärtig.²³¹

An dieser Stelle wird ein entscheidender Punkt deutlich: Wie ist der moralische Statut von Unternehmen überhaupt zu bewerten? Können Unternehmen als kantianisch motivierte

²³⁰ Vgl. Vignini, S., & Rusconi, G. (2023), S. 29 f.

²³¹ Vgl. ebd., S. 30 - 32

moralische Akteure gelten, ohne ihnen dieselben Schutzrechte, wie einer Person zuzuerkennen? Zentral ist in diesem Zusammenhang, dass die menschliche Vulnerabilität für Unternehmen nicht gelten kann, sondern Unternehmen in ihren Merkmalen als zweckhaft konstituierte Vereinigungen von Menschen bewertet werden muss.²³² Ein Unternehmen agiert nur als Kantischer moralischer Akteur, wenn seine Schlüsselmitglieder prinzipiengeleitete moralische Verpflichtungen verstehen und als unternehmensweite Gründe etablieren können, für die alle Mitglieder rechenschaftspflichtig sind. Dabei ist zwischen zwei Graden moralischer Autonomie zu unterscheiden: der ursprünglichen Autonomie natürlicher Personen, die nach Kant vernunftgeleitet ist, und der abgeleiteten Autonomie von Unternehmen, die vollständig von den moralischen und kooperativen Fähigkeiten ihrer Mitglieder abhängt. Die moralische Handlungsfähigkeit eines Unternehmens ist damit keine originäre Eigenschaft, sondern eine strukturelle Errungenschaft. Die Organisationsstrukturen und die Unternehmenskultur ermöglichen moralische Handlungen, sodass moralische Prinzipien als kollektiv verbindliche Gründe verankert werden können. Da diese Fähigkeit eine Gruppenleistung der Mitarbeiter eines Unternehmens darstellt, kann moralisch vorbildlichen Unternehmen eine moralische Wertschätzung zu gesprochen werden, gebunden an konkrete moralische Leistungen.²³³ Unternehmen sind damit zweckorientierte Kooperationsgebilde, die prinzipiell zur abgeleiteten moralischen Autonomie befähigt sind. Darunter wird die Fähigkeit verstanden, sich selbst universalisierbare Pflichten aufzuerlegen und diese durch die moralischen Urteilsvermögen der Mitarbeiter handlungsleitend zu machen. Als solche besitzen sie einen moralisch relevanten Status und gelten als achtungswürdige moralische Akteure, ohne jedoch den unbedingten Selbstzweckcharakter natürlicher Personen zu beanspruchen. Natürlichen Personen wird Respekt als Selbstzwecken bedingungslos geschuldet und begründet gleichzeitig den Schutz von Grundrechten. Unternehmen haben Anspruch auf Schutzmaßnahmen, die ihre Fähigkeit zu moralisch achtungswertem Handeln im wirtschaftlichen Wettbewerb erhalten und fördern. Sie haben jedoch keinen Anspruch auf vergleichbare Grundrechte eine natürliche Person.²³⁴ Bowie etabliert diese Idee in seinem Verständnis des Unternehmens als moralische Gemeinschaft²³⁵.

Auf Grundlage der vorherigen Argumentation ist von Interesse, welche Anforderungen an die interne Organisationsarchitektur von Unternehmen zu stellen sind, sodass sie ihrer moralischen Handlungsfähigkeit gerecht werden können. Ein im Zuge dessen aufgelegtes unternehmerisches Ethikprogramm kann jedoch nur dann moralisch legitim sein, wenn aus den richtigen

²³² Vgl. Rehg, W. (2023), S. 1000

²³³ Vgl. ebd., S. 1007

²³⁴ Vgl. ebd., S. 1007 f.

²³⁵ Vgl. Bowie, N.E. (2017), S. 82 f.

Gründen implementiert wird und seine Formulierung sowie Einführung den freien Willen der Mitarbeiter respektiert. Darüber hinaus sollte eine Einführung in einem von allen Beteiligten akzeptierten Prozess erfolgen.²³⁶ Wie bereits unter 2.2 hergeleitet wurde, ist Kant zufolge für ein moralisch einwandfreies Handeln ausschließlich die Reinheit der Intention ausschlaggebend. Wer Lüge, Betrug oder Diebstahl allein aus Furcht vor rechtlichen oder reputativen Konsequenzen unterlässt, handelt zwar konform mit moralischen Normen, nicht aber aus einem echten moralischen Motiv heraus. Moralisch im eigentlichen Sinne ist eine Handlung erst dann, wenn sie um ihrer selbst willen, weil sie das Richtige ist, vollzogen wird. Damit wird das unter 3.3 eingeführte Paradox of Profits aufgegriffen. Jedoch verlangt ein zeitgemäßer und ökonomisch orientierter Kantianismus keine Reinmotivation im absoluten Sinne. Daher kann ein Unternehmen ein Ethikprogramm sowohl aus einem moralischen Pflichtbewusstsein und aus rechtlichem oder wirtschaftlichem Kalkül einführen, sofern das moralische Motiv zumindest vorhanden ist. Für Kant für die Konsequenzen einer Handlung nie Handlungsleitend sein. Wer in der wirtschaftlichen Praxis Folgewirkungen als ethisch relevant erachtet, muss einsehen, dass ein rein profitorientiertes Ethikprogramm in einer Welt moralisch urteilender Akteure strategisch suboptimal bleibt. Die besten Ergebnisse sind nur durch echte moralische Motivation erreichbar, da eine inspirierende Wirkung auf die Mitarbeitenden entfalten kann und somit deren eigenständiges ethisches Handeln fördert.²³⁷ Dabei ist insbesondere die Anwendung der Selbstzweckformel des kategorischen Imperativs von Interesse, hergeleitet und eingeführt unter 2.2. Im Kontext eines Ethikprogramms ergibt sich daraus die Anforderung, die rationalen und moralischen Fähigkeiten der Mitarbeiter aktiv zu achten und zu fördern. Die Mitarbeiter haben dabei einen Ermessensspielraum bei der Anwendung des Programms und müssen am Revisions- und Verbesserungsprozess beteiligt werden.²³⁸

Für die Umsetzung unternehmerischer Ethikprogramme im Speziellen und moralischer Handlungen im Allgemeinen ist es wichtig zu verstehen, ob andere Akteure ihrerseits moralkonform handeln werden. Daher fragt sich die praktische Vernunft, ob und auf welcher Grundlage die moralische Disposition eines Gegenübers verlässlich sein kann²³⁹. Das Vertrauen in die moralrechtskonforme Handlung eines Gegenübers kann als „moral trust“ bezeichnet werden. Der Begriff grenzt sich von bloßer Verlässlichkeit ab, die lediglich eine Erwartung über das künftige Verhalten eines anderen beschreibt, ohne diesen normativ einzubinden. Der Begriff „moral trust“ impliziert hingegen eine echte Vulnerabilität gegenüber dem Willen des Gegenübers

²³⁶ Vgl. Reynolds, S. J., & Bowie, N. E. (2004), S. 278

²³⁷ Vgl. ebd., S. 278

²³⁸ Vgl. ebd., S. 283

²³⁹ Vgl. Israel, E. B. (2025), S. 196

sowie eine daraus resultierende normative Verantwortlichkeit. Denn der Handlungspartner ist gegenüber dem Vertrauenden verpflichtet, moralkonform zu handeln, und kann für ein Versagen zur Rechenschaft gezogen werden.²⁴⁰ Das Fundament dieser Verpflichtung leitet sich aus der Selbstzweckformel des kategorischen Imperativs ab. Da die Menschheit in jeder Person Objekt des Respekts ist und dieser Respekt eine Pflicht gegenüber jedem rationalen Wesen kraft dessen absoluter innerer Würde begründet, konstituiert konsistentes Handeln in Übereinstimmung mit dem Moralesetz jene Vertrauenswürdigkeit, auf die „moral trust“ sich richtet.²⁴¹ Dabei ist zu berücksichtigen, dass ein Akteur, der ausschließlich aus Reputations- oder Kalkulationsgründen normkonform handelt, moralisch nicht vertrauenswürdig ist²⁴². Die hergeleitete Argumentation schließt sich somit an die zuvor hergeleitete Funktionsweise der zweiten Formel des kategorischen Imperativs an.

Die kantische Ethik bietet auch im Kontext des marktwirtschaftlichen Wettbewerbs eine verlässliche Handlungsleitlinie. Unternehmen, die im Wettbewerb mit ihren Konkurrenten nach einer Maxime handelt, die mit der ersten Formel des kategorischen Imperativs vereinbar ist, handelt schlicht ethisch legitim.²⁴³ Eine Maxime vollständiger Gleichgültigkeit gegenüber den Bedürfnissen anderer kann nicht rational gebilligt werden, weil damit möglicherweise gebilligt wird, dass andere einem selbst die Hilfe verweigern, die rational nicht ablehnt werden könnte. Fairer Wettbewerb, verstanden als Konkurrenz unter Ausschluss von Täuschung und Zwang, besteht den Universalisierungstest, weil die zugehörigen Maximen widerspruchsfrei verallgemeinert werden können. Entscheidend ist dabei, dass die kantische Analyse keine kontextspezifische Aufweichung von Moralnormen voraussetzt. Wenn Unternehmen annehmen, dass die Maxime eines Preiskonkurrenten laute, stets einen niedrigeren Preis als alle anderen anzubieten, scheitert diese trivialerweise am Widerspruchstest, doch dies ist nicht die einzige und auch nicht die naheliegende Weise, die Handlungsgründe eines Wettbewerbers zu rekonstruieren.²⁴⁴ Hinsichtlich des Geltungsbereichs dieser Analyse ist eine wichtige Einschränkung zu beachten, denn die kantische Ethik knüpft die Legitimität von Wettbewerb an eine soziale Mindestbedingung. Wettbewerb, der Menschen existenziell zu ruinieren droht, wird einer kritischeren Prüfung unterzogen. Zudem lässt es die kantische Wohltatspflicht nicht zu, eigene Wünsche auf Kosten der echten Bedürfnisse von Konkurrenten zu befriedigen.²⁴⁵ Für Wettbewerbspraktiken in globalen Lieferketten, beispielsweise Arbeitsbedingungen in der Niedriglohnfertigung, folgt

²⁴⁰ Vgl. Israel, E. B. (2025), S. 197 f.

²⁴¹ Vgl. ebd., S. 201 f.

²⁴² Vgl. ebd., S. 200

²⁴³ Vgl. Hughes, R. C. (2026), S. 481

²⁴⁴ Vgl. ebd., S. 479 f.

²⁴⁵ Vgl. ebd., S. 481

daraus, dass nicht Konkurrenzbeziehungen als solche moralisch illegitim sind, sondern jene Maximen, die strukturell auf ihrer eigenen Nicht-Verallgemeinerbarkeit beruhen²⁴⁶.

Die analytische Schärfe der kantianischen Wirtschaftsethik entfaltet sich insbesondere dann, wenn sie auf konkrete wirtschaftliche Praktiken angewendet wird. Ein besonders aufschlussreiches Anwendungsfeld bilden die globalen Lieferketten multinationaler Unternehmen, in denen die Spannung zwischen Profitmaximierung und Moral unmittelbar sichtbar wird. Ein gutes Beispiel sind sogenannte Sweatshops. Als Sweatshops werden Produktionsstätten bezeichnet, in denen Arbeiter, vorwiegend in Entwicklungsländern, unter Bedingungen arbeiten, die durch systematische Rechtsverstöße, den Einsatz von Zwang, gefährliche Arbeitsbedingungen und Löhne unterhalb des Existenzminimums gekennzeichnet sind. Sweatshops entstehen typischerweise dort, wo korrupte oder repressive Regime den rechtlichen Schutz der Beschäftigten faktisch aushöhlen und multinationale Konzerne dies durch die Auslagerung ihrer Produktion in Freihandelszonen gezielt ausnutzen.²⁴⁷ Das ethische Problem liegt dabei nicht allein in der unmittelbaren Ausbeutung der Beschäftigten, sondern darin, dass betroffene Arbeitnehmer aufgrund fehlender sozialer Sicherungssysteme und des Mangels an Beschäftigungsalternativen keine reale Möglichkeit haben, diese Bedingungen abzulehnen, ohne ihre Existenzgrundlage zu verlieren²⁴⁸. So ergeben sich, abgeleitet aus dem Gebot des Respekts vor Personen, vier konkrete Pflichten multinationaler Unternehmen. Gemeint sind die Einhaltung lokaler Arbeitsgesetze, der Verzicht auf Zwang, die Beachtung von Mindeststandards bei Gesundheit und Sicherheit sowie die Zahlung eines Lohns, der es den Arbeitnehmern ermöglicht, einen menschenwürdigen Lebensstandard zu führen²⁴⁹. Diese Verpflichtungen lassen sich mit dem kantischen Gedanken der Menschenwürde begründen, da Menschen als Zwecke an sich selbst zu behandeln sind, was über die passive Unterlassung von Zwang und Täuschung hinausgeht und sich zusätzlich auf die positive Förderung der rationalen und moralischen Kapazitäten der Beschäftigten erstreckt²⁵⁰. Dabei bleiben diese Pflichten nicht auf direkte Beschäftigungsverhältnisse beschränkt, sondern schließen Zulieferer und Subunternehmer in die moralische Verantwortung ein. Denn wenn multinationale Konzerne ihre wirtschaftliche Macht nutzen, um Geschäftspartnern in den Produktionsländern Vertragsbedingungen aufzuzwingen, und dabei wissen oder wissen müssten, dass ein Zulieferer diese Bedingungen nicht erfüllen kann, ohne Mindestlöhne zu unterschreiten oder Sicherheitsstandards zu verletzen, macht sie dieses Wissen partiell

²⁴⁶ Vgl. Hughes, R. C. (2026), S. 476 f., 481

²⁴⁷ Vgl. Arnold, D. G., & Bowie, N. E. (2003), S. 221

²⁴⁸ Vgl. ebd., S. 230

²⁴⁹ Vgl. ebd., S. 222

²⁵⁰ Vgl. ebd., S. 223 f.

mitverantwortlich für die prekäre Situation der Arbeiter.²⁵¹ Die Verletzung von Arbeiterrechten untergräbt zudem den lokalen Rechtsstaat, auf den multinationale Konzerne selbst angewiesen sind, um ihre Vertrags- und Eigentumsrechte zu schützen. Aus kantischer Perspektive liegt dabei ein pragmatischer Widerspruch vor, denn multinationale Konzerne können nicht zugleich auf den Schutz des Rechtsstaats für ihre eigenen Interessen pochen und dessen Verletzung gegenüber Arbeitern tolerieren.²⁵² Darüber hinaus ist ein vertraglich abgeschlossenes Beschäftigungsverhältnis nur dann ethisch vertretbar, wenn es mit der Würde der beteiligten Personen vereinbar ist, die bloße Freiwilligkeit eines Vertragsabschlusses hebt die moralischen Anforderungen an seinen Inhalt nicht auf.²⁵³ Selbst wenn eine Lohnerhöhung theoretisch Kostendruck erzeugen könnte, bleibt die moralische Pflicht bestehen, diesen durch andere Maßnahmen, wie die Senkung von Managementgehältern oder die Weitergabe der Kosten an Konsumenten aufzufangen. Die Kosten der Würde sind als notwendige Bedingung unternehmerischen Handelns zu begreifen.²⁵⁴ Eine Maxime der Zahlung eines menschenwürdigen Lohns besteht den Universalisierungstest widerspruchsfrei, weil sie auf die Entwicklung rationaler und moralischer Kapazitäten der Beschäftigten zielt. Diese Universalisierung ist überdies empirisch gestützt, da freiwillige Lohnerhöhungen im indonesischen Bekleidungssektor die Beschäftigung tatsächlich erhöhten und Konsumenten nachweislich bereit sind, für würdevoll produzierte Waren höhere Preise zu zahlen.²⁵⁵

Diese auf kantische Pflichten gestützte Argumentation erfährt eine kritische Betrachtung seitens der Ökonomie, die auf Freiwilligkeit, Beschäftigungseffekte und soziale Ausgangsbedingungen verweist. Nach dieser Perspektive lässt sich die Problematik der Sweatshops weder auf Wohlfahrt, Gerechtigkeit noch auf kantische Reziprozität reduzieren, sondern erfordert eine umfassende Betrachtung verschiedener ethischer Perspektiven.²⁵⁶ Eingangs gilt dabei das Argument, dass Freiwilligkeit, Opportunitätskosten und soziale Notlagen nicht einfach mit moralischer Unbedenklichkeit gleichgesetzt werden dürfen. In diesem Zusammenhang ist die rationale Wahl nicht mit der freien Wahl zu verwechseln. Die Freiwilligkeit einer Entscheidung hängt letztlich nicht nur von der Qualität der verfügbaren Alternativen ab, sondern auch von den Umständen, die diese Entscheidungssituation erst herbeigeführt haben.²⁵⁷ Eine Wahl gilt demnach nur in dem Maße als frei, in dem die handelnde Person für sie verantwortlich gemacht werden kann.

²⁵¹ Vgl. Arnold, D. G., & Bowie, N. E. (2003), S. 226

²⁵² Vgl. ebd., S. 228

²⁵³ Vgl. Arnold, D. G., & Bowie, N. E. (2007), S. 137

²⁵⁴ Vgl. ebd., S. 142 f.

²⁵⁵ Vgl. ebd., S. 139, S. 143

²⁵⁶ Vgl. Preiss, J. (2014), S. 58 f.

²⁵⁷ Vgl. ebd., S. 57

Damit entwickelt sich ein Maßstab, der bloße Präferenzbefriedigung unter Zwangsbedingungen gerade nicht erfüllt²⁵⁸. Das ökonomische Hauptargument gegenüber nicht-konsequentialistischen und nicht-wohlfahrtsorientierten Ausbeutungsvorwürfen bleibt dabei absichtlich blind gegenüber der Frage, ob die Hintergrundbedingungen selbst gerecht sind. Eine Transaktion kann zugleich wechselseitig vorteilhaft und ausbeuterisch sein, nämlich dann, wenn sie strukturelle Ungerechtigkeiten ausnutzt, die die Betroffene in eine Notlage versetzt haben.²⁵⁹ Es besteht zudem die Meinung, dass ein Angebot nicht ernsthaft moralisch falsch sein kann, wenn es für die betroffene Person nicht schlechter ist als gar kein Angebot. Diese These ist letztlich eine Reduktion auf wohlfahrtsbezogene Konsequenzen, wobei sie ignoriert, dass eine verzweifelte Person bereit wäre, auf nahezu jedes Recht zu verzichten, was ihre Desperation nicht legitimiert, sondern moralisch verschärft.²⁶⁰ Die Tatsache, dass ein Angebot die beste verfügbare Option darstellt, sagt nahezu nichts über die tatsächlichen Werte der betroffenen Arbeiterin aus. Sie könnte das Angebot zugleich als ausbeuterisch, unwürdig und als Rechtsverletzung begreifen und es trotzdem annehmen, weil sie keine Wahl hat.²⁶¹ Damit untergräbt die Arbeit in Sweatshops nicht nur die kantische Achtung vor Personen, sondern auch eine überzeugende Vision freier Märkte²⁶². In Konsequenz sind Manager multinationaler Unternehmen, Konsumenten und politische Akteure aufgefordert, für bessere Löhne und Arbeitsbedingungen einzutreten²⁶³. Die Frage, wie Unternehmen mit solchen konkurrierenden moralischen Erwartungen aus unterschiedlichen Richtungen umgehen sollen, greift ein weiterer Ansatz auf, der die Unternehmensebene stärker in den Blick nimmt. Aus der Perspektive von Marktmoral und dem Druck von Interessengruppen lässt sich zeigen, dass Unternehmen im Wettbewerb fortlaufend mit moralischen Erwartungen konfrontiert werden, die aus Kapital-, Konsumgüter- und Arbeitsmärkten hervorgehen.²⁶⁴ Dabei darf die moralische Entscheidungsfindung gerade nicht dem Marktmechanismus überlassen bleiben, da Unternehmen keine passiven Beobachter, sondern selbst interessierte Akteure im Wettbewerb der moralischen Überzeugungen sind. Sie haben daher eine aktive Verantwortung, Position zu beziehen. In diesem Zusammenhang lassen sich Kategorien moralischer Ausdrücke unterscheiden. Zum einen die Kategorie „unbedenklich“ (eindeutig vereinbar mit universalen Prinzipien. Gemeint sind beispielsweise klare Warnhinweise auf Tabakprodukten), dazu die Kategorie „strittig“ (umstritten, ohne konsensuelle Lösung durch

²⁵⁸ Vgl. Preiss, J. (2014), S. 57, 64

²⁵⁹ Vgl. ebd., S. 61 f.

²⁶⁰ Vgl. ebd., S. 63 f.

²⁶¹ Vgl. ebd., S. 64 f.

²⁶² Vgl. ebd., S. 56

²⁶³ Vgl. ebd., S. 74

²⁶⁴ Vgl. Bowie, N. E., & Dunfee, T. W. (2002), S. 381 f.

Standardethiken. Zum Beispiel der Konflikt zwischen Tierrechten und medizinischer Forschung) und zuletzt die Kategorie „problematisch“ (eindeutig unvereinbar mit universalen Prinzipien. Beispielsweise rassistischer Diskriminierung).²⁶⁵ Die Rechtfertigung dieser Kategorisierung liegt darin begründet, dass Managern ein praktisches Entscheidungsinstrument offeriert wird, das über bloße Ad-hoc-Urteile hinausgeht²⁶⁶.

Aus kantischer Perspektive ist dabei essenziell, problematischen moralischen Ausdrücken zu widerstehen, insbesondere solchen, die auf Täuschung, Zwang oder Missachtung von Grundrechten beruhen, selbst wenn die Manager des Unternehmens einem erheblichen Marktdruck ausgesetzt sind, der in die entgegengesetzte Richtung wirkt. Ein geeignetes Beispiel stellt hier die Bestechung dar. Obwohl ein solches Vorgehen in vielen Märkten verbreitet und unter Umständen wettbewerbsförderlich ist, bleibt Korruption moralisch zurückzuweisen. Da Markttransaktionen freiwillig sein müssen, sind Freiheit und Nicht-Täuschung institutionelle Grundbedingungen des Marktes selbst. Dem zufolge sind Handlungen, die diese Voraussetzungen verletzen nicht universalisierbar. Darüber hinaus verletzen Zwang und Täuschung gleichermaßen die Autonomie der Handelnden, weshalb sie im Sinne der Kantischen Analyse, mit der Würde der Person unvereinbar sind.²⁶⁷ Unternehmen, die sich nicht an solchen Praktiken beteiligen, können langfristig zur Verdrängung einer solchen Geschäftspraxis aus dem Markt beitragen²⁶⁸. Bei strittigen Fragen der Marktmoral hingegen sollten Unternehmen gemäß intern entwickelter Kernwerte handeln. Ein wertfreier Umgang mit einer moralischen Krisensituation ist unter anderem mit der Gefahr von Reputationsverlusten verbunden.²⁶⁹ Die Pflicht des Unternehmens, seinen Markt zu beobachten und moralische Problemfelder zu antizipieren, liegt dabei auch im Interesse der Anteilseigner. Das Ignorieren erkennbarer Marktmoral zu Boykotten, Haftungsklagen und Reputationsverlusten führen kann, haben Manager auch aus dieser Perspektive eine Pflicht, moralische Erwartungen systematisch zu berücksichtigen. Ethische Unternehmensführung und Shareholder Interessen schließen sich damit an dieser Stelle nicht aus, sondern bedingen einander²⁷⁰.

Marktboykotts können jedoch ebenfalls als ein demokratischer Ausdruck gesellschaftlicher Pflichtvorstellungen gegenüber Unternehmen verstanden werden. Demnach fungieren Märkte als kollektive Abstimmungsmechanismen, durch die gesellschaftliche Moralvorstellungen

²⁶⁵ Vgl. Bowie, N. E., & Dunfee, T. W. (2002), S. 385 f.

²⁶⁶ Vgl. ebd., S. 387

²⁶⁷ Vgl. ebd., S. 390 f.

²⁶⁸ Vgl. ebd., S. 389 f.

²⁶⁹ Vgl. ebd., S. 388 f.

²⁷⁰ Vgl. ebd., S. 387

gegenüber Unternehmen durchgesetzt werden könne.²⁷¹ Während unpersönliche Märkte, etwa anonyme Supermarkttransaktionen, lediglich juristische Mindestpflichten erfordern, ergeben sich aus persönlicheren Kontexten, wie dem internen Arbeitsmarkt von Unternehmen, weitergehende moralische Erwartungen. Denn je umfassender Akteure über die Bedürfnisse anderer informiert sind und je besser sie wissen, wie sie zu diesen beitragen können, desto stärker ist das Maß ihrer imperfekten Pflicht zur Wohltätigkeit.²⁷² Daraus folgt für Lieferketten, dass Unternehmen gegenüber ihren direkten Zulieferern und Beschäftigten typischerweise über ein hohes Maß an relevantem Wissen verfügen, was das Argument stützt, dass bloße Rechtskonformität dort nicht genügt. In einem Marktumfeld sind beide Seiten einer Transaktion nicht nur auf ihre eigenen Interessen beschränkt, sondern verpflichtet, aktiv dazu beizutragen, dass auch der jeweils andere seine Ziele erreichen kann. Gerade der unternehmensinterne Arbeitsmarkt und in der Erweiterung die Lieferkette, erscheint somit als Kontext, in dem moralische Erwartungen über den juristischen Tausch hinausgehen und eine umfassendere moralische Gemeinschaft erfordern.²⁷³

Ein weiteres Anwendungsbeispiel, mit dem sich die kantianische Ethik beschäftigt, ist das unternehmerische Verhalten im Kontext von Steuergesetzgebungen. Multinationale Unternehmen nutzen ihren politischen Einfluss zunehmend, um Steuergesetzgebung zu ihren Gunsten zu formen und so möglichst wenig Steuern zahlen zu müssen. Dies bedeutet, dass ein Vertrauensverlust der benachteiligten Akteure in das Steuersystem entstehen kann. Aggressive Steuerlobbying-Praktiken untergraben damit die demokratische Legitimität von Steuerrecht. Diese Praktiken sind insbesondere durch Machtasymmetrie gekennzeichnet. Multinationale Unternehmen verkörpern eine kollektive Intention, die in Unternehmenspolitik und Entscheidungsstrukturen eingebettet ist, weshalb sie eigene moralische Pflichten tragen und damit dem kategorischen Imperativ unterworfen sind.²⁷⁴ Wenn Unternehmen in diesem Zusammenhang Lobbying-Motive verbergen, beschränken sie damit die rationale Entscheidungsfähigkeit der Stakeholder und behandelt sie als bloße Mittel. Damit verletzen sie die Selbstzweckformel des kategorischen Imperativs.²⁷⁵ Es ist auch in diesem Fall nicht ausreichend eine bloße Offenlegung der unternehmenseigenen Lobbyanstrengungen zu verfolgen. Darüber hinaus ist es erforderlich, die unternehmenseigenen Motive darzulegen, um Stakeholder zur Deliberation einzuladen und Evidenz für die Wirksamkeit der eigenen Lobbying-Positionen zu liefern.²⁷⁶ Einen parallel

²⁷¹ Vgl. Robinson, R. (2018), S. 121

²⁷² Vgl. ebd., S. 118 f.

²⁷³ Vgl. ebd., S. 119 f.

²⁷⁴ Vgl. Van de Vijver, A. (2022), S. 58 f.

²⁷⁵ Vgl. ebd., S. 60 f.

²⁷⁶ Vgl. ebd., S. 62 f.

gelagerten Fall der aggressiven Steuervermeidung durch Manager multinationaler Unternehmen zeigt, dass das kantische Argument nicht auf politische Einflussnahme beschränkt bleibt, sondern auch das operative Steuerverhalten selbst erfasst. Jedoch kann die Maxime aggressiver Steuervermeidung nicht als universales Gesetz gewollt werden, denn würden alle natürlichen und juristischen Personen Gesetze in allen Rechtsgebieten und jeder erdenklichen Situation aggressiv auslegen, wären die zentralen Grundsätze des Rechtssystems als solchem gefährdet, auf das alle angewiesen sind.²⁷⁷ Es ist gerade diese Universalisierung über alle Rechtsbereiche hinaus, nicht nur dem Steuerrecht, die den praktischen Widerspruch im Kantischen Sinne begründet. Wichtig zu beachten ist jedoch, dass allein aggressive Steuervermeidung als Missachtung des Geistes des Gesetzes an der Universalisierungsprüfung scheitert, nicht verantwortungsvolle Steuerplanung im Einklang mit dem Gesetzgeberwillen.²⁷⁸

Eine ergänzende empirische Perspektive bietet ein Experiment, das die Wirkung kantischer Überzeugungen auf das Spendenverhalten in Individual- und Kollektiventscheidungen untersucht. Methodisch operationalisiert die Studie kantische Gesinnung über eine 10-Punkte-Skala, auf der Personen angeben, inwieweit der kategorische Imperativ ihre eigenen Entscheidungen leiten sollte. Personen mit einem Wert von 8 oder höher werden als „kantianisch“ klassifiziert.²⁷⁹ Diese Variable hat, unter Kontrolle für altruistische Motive wie die wahrgenommene Wichtigkeit des Spendenziels, einen signifikant positiven Effekt auf die Wahrscheinlichkeit, das vollständige Endowment individuell zu spenden und damit auf vollständiges Free-Riding-Motiv, ein geführt unter 4.2, zu verzichten. Die Studie stützt damit die Annahme, dass moralische Überzeugungen in individuellen Entscheidungssituationen mit kollektivem Charakter eigenständige Wirkungen entfalten können.²⁸⁰ Dieses Ergebnis konvergiert mit der von Roemer auf theoretischer Ebene entwickelten These, dass kantische Optimierung als eigenständiger Faktor kooperativen Verhaltens in kollektiven Dilemmata wirkt. Diese Erkenntnisse werden unter 5.3 diskutiert.²⁸¹ Dieses Ergebnis legt nahe, dass kantische Gesinnung vor allem dann handlungsleitend wird, wenn die individuelle Entscheidung unmittelbar und vollständig dem eigenen Willen unterliegt. Dass dieser Effekt im kollektiven Setting ausbleibt, führen die Autoren auf das Fehlen von Pivotalität zurück, eine Bedingung, die in realen kollektiven Entscheidungsprozessen häufig nicht erfüllt ist.

Eine Verschärfung der bisher geführten Argumentation stellt der Befund da, dass konventionelle Ethik, kantische ebenso wie utilitaristische und christlich geprägte Moralvorstellungen, den

²⁷⁷ Vgl. Lenz, H. (2020), S. 683

²⁷⁸ Vgl. ebd., S. 683 f.

²⁷⁹ Vgl. Bischoff, I., & Krauskopf, T. (2015), S. 215

²⁸⁰ Vgl. ebd., S. 217

²⁸¹ Vgl. ebd., S. 216

Selbstinteressencharakter des Profits grundsätzlich nicht moralisch rechtfertigt, sondern allenfalls die Mittel der Unternehmensführung billigen kann, niemals jedoch den Profit als Endzweck.²⁸² Immerhin steht für Kant die Ethik im Allgemeinen im Widerspruch zu den Wünschen, Neigungen und Interessen des Selbst, deren Summe das „Glück“ ausmacht. Für Kant gibt es keinen Raum für die Wünsche, Begierden oder Interessen. Das heißt, es gibt keinen Raum für Egoismus.²⁸³ Alle drei westlichen Moraltraditionen fordern die Uneigennützigkeit und lehnen das Eigeninteresse als moralisch inakzeptabel ab²⁸⁴. Im Lichte der übrigen Literatur muss diese These jedoch differenziert betrachtet werden, da nicht jede Art von Profit moralisch illegitim ist. Für Unternehmen ist die Erzielung von Profiten essenziell, sogar verpflichtend. Jedoch mit der Einschränkung, dass in diesem Gewinnerzielungsprozess kantianische Prinzipien Handlungsleitend berücksichtigt, werden müssen.²⁸⁵

Kantische Ethik erscheint als anspruchsvoller Maßstab, der ökonomisches Handeln innerhalb klarer Grenzen ermöglicht und zugleich institutionell reflektiert. Genau in diesem Sinn kann sie als Grundlage einer Unternehmensethik verstanden werden, die weder auf bloße Legalität noch auf bloße Zweckrationalität reduziert werden darf. Zusammenfassend konnte aufbauend auf der in den Kapiteln 2, 3 und 4 hergeleiteten Grundlagenliteratur gezeigt werden, dass die kantische Unternehmensethik eine mögliche theoretische Begrenzung von Markt- und Unternehmenshandeln anbietet und damit die Theorie der ausschließlichen Gewinnmaximierung zurückweist. Sie umfasst die moralische Motivation unternehmerischen Handelns, die Würde und Autonomie von Beschäftigten, die Verantwortung in Lieferketten, korrektes Verhalten in Lobbyingpraxis, das Vertrauen zwischen Akteuren sowie die Grenzen legitimer Konkurrenz. Für die vorliegende Arbeit ist dabei besonders bedeutsam, dass Unternehmen nicht nur moralischen Pflichten gegenüber einzelnen Stakeholdern unterliegen, sondern auch gegenüber dem institutionellen Rahmen selbst. Märkte setzen Normen der Freiheit und Nicht-Täuschung voraus, deren Untergrabung, sei es durch aggressive Steuervermeidung, Zwang in Lieferketten oder manipulative Lobbying-Praktiken, das Fundament wirtschaftlicher Kooperation beschädigt. Für die vorliegende Arbeit kann daraus eine präzise Kernthese formuliert werden. Unternehmen dürfen im kantischen Sinn wirtschaftlich handeln, Gewinne verfolgen, aber nur unter der Bedingung, dass sie Menschen nicht bloß als Mittel behandeln, rechtliche und institutionelle Rahmen respektieren und ihre Entscheidungs- und Steuerungsstrukturen so gestalten, dass moralische Prinzipien nicht nur befolgt, sondern tatsächlich getragen werden.

²⁸² Vgl. Svanberg, M. K., & Svanberg, C. F. C. (2021), S. 1725, 1728

²⁸³ Vgl. ebd., S. 1739

²⁸⁴ Vgl. ebd., S. 1728

²⁸⁵ Vgl. Bowie, N. E. (2017), S. 142 f.

5.3 Kant und die Kooperation im Gefangenendilemma

Die in Kapitel 4 einführend gezeigte spieltheoretische Analyse des Gefangenendilemmas hat gezeigt, dass Nash-rationale Akteure unter Bedingungen strategischer Interdependenz systematisch zur Defektion tendieren, obwohl beidseitige Kooperation ein Pareto-überlegenes Ergebnis erzielen würde. Die Frage, ob kantianische Prinzipien diesen strukturellen Defekt überwinden können, ist Gegenstand des folgenden Abschnitts. Ausgangspunkt der Debatte ist eine grundlegende Insuffizienz des Nash-Konzepts, da es lediglich den Wettbewerb erklärt, aber nicht die Kooperation²⁸⁶. Die ökonomische Theorie konzentriert sich fast ausschließlich auf das Wettbewerbsverhalten von Wirtschaftssubjekten konzentriert habe. Kooperation werde dabei faktisch ignoriert. Dabei ist Kooperation nicht mit Altruismus gleichzusetzen, denn sie setzt keine moralische Sonderpräferenz voraus, sondern kann schlicht die einzige rationale Möglichkeit sein, ein eigenes Ziel zu erreichen.²⁸⁷ Für den unternehmerischen Kontext bedeutet dies, dass kooperatives Verhalten als rationale, nicht als idealistisch-altruistische, Handlungsoption verstanden werden kann. Die Ursache dieser theoretischen Lücke liegt im Optimierungsverhalten des Nash-Akteurs selbst. Nash-Optimierer betrachten andere Spieler als feste Parameter ihrer Umgebung und entscheiden unabhängig, stets unter der Annahme, dass alle anderen untätig sind.²⁸⁸ Im Gefangenendilemma zeigt sich, dass das unter 4.2 eingeführte dominante Strategiegleichgewicht eine beidseitige Defektion darstellt und gleichzeitig auch ein Nash-Gleichgewicht. Unter Wettbewerbsbedingungen belohnt das Nash-Gleichgewicht damit strukturell Defektion und bestraft Kooperation. Den spieltheoretischen Ansatz, Kooperation als Nash-Gleichgewicht in Wiederholungsspielen mit Bestrafungsmechanismen zu erklären oder die verhaltensökonomische Strategie, Kooperation durch Präferenzen wie Gerechtigkeitssinn zu erzeugen und dann erneut als Nash-Gleichgewicht herzuleiten sind zu kritisieren.²⁸⁹ Beide Ansätzen leiten die Kooperation letztlich zurück in ein Nash-Gleichgewicht, dem sie eigentlich entfliehen wollten. Verändern sich jedoch nicht die Präferenzen der Akteure, sondern die Art des Optimierens, wird der kantianische Optimierer nicht nach der besten Antwort auf das Verhalten anderer fragen, sondern nach der Strategie, die sie alle Beteiligten wünschen würde.²⁹⁰

Den entscheidenden alternativen Lösungsansatz liefert Roemer mit dem Konzept des kantianischen Gleichgewichts. Ein Strategieprofil ist ein kantianisches Gleichgewicht eines Spiels, wenn kein Spieler es vorziehen würde, dass alle Spieler ihre Beiträge um denselben multiplikativen Faktor verändern. Der kantianische Akteur fragt damit nicht im Geist des Nash-

²⁸⁶ Vgl. Roemer, J. E. (2019), S. 1

²⁸⁷ Vgl. ebd., S. 2 f.

²⁸⁸ Vgl. ebd., S. 4

²⁸⁹ Vgl. ebd., S. 5 f.

²⁹⁰ Vgl. ebd., S. 5

Gleichgewichts „Was ist meine beste Antwort auf die Strategien der anderen?“, sondern „Welche Strategie würde ich wählen, wenn alle anderen dasselbe täten?“.²⁹¹

Im Unterschied zum Kalkül des Nash-Gleichgewichts, bei dem andere Spieler als externe, unveränderliche Parameter der eigenen Entscheidungssituation behandelt werden, begreift der kantianische Akteur sie als Bestandteil der eigenen Handlung²⁹². Der Akteur maximiert seinen eigenen Nutzen, aber unter der Annahme, dass alle anderen symmetrisch handeln²⁹³. Damit denkt der Akteur, wenn er seine Anstrengung erhöht, tun es alle anderen ebenso. Eine Logik, die besonders überzeugend wirkt, wenn alle Spieler identisch moralisch motiviert sind. Dies entspricht der ersten Formel des kategorischen Imperativs und wirkt als kooperative Norm, im unmittelbaren Gegensatz zum nicht-kooperativen Nash-Konzept. Dieses geht davon aus, dass nur der eigene Beitrag variiert, während alle anderen unverändert bleiben.²⁹⁴

Für Oligopolisten führt das kantianische Gleichgewicht zu einer kollektiven Lösung. Wenn Unternehmen kantianisch optimieren, maximieren sie gemeinsam ihren Gesamtgewinn, eine direkte Parallele zur Frage kooperativen Unternehmensverhaltens im Wettbewerb.²⁹⁵

Jedoch löst das kantianische Gleichgewicht das Gefangenendilemma nur partiell auf. Vollständige Kooperation entsteht nur dann, wenn der Nutzen des einseitigen Verrats nicht zu hoch ist. Sobald dieser Nutzen eine bestimmte Pay-off Schwelle überschreitet, ist das kantianische Gleichgewicht kein vollständig kooperatives Profil mehr, obwohl es immer noch Pareto-effizienter ist als das Nash-Gleichgewicht. Im Unterschied zu einem Nash-Gleichgewicht, dass diesem Spiel niemals vollständige Kooperation induziert, erreicht kantianisches Denken im schlechtesten Fall immer noch eine Kooperationswahrscheinlichkeit von mindestens 50 Prozent.²⁹⁶ Damit ist die kantianische Kooperation zwar keine universelle und automatische Lösung ist allerdings unter spezifischen Bedingungen wirksam. Insbesondere, wenn die Anreize zur Defektion strukturell begrenzt sind, etwa durch institutionelle Rahmenbedingungen oder soziale Normen der Solidarität.

Anwenden lässt sich das kantianische Gleichgewicht beispielsweise im Kontext des internationalen Steuerwettbewerb. Ausgangspunkt ist der Befund, dass die Standardmodelle des Steuerwettbewerbs mit ineffizient niedrigen Steuersätzen und einer Unterversorgung mit öffentlichen Gütern prognostizieren. Ein großer Teil der empirischen Literatur findet jedoch keine signifikanten Reduktionen von Steuersätzen und -einnahmen, was die Erklärungskraft des reinen

²⁹¹ Vgl. Roemer, J. E. (2010), S. 2 f.

²⁹² Vgl. Roemer, J. E. (2019), S. 1

²⁹³ Vgl. ebd., S. 5 f.

²⁹⁴ Vgl. Roemer, J. E. (2010), S. 2

²⁹⁵ Vgl. ebd., S. 14

²⁹⁶ Vgl. ebd., S. 11 f.

Nash-Modells in Frage stellt.²⁹⁷ Die Staaten wählen eine kantianische Strategie in dem sie fragen, welche Strategie im Steuerwettbewerb die anderen Staaten wählen würden. Dabei sind KantKant-Gleichgewicht eindeutig und effizient, während NashNash- und KantNash-Gleichgewichte eindeutig und ineffizient sind. Besondere argumentative Relevanz besitzt das verhaltensendogene Selektionsspiel. In einem Teil des Parameterraums wählen beide Regierungen aus reinem Eigeninteresse kantianisches Verhalten und realisieren damit die effiziente Allokation.²⁹⁸ Im komplementären Parameterbereich hingegen wählen beide Regierungen Nash-Verhalten, obwohl sie von einem gemeinsamen Wechsel zu kantianischem Verhalten profitieren würden, ein klassisches Gefangenendilemma auf der Verhaltensebene²⁹⁹. Dass kantianisches Verhalten im ersten Fall ohne externe Bindung aus eigenem Interesse zeigt eine Analogie zu dem unter 3.3 vorgestellten Paradox of Profits. Gerade die Selbstbindung an ethische Prinzipien ermöglicht jenes kooperative Gleichgewicht, das reines Gewinnkalkül verfehlt.

Die von Eichner und Pethig (2020) nachgewiesene effizienzsteigernde Wirkung kantianischen Verhaltens im Steuerwettbewerb ist kein Einzelbefund, sondern Ausdruck einer allgemeineren Logik, denn kantianische Akteure internalisieren Externalitäten, weil sie ihre Entscheidung nicht isoliert, sondern als universalisierbare Handlungsmaxime begreifen. Eichner und Pethig (2024) übertragen genau diese Logik auf die Formation internationaler Umweltabkommen, einen Kontext, in dem die Externalitäten globaler Natur und die Anreize zum Trittbrettfahren noch ausgeprägter sind.

Eichner und Pethig (2024) erweitern die Analyse auf internationale Umweltabkommen (IEA). In diesem Kontext sind selbst-interessierte Staaten die Norm und stabile Koalitionen bleiben klein, in der Regel auf maximal drei Länder beschränkt³⁰⁰. Wenn Länder als Kantianer agieren, das Emissionsniveau wählen, das sie allen anderen ebenfalls empfehlen würden, ist das Gleichgewicht des IEA-Spiels sozial optimal.³⁰¹ „Emissions-Moralisten“ sind Länder, deren Wohlfahrtsfunktion ein gewichtetes Mittel aus materialistischer und kantianischer Emissionswohlfahrt ist, die allerdings die Koalitionsgröße nicht erhöhen. Stabile Koalitionen bleiben, wie im reinen Nash-Modell, auf drei Mitglieder beschränkt. Sie reduzieren jedoch die aggregierten Gesamtemissionen umso stärker, je höher ihr Moralitätsgrad ist. Demgegenüber erzeugen „Mitgliedschafts-Moralisten“, gemeint sind Länder, die ebenfalls die Beitrittsentscheidung als moralische Frage behandeln, stabile Koalitionen, deren Größe monoton mit dem Grad der

²⁹⁷ Vgl. Eichner, T., & Pethig, R. (2020), S. 1109

²⁹⁸ Vgl. ebd., S. 1134 f.

²⁹⁹ Vgl. ebd., S. 1130 f.

³⁰⁰ Vgl. Eichner, T., & Pethig, R. (2024), S. 1

³⁰¹ Vgl. ebd., S. 6

Mitgliedschaftsmoralität steigt, was in der Folge weitere Emissionsreduktionen bewirkt.³⁰² Emissionsmoralität kann den Klimaschutz verbessern, ohne die Koalitionsstruktur zu verändern³⁰³. Diese Befunde belegen modelltheoretisch, dass kantianisches Verhalten auch ohne externe institutionelle Regulierung, zu besseren kollektiven Ergebnissen führt als das reine Nash-Kalkül.

Der skizzierte Optimismus gegenüber kantianischer Kooperation bedarf jedoch einer kritischen Einschränkung. Demnach enthält Kants Moraltheorie keine spezifischen Pflichten, die Kooperation im Gefangenendilemma zwingend vorschreiben.³⁰⁴ Um dies zu analysieren kann der kategorische Imperativ als Prüfmaßstab respektive als konzeptioneller Test verwendet werden, um zu untersuchen, ob Kooperation im Gefangenendilemma moralisch geboten ist.

Eine Maxime der Defektion im Gefangenendilemma scheitert nicht zwingend am Konzeptionstest, da gegenseitige Defektion logisch widerspruchsfrei ist. Der Willenstest führt ebenfalls nicht notwendig zur Kooperationspflicht. Zumindest sofern nicht das Überleben des Akteurs auf dem Spiel steht, ist universelle Defektion nicht inkonsistent mit den objektiven Zwecken der Vernunft.³⁰⁵ Da Defektion den Konzeptionstest nicht verletzt, kann „Nicht-Defektieren“ keine vollkommene Pflicht sein und da unvollkommene Pflichten lediglich allgemeine Haltungen verlangen, ohne spezifische Handlungen zu gebieten, lässt sich auch hieraus keine konkrete Kooperationspflicht ableiten. Kooperation im Gefangenendilemma mag tugendhaft sein, sie ist jedoch nicht geboten, selbst wenn ein pflichtbezogenes Interesse am anderen Spieler besteht. Der kategorische Imperativ schließt viele Handlungen als unmoralisch aus, spezifiziert aber keine präzisen positiven Handlungsgebote, da alle Pflichten, vollkommene wie unvollkommene, im Kern negativ sind. Eine scheinbare Ausnahme bietet die Pflicht zur Versprechentreue. Wenn Spieler sich wechselseitig Kooperation versprechen, entsteht tatsächlich eine vollkommene Pflicht, dieses Versprechen zu halten. Ein universelles Versprechen-Brechen würde das Vertrauen zerstören, auf dem Versprechen beruhen und würde somit den Universalisierungstest nicht bestehen. Jedoch gibt es keine vorgängige Pflicht, ein solches Versprechen überhaupt abzugeben. Somit bleibt die Kooperationspflicht weiterhin ungesichert. Das Versprechen kann allenfalls ein Instrument sein, durch das bereits kantianisch gesinnte Akteure das Dilemma in eigenem Interesse auflösen. Allerdings ist dies kein Mechanismus der Kooperation strukturell erzwingt.³⁰⁶ Die Selbstzweckformel des kategorischen Imperativs schützt darüber hinaus

³⁰² Vgl. Eichner, T., & Pethig, R. (2024), S. 2 f., 9

³⁰³ Vgl. ebd., S. 13

³⁰⁴ Vgl. White, M. D. (2009), S. 137

³⁰⁵ Vgl. ebd., S. 138

³⁰⁶ Vgl. ebd., S. 139 f.

nur vor Zwang und Täuschung, nicht vor wettbewerblichem Schaden. Denn Kant versteht das Instrumentalisierungsverbot präzise, indem eine Person nur dann bloß, als Mittel behandelt wird, wenn ihr die Fähigkeit entzogen wird, rational in das Handeln des anderen einzuwilligen. Da das Gefangenendilemma grundsätzlich eine freie Handlungswahl und symmetrische Information voraussetzt, ist diese Bedingung im Standardfall nicht verletzt. Kantische Ethik kann Kooperation im Gefangenendilemma nahelegen, erzwingt sie aber nicht.³⁰⁷

Diese Einschränkungen zeigen, dass die Überwindung des Gefangenendilemmas durch kantianisches Handeln nicht aus einer mechanischen Anwendung des kategorischen Imperativs folgt, sondern eine internalisierte Handlungsgesinnung voraussetzt. Moralische Pflicht als intrinsische Triebfeder, nicht als externe Beschränkung, ist die entscheidende Bedingung, was exakt der Unterscheidung zwischen Moralität und Legalität entspricht, die in Kapitel 2.2 entwickelt wurde. Nicht die Regel, sondern die moralische Identität des Akteurs ist der eigentliche Garant kooperativen Verhaltens.

Die Kooperationsentscheidung lässt sich jedoch ebenfalls endogenisieren. Der Modellrahmen, wird in diesem Fall nicht als exogen gegebene Präferenz, sondern als autonome Wahl des Akteurs modelliert. Dabei entsteht der Kontrast zwischen der Nash-Perspektive (Was passiert, wenn ich mein Verhalten ändere, während alle anderen gleichbleiben?) und der kantianischen Perspektive (Was passiert, wenn alle dasselbe täten?). Damit wird die Universalisierungsentscheidung als endogene Wahlhandlung betrachtet. Dies ist entscheidend, weil Modelle ohne diese Wahlmöglichkeit den Akteuren die Fähigkeit, das Ausmaß ihrer moralischen Handlung selbst zu bestimmen entziehen.³⁰⁸

Autonome Akteure, die den kantianischen Handlungsrahmen nutzen und damit kooperieren, erhalten psychische Auszahlungen, unabhängig von der tatsächlichen Entscheidung des Gegenübers. Wenn beide Interaktionspartner kantianisch handeln, können ihre materiellen Ergebnisse unter bestimmten Bedingungen, nämlich wenn der quadrierte Unterschied zwischen Versuchungs- und Bestrafungsauszahlung größer ist als das Produkt aus Versuchungs-Belohnungs-Differenz und Belohnungs-Suckerslohn-Differenz, eine Pareto-Verbesserung gegenüber dem Nash-Gleichgewicht erzielen.³⁰⁹

Das Modell zeigt zudem, dass die Bereitschaft zur Kooperation von der Versuchungsstärke und den Einsätzen abhängt. Die Wahrscheinlichkeit, mit der ein autonomer Akteur universalisiert, ergibt sich als Verhältnis aus dem Kooperationsmehrwert gegenüber der Bestrafungsauszahlung zur Gesamtspanne zwischen Versuchungs- und Bestrafungsauszahlung. Je höher also der

³⁰⁷ Vgl. White, M. D. (2009), S. 141 f.

³⁰⁸ Vgl. Studtmann, P., & Gouri Suresh, S. (2021), S. 244 f.

³⁰⁹ Vgl. ebd., S. 244; 255

kooperative Mehrwert und je geringer der Defektionsvorteil, desto größer die Wahrscheinlichkeit der Universalisierung. Autonome Akteure sind damit weder bedingungslose Kooperateure im Sinne Roemers noch reine Nash-Defekteure, sondern handeln in einer einsatz- und versuchsabhängigen Weise, die Kants Kategorischen Imperativ in seiner strikten Form widerlegt.³¹⁰

Trotz der erarbeiteten theoretischen Leistungen des Kontextes des kantianischen Gleichgewichts ist eine weiterführende Kritik unerlässlich. Es wird argumentiert, dass die bestehenden spieltheoretischen und Kant spezifischen Modelle letztlich nicht konsistent mit dem kategorischen Imperativ sind³¹¹. Denn diese Modelle operationalisieren das Universalisierbarkeitsprinzip als funktionale Maximierungsregel, indem sie den kategorischen Imperativ primär dazu verwenden, empirisch adäquatere Ergebnisse gegenüber dem Standard-Nash-Gleichgewicht zu erzeugen, statt eine echte kantianische Ethik in die Spieltheorie zu integrieren³¹². Kantianisches Verhalten wird dabei als eine besondere Art von Präferenz oder Optimierungsregel modelliert, die jedoch damit den deontologischen Charakter von Kants Moralphilosophie verkennen, die Moralität nicht als Resultat einer Nutzenkalkulation, sondern als kategorische Pflicht begreift³¹³. Wenn nur eine einzige Strategie moralisch erlaubt ist, ändert auch ein höherer Payoff in einem alternativen Ergebnis nichts an der moralischen Beurteilung, denn die Kategorisität des kategorischen Imperativs setzt sich gegenüber der Optimierung von Handlungskonsequenzen durch. Bestehende Modelle lassen zudem häufig den normativen Kontext einer Spielsituation außer Acht. Zwei formal identische Gefangenendilemma-Spiele, das klassische Verhördilemma und ein Spende-Dilemma zweier Bauunternehmer, erfordern demnach fundamental unterschiedliche moralische Bewertungen, weil im ersten Fall für die Kooperationsstrategie keine erlaubte Maxime formuliert werden kann, im zweiten aber sehr wohl.³¹⁴ Dies ist für die vorliegende Arbeit direkt relevant, da nach diesem Verständnis Unternehmen die in strukturell ähnlichen strategischen Situationen moralisch nicht äquivalent handeln. Im Ergebnis ist die inhaltliche Qualität der Maximen, nicht die formale Auszahlungsstruktur, entscheidend.

In diesem Zusammenhang ist ein theoretischer Perspektivwechsel entscheidend, der nicht auf Nutzenmaximierung, sondern auf der moralischen Bewertung von Maximen basiert. Im klassischen Gefangenendilemma ergibt sich dabei, dass echte kantianische Akteure die Geständnisstrategie wählen, nicht weil sie das Pareto-optimale Ergebnis ist, sondern weil sie die einzige

³¹⁰ Vgl. Studtmann, P., & Gouri Suresh, S. (2021), S. 252

³¹¹ Vgl. Roussel, E., & Demey, L. (2025), S. 1

³¹² Vgl. ebd., S. 5

³¹³ Vgl. ebd., S. 8

³¹⁴ Vgl. ebd., S. 9 f.

Strategie darstellt, für die eine moralisch erlaubte Maxime formuliert werden kann.³¹⁵ Dies führt zu einem klassischen Nash-Gleichgewicht, jedoch aus vollständig anderen Gründen als in der Standardtheorie. Es besteht daher keine notwendige Verbindung zwischen Kantianismus und kooperativem, Pareto-effizientem Verhalten, denn das kantianische Handeln führt nur bedingt zu einem Pareto-optimalen kooperativen Nash-Gleichgewicht.³¹⁶

Diese konzeptionelle Kritik lässt sich auch um eine psychologisch-empirische Perspektive ergänzen. Dabei wird konsequent zwischen dem kategorischen Imperativ, der weder von den verfolgten Zielen noch vom Verhalten anderer abhängt, sozialen Normen unterschieden, die durch die Beobachtbarkeit des eigenen Verhaltens durch andere ausgelöst werden, sowie quasi-moralischen Normen, die durch die Beobachtung des Verhaltens anderer getriggert werden. Der kategorische Imperativ ignoriert dabei sowohl die Frage, welche Ziele mit der Handlung erreicht werden sollen, als auch die Frage, was andere tun.³¹⁷

Dass viele Menschen kooperativ handeln, weil sie kooperieren, wenn sie beobachten, dass andere es auch tun, ist keine echte kantianische Motivation. Nach diesem Verständnis wäre ein Kantianer nicht von einem Akteur zu unterscheiden, der von der quasi-moralischen Norm der Fairness motiviert ist. Damit wären im Kontext des Gefangenendilemmas nur diejenigen Akteure echte Kantianer, die unbedingt kooperieren, während die übrigen Akteure durch quasi-moralische Normen der Fairness motiviert werden.³¹⁸

Beobachtbares kooperatives Verhalten in der Wirtschaft, etwa Nachhaltigkeitsinitiativen, Steuerehrlichkeit oder freiwillige Selbstverpflichtungen, ist damit nicht automatisch kantianisch motiviert. Es kann gleichermaßen durch soziale Normen (Reputationseffekte, Beobachtbarkeit durch Stakeholder), quasi-moralische Normen (konditionale Kooperation abhängig vom wahrgenommenen Verhalten anderer Unternehmen) oder strategisches Kalkül erklärt werden. Echte kantianische Unternehmensverantwortung würde hingegen eine unbedingte Pflichtmotivation voraussetzen, die unabhängig von diesen externen Bedingungen Bestand hat.

Die analysierte Literatur erlaubt eine differenzierte Antwort auf die zweite Forschungsfrage der vorliegenden Arbeit: Können kantianische Handlungsstrategien zu einer Überwindung des Gefangenendilemmas führen?

Die Literatur zeigt eine differenzierte Beantwortung. Roemer (2010, 2019) zeigt beispielsweise, dass unter der Bedingung universeller kantianischer Optimierung Pareto-effiziente Gleichgewichte erreichbar sind, die das Nash-Defektionsergebnis strukturell überwinden. Die

³¹⁵ Vgl. Roussel, E., & Demey, L. (2025), S. 11 f.

³¹⁶ Vgl. ebd., S. 13

³¹⁷ Vgl. Elster, J. (2017), S. 725

³¹⁸ Vgl. ebd., S. 732 f.

Anwendungen von Eichner und Pethig (2020; 2024) belegen, dass dieser Effekt auch in realen politischen und wirtschaftlichen Dilemmasituationen modellierbar ist. Studtmann und Gouri Suresh (2021) ergänzen, dass kantianisches Handeln als autonome Entscheidung modellierbar ist, die vom Akteur selbst getroffen wird, was dem kantianischen Verständnis von Autonomie entspricht. Zugleich zeigen jedoch White (2009), Roussel und Demey (2025) sowie Elster (2017) eine entscheidende Grenze dieser Überlegungen. Denn Roemers kantianischer Akteur ist kein Akteur, der aus Pflicht handelt, sondern einer, der seinen Nutzen maximiert. Echte kantianische Moralität setzt eine internalisierte Handlungsgesinnung voraus, nicht nur eine veränderte Optimierungsregel. Die Überwindung des Gefangenendilemmas durch kantianische Prinzipien ist daher kein automatisches Resultat einer modelltheoretischen Annahme, sondern setzt voraus, dass Akteure im unternehmerischen Kontext Moral tatsächlich als kategorische Pflicht begreifen, nicht als Instrument der Nutzenmaximierung. Genau diese Unterscheidung zwischen Moralität und Legalität, die in Kapitel 2.2 entwickelt wurde, erweist sich damit als das Fundament, auf dem die Verbindung von Spieltheorie und kantianischer Ethik in der vorliegenden Arbeit ruht.

6 Conclusio

Die vorliegende Arbeit hat das Verhalten von Unternehmen im Spannungsfeld zwischen Profitmaximierung und moralischer Verantwortung aus einer kantianischen Perspektive untersucht. Ausgangspunkt war die Beobachtung, dass Unternehmen unter Wettbewerbsbedingungen systematische Anreize zur Externalisierung sozialer und ökologischer Kosten besitzen, ein Umstand, der sich spieltheoretisch als Gefangenendilemma modellieren lässt. Die drei leitenden Forschungsfragen zielten darauf ab, erstens die normativen Implikationen des kategorischen Imperativs für unternehmerisches Handeln zu bestimmen, zweitens zu untersuchen, ob kantianische Handlungsstrategien zur Überwindung des spieltheoretischen Dilemmas beitragen können, und drittens zu prüfen, inwiefern die Shareholder-Primacy in strukturellem Konflikt mit kantianischen Pflichten gegenüber Stakeholdern und der Gesellschaft steht. Als methodischer Zugang wurde hierfür eine semi-systematische Literaturanalyse gewählt.

Die Beantwortung der ersten Forschungsfrage ergibt, dass der kategorische Imperativ, in seiner Universalgesetzformel und seiner Selbstzweckformel, unternehmerisches Handeln unter präzise bestimmbare moralische Bedingungen stellt. Unternehmen sind demnach nicht zu einem Gewinnverzicht, sondern zu einer Gewinnerzielung verpflichtet. Dabei ist jedoch entscheidend, mit welcher Motivation die Handlungsmaxime der Gewinnerzielung angestrebt wird. Die systematische Externalisierung sozialer Kosten, die strategische Ausnutzung von Informationsasymmetrien sowie intentionale Täuschungshandlungen, wie am Beispiel von Dieselgate, den Desinformationskampagnen der Ölindustrie oder dem Kobaltabbau im Kongo illustriert, scheitern an dem Universalisierungstest des ersten kategorischen Imperativs. Würden alle Unternehmen so handeln, würde die institutionelle Grundlage wirtschaftlicher Kooperation, nämlich Wahrheit und wechselseitiges Vertrauen, systematisch erodieren. Zugleich zeigt die Analyse des Herleitungsbeispiels „Mörder an der Tür“, dass kantianische Ethik in Situationen, in denen sie beispielsweise mit Täuschungen und Lügen konfrontiert wird, keineswegs zur Handlungsunfähigkeit verurteilt ist: Defensives, schutzorientiertes Verhalten ist unter der Bedingung der Universalisierbarkeit moralisch legitimierbar, sodass moralisch handelnde Unternehmen nicht schutzlos im Wettbewerb stehen.

Die Beantwortung der zweiten Forschungsfrage fällt differenziert aus und verlangt eine Unterscheidung, die im Verlauf der Arbeit als theoretisch zentral herausgearbeitet wurde. Das von Roemer entwickelte kantianische Gleichgewicht zeigt, dass unter der Bedingung universeller kantianischer Optimierung Pareto-effizientere Gleichgewichte erreichbar sind, die das Nash-Defektionsergebnis strukturell übertreffen. Eichner und Pethig (2020, 2024) konnten dies im Kontext internationaler Umweltabkommen und Steuerwettbewerb empirisch stützen. Dennoch

löst das kantianische Gleichgewicht das Gefangenendilemma nicht vollständig und automatisch auf. Vollständige Kooperation entsteht nur, wenn die Auszahlungsstruktur des Spiels bestimmte Bedingungen erfüllt und der Defektionsvorteil eine kritische Schwelle nicht überschreitet. Entscheidender ist jedoch eine Einschränkung grundsätzlicherer Natur, denn Roemers kantianischer Akteur ist kein echter Kantianer im Sinne der Pflichtenethik, denn er maximiert seinen Nutzen unter der Annahme universeller Gleichförmigkeit, handelt aber nicht aus Pflicht. Eine echte Überwindung des Dilemmas setzt die Internalisierung moralischer Prinzipien als kategoriale Pflicht und nicht als strategisches Instrument voraus, was exakt der von Kant in Kapitel 2.2 eingeführten Unterscheidung zwischen Moralität und Legalität entspricht. Wer kooperiert, weil es sich rentiert, handelt legal, aber nicht moralisch. Das Konzept der Kooperationsschwelle bietet in dieser Hinsicht einen praktisch anschlussfähigen Ausweg, denn in steigt die Spieleranzahl im Gefangenendilemma, kann ein moralisch handelndes Unternehmen kooperieren, ohne sich wirtschaftlich zu schädigen, sobald ein hinreichend großer Anteil der Mitbewerber ebenfalls kooperiert. Die verbreitete ökonomische These, moralisches Verhalten sei unter Wettbewerbsbedingungen strukturell selbstschädigend, erweist sich damit als unzureichend. Sie gilt für das Free-Riding-Motiv der Defektion, nicht aber für das Schutzmotiv.

Hinsichtlich der dritten Forschungsfrage bestätigt die Analyse, dass die Shareholder-Primacy in fundamentalem Konflikt mit kantianischen Würde- und Achtungspflichten steht. Die alleinige Ausrichtung des Managements auf Gewinnmaximierung zulasten von Arbeitnehmern, Lieferkettenpartnern und gesellschaftlichen Stakeholdern verletzt die Selbstzweckformel, die jede Instrumentalisierung von Personen als bloße Mittel untersagt. Bowies Principles of a Moral Firm fordern deshalb eine gleichrangige Berücksichtigung aller Stakeholderinteressen, partizipative Unternehmensführung und institutionelle Verfahren zur Wahrung von Gerechtigkeit. Das Paradox of Profits ergänzt diesen Befund auf einer strategischen Ebene, denn nicht die primäre Priorisierung des Gewinns, sondern eine tragfähige Unternehmensphilosophie, die den Gewinn als notwendige Bedingung integriert, ohne ihn zum Selbstzweck zu erheben, erweist sich als langfristig überlegen. Hierzu tragen ebenfalls die in 5.2 gewonnenen Erkenntnisse des unternehmerischen Verhaltens in einem Steuer- und Lieferkettenumfeld bei. Selbst Milton Friedmans vielzitierte Position lässt sich, wie in Abschnitt 2.3 gezeigt, in drei der vier Dimensionen der CSR-Pyramide wiederfinden, sodass der Dissens zwischen Shareholder-Theorie und kantianischer Unternehmensethik weniger absolut ist, als er in der ökonomischen Standarddebatte erscheint.

Die vorliegende Arbeit kommt damit zu dem Schluss, dass Profitmaximierung und Moral keine unauflösbaren Gegensätze darstellen, sondern unter der Bedingung kantianisch fundierter

Unternehmensführung komplementär werden können. Die Integration von Moral in unternehmerische Entscheidungsprozesse gewinnt ihren Wert nicht durch die Aussicht auf Reputationsgewinne oder regulatorische Vorteile, sondern durch die kategorische Pflichtbindung selbst. Der wissenschaftliche Beitrag der Arbeit liegt damit in dreierlei Hinsicht. Erstens in der systematischen Übertragung des kategorischen Imperativs auf wettbewerbliche Entscheidungssituationen. Darauf folgt die Erkenntnis der Herausarbeitung der Grenzen spieltheoretischer Kant-Rezeption, die zeigt, dass bestehende Modelle Kants pflichtenethischen Charakter auf eine Optimierungsregel reduzieren und damit den moralisch relevanten Unterschied zwischen Legalität und Moralität nivellieren. Abschließend besteht der Hinweis, dass exogene Regulierungsstrategien strukturell unzureichend sind, weil Regulierung historisch skandalgetrieben und damit reaktiv operiert, wodurch intrinsisch moralische Unternehmensführung als notwendige komplementäre Bedingung erscheint. Hierzu braucht es sicherlich noch tiefergehende Forschungsanstrengungen.

Offen bleibt die Frage, unter welchen konkreten institutionellen und wettbewerblichen Rahmenbedingungen die Kooperationsschwelle in der unternehmerischen Praxis erreichbar ist und welchen empirisch messbaren Anteil an Marktakteuren eine moralisch motivierte Kooperation erfordert. Darüber hinaus beschränkt sich die spieltheoretische Modellierung der Arbeit auf das klassische 2-Personen-Gefangenendilemma in einem statischen Kontext, obwohl unternehmerische Interaktionen in der Realität typischerweise in unbestimmt wiederholten Spielen stattfinden, in denen Reputationseffekte und dynamische Erwartungsbildung die Gleichgewichtsstruktur grundlegend verändern können. Eine intensivere Betrachtung möglicher Anschlussforschung findet sich im folgenden siebten Kapitel, dem Forschungsausblick.

7 Forschungsausblick

Die vorliegende Arbeit zeigt, dass das kantianische Gleichgewicht unter bestimmten Bedingungen Pareto-effizientere Kooperationsergebnisse als das Nash-Gleichgewicht ermöglicht. Die Profitmaximierung und Moral stellen keine unauflösbaren Gegensätze dar. Die gewonnenen Erkenntnisse verweisen zugleich auf eine Reihe offener Fragen, die fruchtbare Anknüpfungspunkte für die künftige Forschung bilden.

Zentral für ein sich anschließendes Forschungsvorhaben ist beispielsweise die Analyse, der Auswirkungen und Umsetzungsmöglichkeiten einer stärkeren wirtschaftsethischen Bildung an den Universitäten. So könnte die Sensibilisierung zukünftiger Manager für die Vorteile kantianischer Moralphilosophie im wirtschaftlichen Kontext erreicht werden.

Es ist theoretisch noch nicht hinreichend geklärt, inwiefern das kantianische Gleichgewicht in solchen infinit wiederholten Spielen wirkt. Zukünftige Forschung sollte diesen Spieltypus explizit modellieren und prüfen, ob kantianische Handlungsstrategien mit Blick auf Wettbewerbssituationen in längerfristigen Kooperationsbeziehungen robuster oder anfälliger gegenüber Defektionsanreizen werden.

Eine weitere bedeutende Erweiterung betrifft die Übertragung der Analyse auf das N-Personen-Gefangenendilemma, denn die unternehmerische Dilemmasituationen umschließt häufig ganze Branchen oder Liefererketten. Es ist in der spieltheoretischen Literatur bekannt, dass im N-Personen-Gefangenendilemma ein kooperatives Gleichgewicht immer dann entstehen kann, wenn sich eine Koalition bildet, die Kooperationsschwelle. Die Frage, ob und unter welchen institutionellen Bedingungen eine solche kritische Koalitionsgröße im unternehmerischen Kontext erreichbar ist, und welche Rolle kantianisches Denken bei der Überwindung der Koalitionsformierungshürde spielt, bleibt eine offene Forschungsfrage. Eichner und Pethig (2024) haben für internationale Umweltabkommen gezeigt, dass rein Nash-rationale Koalitionen typischerweise auf maximal drei Mitglieder beschränkt bleiben, während kantianische Handlungslogiken die Koalitionsgröße monoton erhöhen können. Ob sich diese Dynamik auf privatwirtschaftliche Branchenkooperationen übertragen lässt, ist zu erforschen.

Um die theoretischen Befunde der vorliegenden Arbeit generalisierbar zu machen, empfiehlt sich als nächster Forschungsschritt eine großangelegte, komparative Befragungsstudie. Beispielsweise von Unternehmen verschiedener OECD-Länder. Ziel einer solchen Studie wäre es, das subjektiv wahrgenommene Sicherheitsgefühl im Wettbewerb zu operationalisieren und empirisch zu erfassen: Welches Maß an institutioneller Absicherung, Reziprozitätserwartung und regulatorischer Einbettung benötigen Unternehmensvertreter, um sich tatsächlich auf die Kooperationsschwelle verlassen zu können? Ein 2×2-Design könnte dabei Branchenmerkmale

(hohe vs. niedrige Wettbewerbsintensität) mit institutionellen Kontextmerkmalen (starkes vs. schwaches Regulierungsumfeld) kreuzen. Die vergleichende Dimension über OECD-Länder hinweg würde zudem erlauben, den Einfluss nationaler Rechts- und Wirtschaftsordnungen auf die Kooperationsbereitschaft von Unternehmen zu untersuchen, ein Aspekt, der in der spieltheoretischen Unternehmensethik bislang unterrepräsentiert ist.

Die methodische Selbstbeschränkung auf eine semi-systematische Literaturanalyse ist zugleich Stärke und Limitation der vorliegenden Arbeit. Die Breite der abgedeckten Literatur ermöglicht eine interdisziplinäre Synthese, schließt jedoch primärempirische Befunde über tatsächliches Unternehmensverhalten weitgehend aus. Diese gilt es künftig ebenfalls einzufangen.

8 Literaturverzeichnis

Monografien

- Arendt, H. (1972).* Wahrheit und Lüge in der Politik: zwei Essays. Piper.
- Birnbacher, D. (2013).* *Analytische Einführung in die Ethik.* De Gruyter.
- Bowie, N. E. (2017).* Business ethics: a Kantian perspective (Second edition.). Cambridge University Press.
- Collins, J., & Porras, J. I. (1995).* Visionary companies. Artemis & Winkler.
- Ferrell, O. C, Fraedrich, John, Fraedrich, John P, & Ferrell, Linda. (2022).* Business ethics : ethical decision making and cases (Thirteenth edition). Cengage Learning.
- Fleming, P. (2017).* The death of homo economicus: work, debt and the myth of endless accumulation. Pluto Press.
- Freeman, R. E. (2010).* Strategic management : a stakeholder approach. Cambridge University Press.
- Friedman, M. (1962).* Capitalism and freedom. Univ. of Chicago Press.
- Fudenberg, D. & Tirole, J. (2002).* *Game theory* (8. print.). MIT Press.
- Göbel, E. (2024).* Unternehmensethik : Grundlagen und praktische Umsetzung(7., überarbeitete Auflage). UVK Verlag.
- Hausman, D. M., McPherson, M. S., & Satz, D. (2017).* Economic analysis, moral philosophy, and public policy (Third edition.). Cambridge University Press.
- Henderson, R. (2021).* Reimagining Capitalism. Penguin UK.
- Homann, K., & Lütge, C. (2004).* Einführung in die Wirtschaftsethik. Lit-Verl.
- Hobbes, T. (1651).* Leviathan.
- Hobbes, T., & Tuck, R. (1996).* Leviathan (Revised student edition.). Cambridge University Press.
- Heidegger, M. (1997).* Was heißt denken? (5., durchges. Aufl.). Niemeyer.
- Kant, I. (2022).* Gesammelte Schriften.. Abtheilung I: Werke. , Band 4. , Kritik der reinen Vernunft (1. Aufl.). Prolegomena. Grundlegung zur Metaphysik der Sitten. Metaphysische Anfangsgründe der Naturwissenschaft. (Reprint 2021). De Gruyter.

- Kaulbach, F. (1969).* Immanuel Kant (Reprint 2019). Berlin; Bosten: De Gruyter.
<https://doi.org/10.1515/9783110834864>
- Korsgaard, C. M. (1996).* Creating the kingdom of ends (1st ed.). Cambridge University Press.
- Mill, J. S. (1873).* Autobiography. Longmans, Green, Reader and Dyer.
- Müller, C. (2022).* Grundzüge der Wirtschafts- und Unternehmensethik (1. Auflage 2022).
 Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH.
- Nida-Rümelin, J., & Kern, L. (1994).* Das Gefangenen-Dilemma und seine Interpretationen.
 In Logik Kollektiver Entscheidungen. Walter de Gruyter GmbH.
- Riechmann, T. (2010).* Spieltheorie (3., vollst. überarb. Aufl.). Vahlen.
- Taylor, M. P., & Mankiw, N. G. (2018).* Öffentliche Güter, Allmendegüter und meritatorische Güter. In Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH.
- Ulrich, P. (2008).* Integrative Wirtschaftsethik : Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie (4., vollst. neu bearb. Aufl.). Haupt.
- Wöhe, G., Döring, U., & Brösel, G. (2020).* Einführung in die allgemeine Betriebswirtschaftslehre. (27., überarb. Aufl.). Vahlen.

Sammelbandbeiträge

- IPCC (2021).* Summary for Policymakers. In: Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change [Masson-Delmotte, V., P. Zhai, A. Pirani, S.L. Connors, C. Péan, S. Berger, N. Caud, Y. Chen, L. Goldfarb, M.I. Gomis, M. Huang, K. Leitzell, E. Lonnoy, J.B.R. Matthews, T.K. Maycock, T. Waterfield, O. Yelekçi, R. Yu, and B. Zhou (eds.)]. Cambridge University Press, Cambridge, United Kingdom and New York, NY, USA, pp. 3–32, doi:10.1017/9781009157896.001.
- Masson-Delmotte, V., & Intergovernmental Panel on Climate Change. Working Group I. (2023).* Summary for Policymakers. In Climate change 2021 : the physical science basis : Working Group I contribution to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change (1st ed.). Cambridge University Press.

Aufsätze in wissenschaftlichen Zeitschriften

- Alger, I., & Weibull, J. W. (2013).* HOMO MORALIS—PREFERENCE EVOLUTION UNDER INCOMPLETE INFORMATION AND ASSORTATIVE MATCHING. *Econometrica*, 81(6), 2269–2302. <https://doi.org/10.3982/ecta10637>
- Anderson, P. (2023).* Cobalt and Corruption: The Influence of Multinational Firms and Foreign States on the Democratic Republic of the Congo. *Journal for Global Business and Community*, 14(1). <https://doi.org/10.56020/001c.72664>
- Arnold, D. G., & Bowie, N. E. (2003).* Sweatshops and Respect for Persons. *Business Ethics Quarterly*, 13(2), 221–242. <https://doi.org/10.5840/beq200313215>
- Arnold, D. G., & Bowie, N. E. (2007).* Respect for Workers in Global Supply Chains: Advancing the Debate Over Sweatshops. *Business Ethics Quarterly*, 17(1), 135–145. <https://doi.org/10.5840/beq200717121>
- Arnold, D. G., & Valentin, A. (2013).* Corporate social responsibility at the base of the pyramid. *Journal of Business Research*, 66(10), 1904–1914. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.02.012>
- Axelrod, R., & Hamilton, W. D. (1981).* The Evolution of Cooperation. *Science (American Association for the Advancement of Science)*, 211(4489), 1390–1396. <https://doi.org/10.1126/science.7466396>
- Bernecker, S. (2006).* Kant zur moralischen Selbsterkenntnis. *Kant-Studien*, 97(2), 163–183. <https://doi.org/10.1515/KANT.2006.010>
- Bischoff, I., & Krauskopf, T. (2015).* Warm glow of giving collectively – An experimental study. *Journal of Economic Psychology*, 51, 210–218. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.09.001>
- Bowie, N. E. (1988).* Fair Markets. *Journal of Business Ethics*, 7(1/2), 89–98. <https://doi.org/10.1007/BF00382002>
- Bowie, N. E. (1991).* Challenging the Egoistic Paradigm. *Business Ethics Quarterly*, 1(1), 1–21. <https://doi.org/10.2307/3857590>
- Bowie, N. E. (1998).* A KANTIAN THEORY OF CAPITALISM. *Business Ethics Quarterly*, 8(S1), 37–60. <https://doi.org/10.1017/S1052150X00400060>

- Bowie, N. E., & Dunfee, T. W. (2002).* Confronting Morality in Markets. *Journal of Business Ethics*, 38(4), 381–393. <https://doi.org/10.1023/A:1016080107462>
- Carroll, A. B. (1991).* The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Cole, R., Johan, S., & Schweizer, D. (2021).* Corporate failures: Declines, collapses, and scandals. *Journal of Corporate Finance (Amsterdam, Netherlands)*, 67, 101872. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2020.101872>
- Crisp, R. (2006).* Hedonism Reconsidered. *Philosophy and Phenomenological Research*, 73(3), 619–645. <https://doi.org/10.1111/j.1933-1592.2006.tb00551.x>
- Dahl, R. (2010).* Green Washing: Do You Know What You’re Buying? *Environmental Health Perspectives*, 118(6), A246–A252. <https://doi.org/10.1289/ehp.118-a246>
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995).* The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *The Academy of Management Review*, 20(1), 65–91. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271992>
- Donaldson, T., & Dunfee, T. W. (1999).* When Ethics Travel: The Promise and Peril of Global Business Ethics. *California Management Review*, 41(4), 45–63. <https://doi.org/10.1177/000812569904100401>
- Eichner, T., & Pethig, R. (2020).* Kant–Nash tax competition. *International Tax and Public Finance*, 27(5), 1108–1147. <https://doi.org/10.1007/s10797-020-09597-3>
- Eichner, T., & Pethig, R. (2024).* International environmental agreements when countries behave morally. *Journal of Environmental Economics and Management*, 125, 102955. <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2024.102955>
- Ek Wurzel, B., Boneham, J., Dalton, M. W., Heede, R., Mera, R. J., Allen, M. R., & Frumhoff, P. C. (2017).* The rise in global atmospheric CO₂, surface temperature, and sea level from emissions traced to major carbon producers. *Climatic Change*, 144(4), 579–590. <https://doi.org/10.1007/s10584-017-1978-0>
- Elster, J. (2017).* On seeing and being seen. *Social Choice and Welfare*, 49(3–4), 721–734. <https://doi.org/10.1007/s00355-017-1029-9>

- Epstein, P. R., Buonocore, J. J., Eckerle, K., Hendryx, M., Stout III, B. M., Heinberg, R., Clapp, R. W., May, B., Reinhart, N. L., Ahern, M. M., Doshi, S. K., & Glustrom, L. (2011).* Full cost accounting for the life cycle of coal. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1219(1), 73–98. <https://doi.org/10.1111/j.1749-6632.2010.05890.x>
- Fehr, E., & Gächter, S. (2000).* Fairness and Retaliation: The Economics of Reciprocity. *The Journal of Economic Perspectives*, 14(3), 159–181. <https://doi.org/10.1257/jep.14.3.159>
- Filonchyk, M., Peterson, M. P., Zhang, L., Hurynovich, V., & He, Y. (2024).* Greenhouse gases emissions and global climate change: Examining the influence of CO₂, CH₄, and N₂O. *The Science of the Total Environment*, 935, 173359. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2024.173359>
- Furlow, N. E. (2010).* Greenwashing in the New Millennium. *The Journal of Applied Business and Economics*, 10(6), 22.
- Greenstone, M., Leuz, C., & Breuer, P. (2023).* Mandatory disclosure would reveal corporate carbon damages. *Science*, 381(6660), 837–840. [10.1126/science.add6815](https://doi.org/10.1126/science.add6815)
- Hansmann, H., & Kraakman, R. (2001).* The end of history for corporate law. *The Georgetown Law Journal*, 89(2), 439.
- Hail, L., Tahoun, A., & Wang, C. (2018).* Corporate Scandals and Regulation. *Journal of Accounting Research*, 56(2), 617–671. <https://doi.org/10.1111/1475-679X.12201>
- Heelan, P. A. (1997).* Why a hermeneutical philosophy of the natural sciences?: Hermeneutics and the natural sciences. *Man and World*, 30(3), 271–298.
- Hegselmann, R. (1988).* WOZU KÖNNTE MORAL GUT SEIN? ODER KANT, DAS GEFANGENENDILEMMA UND DIE KLUGHEIT. *Grazer Philosophische Studien*, 31(1), 1–28. <https://doi.org/10.1163/18756735-90000346>
- Helm, D. (2010).* Government failure, rent-seeking, and capture: the design of climate change policy. *Oxford Review of Economic Policy*, 26(2), 182–196. <https://doi.org/10.1093/oxrep/grq006>
- Henrich, J., Boyd, R., Bowles, S., Camerer, C., Fehr, E., Gintis, H., & McElreath, R. (2001).* In Search of Homo Economicus: Behavioral Experiments in 15 Small-Scale Societies. *The American Economic Review*, 91(2), 73–78. <https://doi.org/10.1257/aer.91.2.73>

- Howard-Grenville, J., Buckle, S. J., Hoskins, B. J., & George, G. (2014).* Climate Change and Management. *Academy of Management Journal*, 57(3), 615–623. <https://doi.org/10.5465/amj.2014.4003>
- Hughes, R. C. (2026).* Is Competition Inherently Sleazy? Why the Market Failures Approach Says Yes and Kantian Ethics Says No. *Journal of Business Ethics*, 203(3), 475–487. <https://doi.org/10.1007/s10551-025-06056-z>
- Israel, E. B. (2025).* A Kantian Account of Moral Trust. *Kantian Review*, 30(2), 195–213. <https://doi.org/10.1017/S1369415425000019>
- Jensen, M. C. (1986).* Agency Costs of Free Cash Flow, Corporate Finance, and Takeovers. *The American Economic Review*, 76(2), 323–329.
- Jones, T. M., & Felps, W. (2013).* Shareholder Wealth Maximization and Social Welfare: A Utilitarian Critique. *Business Ethics Quarterly*, 23(2), 207–238. <https://doi.org/10.5840/beq201323215>
- Lamb, W. F., Wiedmann, T., Pongratz, J., Andrew, R., Crippa, M., Olivier, J. G. J., Wiedenhofer, D., Mattioli, G., Khourdajie, A. A., House, J., Pachauri, S., Figueroa, M., Saheb, Y., Slade, R., Hubacek, K., Sun, L., Ribeiro, S. K., Khennas, S., de la Rue du Can, S., ... Minx, J. (2021).* A review of trends and drivers of greenhouse gas emissions by sector from 1990 to 2018. *Environmental Research Letters*, 16(7), 73005. <https://doi.org/10.1088/1748-9326/abee4e>
- Lenz, H. (2020).* Aggressive Tax Avoidance by Managers of Multinational Companies as a Violation of Their Moral Duty to Obey the Law: A Kantian Rationale. *Journal of Business Ethics*, 165(4), 681–697. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-4087-8>
- Lindgreen, A., & Swaen, V. (2010).* Corporate Social Responsibility. *International Journal of Management Reviews: IJMR*, 12(1), 1–7. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00277.x>
- Lund, D. S., & Pollman, E. (2021).* THE CORPORATE GOVERNANCE MACHINE. *Columbia Law Review*, 121(8), 2563–2634.
- Micewski, E. R., & Troy, C. (2007).* Business Ethics: Deontologically Revisited. *Journal of Business Ethics*, 72(1), 17–25. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9152-z>

- Mullins, C. W., & Rothe, D. L. (2008).* Gold, diamonds and blood: International state-corporate crime in the Democratic Republic of the Congo 1. *Contemporary Justice Review* : CJR, 11(2), 81–99. <https://doi.org/10.1080/10282580802057678>
- Oberschelp, C., Pfister, S., Raptis, C. E., & Hellweg, S. (2019).* Global emission hotspots of coal power generation. *Nature Sustainability*, 2(2), 113–121. <https://doi.org/10.1038/s41893-019-0221-6>
- Oreskes, N., & Conway, E. M. (2010).* Defeating the merchants of doubt. *Nature* (London), 465(7299), 686–687. <https://doi.org/10.1038/465686a>
- Preiss, J. (2014).* Global Labor Justice and the Limits of Economic Analysis. *Business Ethics Quarterly*, 24(1), 55–83. <https://doi.org/10.5840/beq20141272>
- Raithel, S., & Schwaiger, M. (2015).* The effects of corporate reputation perceptions of the general public on shareholder value. *Strategic Management Journal*, 36(6), 945–956. <https://doi.org/10.1002/smj.2248>
- Rehg, W. (2023).* Business Firms as Moral Agents: A Kantian Response to the Corporate Autonomy Problem. *Journal of Business Ethics*, 183(4), 999–1009. <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05042-z>
- Rennert, K., Errickson, F., Prest, B. C., Rennels, L., Newell, R. G., Pizer, W., Kingdon, C., Wingenroth, J., Cooke, R., Parthum, B., Smith, D., Cromar, K., Diaz, D., Moore, F. C., Müller, U. K., Plevin, R. J., Raftery, A. E., Ševčíková, H., Sheets, H., ... Anthoff, D. (2022).* Comprehensive evidence implies a higher social cost of CO2. *Nature* (London), 610(7933), 687–692. <https://doi.org/10.1038/s41586-022-05224-9>
- Reynolds, S. J., & Bowie, N. E. (2004).* A Kantian perspective on the characteristics of ethics programs. *Business Ethics Quarterly*, 14(2), 275–292. <https://doi.org/10.5840/beq200414214>
- Robinson, R. (2018).* Duty and Boycotts: A Kantian Analysis. *Journal of Business Ethics*, 149(1), 117–126. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3028-7>
- Roemer, J. E. (2010).* Kantian Equilibrium. *The Scandinavian Journal of Economics*, 112(1), 1–24. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9442.2009.01592.x>

- Roemer, J. E. (2019).* A theory of cooperation in games with an application to market socialism. *Review of Social Economy*, 77(1), 1–28. <https://doi.org/10.1080/00346764.2018.1555647>
- Roussel, E., & Demey, L. (2025).* Strategic Interaction in Kantian Utopia: The Prisoner's Dilemma. *Theoria (Lund, Sweden)*, 91(3), n/a-n/a. <https://doi.org/10.1111/theo.12588>
- Sigmund, K. (2010).* The calculus of selfishness (Princeton series in theoretical and computational biology) (Course Book, Vol. 6, pp. viii–viii). Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400832255>
- Smith, J., & Dubbink, W. (2011).* Understanding the Role of Moral Principles in Business Ethics: A Kantian Perspective. *Business Ethics Quarterly*, 21(2), 205–231. <https://doi.org/10.5840/beq20112121>
- Snyder, H. (2019).* Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Studtmann, P., & Gouri Suresh, S. (2021).* Universalizing and the we: endogenous game theoretic deontology. *Economics and Philosophy*, 37(2), 244–259. <https://doi.org/10.1017/S0266267120000279>
- Supran, G., Rahmstorf, S., & Oreskes, N. (2023).* Assessing ExxonMobil's global warming projections. *Science*, 379(6628), eabk0063. <https://doi.org/10.1126/science.abk0063>
- Svanberg, M. K., & Svanberg, C. F. C. (2021).* Is there Such a Thing as a Good Profit? Taking Conventional Ethics Seriously. *Philosophia (Ramat Gan)*, 49(4), 1725–1751. <https://doi.org/10.1007/s11406-020-00310-6>
- Trivers, R. L. (1971).* The Evolution of Reciprocal Altruism. *The Quarterly Review of Biology*, 46(1), 35–57. <https://doi.org/10.1086/406755>
- Turner, L. (1974).* Multinational Companies and the Third World. In *World today* (Vol. 30, Number 9, pp. 394–402). Oxford University Press.
- Van de Vijver, A. (2022).* Morality of Lobbying for Tax Benefits: A Kantian Perspective. *Journal of Business Ethics*, 181(1), 57–68. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04911-3>

- Vignini, S., & Rusconi, G. (2023).* Business Ethics: Moral or Amoral? An analysis from the perspective of Kantian ethics. *Australasian Accounting, Business & Finance Journal*, 17(3), 23–39. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v17i3.03>
- Varden, H. (2010).* Kant and Lying to the Murderer at the Door... One More Time: Kant's Legal Philosophy and Lies to Murderers and Nazis. *Journal of Social Philosophy*, 41(4), 403–421. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9833.2010.01507.x>
- White, M. D. (2009).* Kantian Ethics and the Prisoners' Dilemma. *Eastern Economic Journal*, 35(2), 137–143. <https://doi.org/10.1057/eej.2008.20>
- Wilkinson, G. S. (1984).* Reciprocal food sharing in the vampire bat. *Nature (London)*, 308(5955), 181–184. <https://doi.org/10.1038/308181a0>
- Wong, G., Greenhalgh, T., Westhorp, G., Buckingham, J., & Pawson, R. (2013).* RAMESES publication standards: meta-narrative reviews. *Journal of Advanced Nursing*, 69(5), 987–1004. <https://doi.org/10.1111/jan.12092>

Webquellen

- Climate Action Tracker. (2024).* *Warming Projections Global Update*. Climate Action Tracker. Germany. Online verfügbar unter: https://climateactiontracker.org/documents/1277/CAT_2024-11-14_GlobalUpdate_COP29.pdf, letzter Zugriff 15.09.2025
- Deutskens, A. (2025).* Zehn Jahre Dieselskandal - und kein Ende in Sicht. Tagesschau. Online verfügbar unter: <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/volkswagen-dieselskandal-zehn-jahre-100.html>, letzter Zugriff 14.01.2026
- Europäische Kommission. (2011).* MITTEILUNG DER KOMMISSION AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT, DEN RAT, DEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTS- UND SOZIALAUSSCHUSS UND DEN AUSSCHUSS DER REGIONEN. Eine neue EU-Strategie (2011-14) für die soziale Verantwortung der Unternehmen (CSR). Online verfügbar unter: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0681>, letzter Zugriff 06.04.2026
- Friedman, M. (1970).* *A Friedman doctrine--The Social Responsibility Of Business Is to Increase Its Profits*. Section SM, 17. Online verfügbar unter: <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>, zuletzt geprüft am 20.09.2025

- Henderson, R., Reinert, S. A., Dekhtyar, P. & Migdal, A. (2018).* Climate Change in 2018: Implications for Business. Harvard Business School. <https://courseware.cutm.ac.in/wp-content/uploads/2020/06/climate-change-2018-Harvard-Business-School-1.pdf>
- Misser, F. (2023).* Uranabbau in Niger. Da strahlt das Land. <https://taz.de/Uranabbau-in-Niger/!5953147/>, zuletzt geprüft am 24.02.2026
- Pies, I., & Sardison, M. (2005).* Wirtschaftsethik: Diskussionspapier, No. 2005-2, ISBN 3-86010-768-2, Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik, Lutherstadt Wittenberg, <https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:gbv:3:2-1189>, zuletzt geprüft am 11.12.2025
- IPCC (2021).* Summary for Policymakers. In: Climate Change 2021. Online unter: <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg1/figures/summary-for-policymakers/figure-spm-1.>, zuletzt geprüft am 04. 03. 2026
- ZEIT ONLINE, Reuters, AFP, dpa. (2015).* Was wir über den Abgasskandal wissen. <https://www.zeit.de/wirtschaft/2015-09/vw-abgase-manipulation-faq>, zuletzt geprüft am 24.02.2026

9 Anhang

Abstract

This paper examines the tension between corporate profit maximization and moral responsibility from a Kantian perspective. The starting point is the observation that, under competitive conditions, firms have systematic incentives to externalize social and environmental costs a situation that can be modeled in game theory as a prisoner's dilemma. A semi-systematic literature review was conducted as the research method. The results show that the Kantian equilibrium reached in this tension allows for Pareto-more-efficient cooperative outcomes than the Nash equilibrium under certain conditions but does not constitute an automatic solution to the prisoner's dilemma. A genuine resolution of the dilemma requires the internalization of moral principles as a categorical duty, not as a strategic instrument. The study concludes that profit maximization and morality are not irreconcilable opposites but can become complementary under the condition of Kantian-based corporate governance.

Keywords: *Kantian business ethics, categorical imperative, prisoner's dilemma, profit maximization, cooperation dilemma*