

Weber, Der Unternehmer

GESELLSCHAFT - KIRCHE - WIRTSCHAFT  
Herausgegeben von der  
INTERNATIONALEN STIFTUNG HUMANUM

Bd. 7

Der Unternehmer  
von  
Prof. DDr. Wilhelm Weber

# DER UNTERNEHMER

Eine umstrittene Sozialgestalt  
zwischen Ideologie und Wirklichkeit

von

Prof. DDr. Wilhelm Weber

PETER HANSTEIN VERLAG GMBH · KÖLN

ISBN 3 - 7756 - 7556 - 6

Alle Rechte vorbehalten. Ohne ausdrückliche Genehmigung des Verlages ist es auch nicht gestattet, das Buch oder Teile daraus fotomechanisch zu vervielfältigen.

© Peter Hanstein Verlag GmbH Köln-Bonn 1973. Druck: Franz Jakel, Sinzig.

## *Inhaltsverzeichnis*

Vorwort	7
I. DER UNTERNEHMER ZWISCHEN MAGIE, RELIGION UND IDEOLOGIE	
1. Der Unternehmer als Magier	9
2. Der Unternehmer als Sündenbock und Sünder	16
3. Der Unternehmer im Fangnetz von Vorurteil, Unkenntnis und Ideologie	22
a) Die Intellektuellen und die Wirtschaft	22
b) Der Unternehmer im Urteil der Kirche und der Theologie: Fehlanzeige	24
c) Der Fehlstart der klassischen Nationalökonomie	25
d) Die Intellektuellen als „Unternehmer“	31
e) Der „machtbesessene Kapitalist“	32
f) Zweierlei Macht	36
g) Der angebliche „Interessenmonismus“ des privaten Unternehmens	37
II. DIE HERKUNFT HEUTIGER UNTERNEHMER UND IHR BILD IN DER ÖFFENTLICHKEIT	
1. Woher kommen Unternehmer heute?	41
2. Das Bild des Unternehmers in der Öffentlichkeit	47
a) Vorüberlegungen	47
b) Die veröffentlichte Meinung	51
c) Das Fern- und Nahbild vom Unternehmer	53
III. ENTIDEOLOGISIERUNG DES UNTERNEHMERS	
1. Wer ist Unternehmer?	58
a) Der Unternehmerbegriff der öffentlichen Meinung	58

## Inhaltsverzeichnis

b) Der „positionale“ Unternehmerbegriff (B. Biermann)	59
c) Der ökonomische Unternehmerbegriff	61
d) Der rechtliche Unternehmerbegriff	63
2. Was hat ein Unternehmer zu tun?	69
3. Der Unternehmer in der Marktwirtschaft: Garant von Leistung, Wettbewerb und Freiheit	71
4. Der „Profit“	79
a) Alle sind „profitstrebig“	79
b) Wie hoch sind die Unternehmergewinne?	81
c) Die Funktionen des Unternehmergewinns	84
5. Wer soll Unternehmer sein?	87
6. Der Unternehmer und seine Mitarbeiter	91
7. Unternehmer und Schule (Bildung)	96
8. Unternehmer und Kirche	100
9. Die Selbstdarstellung des Unternehmers	107
 Anmerkungen	 112
 Literaturhinweise	 126

## VORWORT

*Man (darf) bald auch den Kapitalismus zu den ungerecht Bedrängten rechnen, deren die Diener der Kirche um der Gerechtigkeit willen sich anzunehmen haben.*

*Oswald von Nell-Breuning, 1929*

Nach einem atemberaubenden wirtschaftlichen Wiederaufbau seit 1948, der unbestritten unter den Auspizien einer ausgeprägten „Unternehmerwirtschaft“ stand, geht bei Deutschlands Unternehmern seit einiger Zeit das Gespenst der Resignation um. „Mancher Unternehmer stellt sich in der Tat die Frage, ob seine Arbeit und das Risiko, das er auf sich nimmt, heute noch lohnen. Die Antwort ist nicht selten eindeutig: Verkauf des Unternehmens“<sup>1</sup>.

Ob ganz allgemein stimmt, was man heute gelegentlich hören kann, daß nämlich die verhältnismäßig geringe Zahl der Unternehmen, die sich vererben ließe, nur noch zu einem Drittel einen Erben aus der Familie, zu einem weiteren Drittel einen Käufer findet und zum letzten Drittel liquidieren muß, mag hier dahingestellt bleiben. Unbestreitbar ist jedenfalls, daß immer mehr Unternehmer darüber klagen, daß ihre Söhne keine sonderliche Neigung zeigen, das Geschäft zu übernehmen. „Krisenmentalität“ wäre vielleicht ein zu starkes Wort für diesen Geisteszustand; aber zunehmende Rollenunsicherheit dürfte den Sachverhalt ziemlich genau treffen.

Neben pessimistischen Zukunftserwartungen, was die Entwicklung der freien Marktwirtschaft betrifft, steht der sich verstärkende Eindruck einer reservierter, ja sogar feindlicher werdenden Umwelt<sup>2</sup>. Die pausenlosen Angriffe auf den „Leistungsdruck“ und auf den „Konsumzwang“, mit denen die „Sünden“ des „Kapitalismus“, das heißt aber der freien Unternehmerwirtschaft angeprangert werden sollen, gehören zu diesen negativen Erfahrungen und Erwartungen ebenso wie die Furcht, daß einzelne Gewerkschaften ihre Rolle als Ko-Stabilisatoren unserer freiheitlichen Gesellschaftsordnung unter dem Druck radikaler Minderheiten immer mehr einbüßen könnten, eine Befürchtung, die seit dem Herbst 1969 (der gewerkschaftliche Fehlschlag bei Hoesch/Dortmund) leider nur zu berechtigt ist. Hier dürfte auch einer der Hauptgründe dafür liegen, wenn Unternehmer bei einzelnen Gewerkschaften über nachlassende Bereitschaft zur Diskussion, über zunehmende dogmatische Starrheit und über sich mehrende Versuche

klagen, anstelle von Sachargumenten immer mehr die Macht der Organisation auszuspielen<sup>3</sup>.

Resignation und Rollenunsicherheit vieler Unternehmer dürften ihre Konsequenzen allerdings eher aus dem negativen Bild ziehen, das die „veröffentlichte Meinung“ vieler Massenmedien, zahlreicher Intellektueller und auch einiger Kirchenmänner von ihnen zeichnet, als aus der öffentlichen Meinung der Mehrheit der Bevölkerung, auch der Industriearbeiterschaft, die gerade in der letzten Zeit ein selbst für Sachkundige unerwartet positives Bild vom Unternehmer registrieren läßt<sup>4</sup>.

Wer etwas Positives über den Unternehmer aussagen will, muß nicht nur gegen den Trend der veröffentlichten Meinung von heute angehen, sondern gegen fast dreitausend Jahre Geschichte aufstehen.

Kein Gruppenstereotyp ist im Laufe der Geschichte bis auf den heutigen Tag so konstant als Negativsymbol geprägt worden wie „der Unternehmer“, in früheren Jahrhunderten „der Händler“ oder „der Kaufmann“. Zum negativen Bild des Unternehmertums in der Geschichte und heute haben ebenso beigetragen die Schriften des Alten Testaments wie der eifernde Unmut des *Aristoteles* (in der Nachfolge Platons) gegen das Gelddenken seiner Zeit und die dadurch angeblich bewirkte Zerstörung der „natürlichen“ Gesellschaftsordnung, die Lehre *Jesu* über die Reichen ebenso wie der grandiose theoretische Fehlstart der klassischen Nationalökonomie einschließlich *Karl Marx*, der brasilianische Erzbischof *Dom Hélder Câmara* ebenso wie *Rudi Dutschke*.

Es ist eigentlich erstaunlich, daß in der Diskussion um das Unternehmerbild diese merkwürdigen und „unheiligen Allianzen“ in Geschichte und Gegenwart noch nicht Gegenstand einer besonderen und ausführlicheren Erörterung geworden sind. Eine genauere Analyse dieses merkwürdigen Phänomens dürfte vermutlich zutage fördern, daß man dem eigentlichen Problem der säkularen Unternehmerfeindlichkeit ohne einen Vorstoß in anthropologische Tiefenschichten wohl kaum jemals befriedigend wird beikommen können. Ein Parallellfall in der Geschichte scheint nur noch beim Antijudaismus vorzuliegen, dessen Variante der ökonomisch argumentierenden Judenfeindschaft übrigens auffallende Analogien zur Unternehmerfeindlichkeit aufweist<sup>5</sup>.

Es kann nun nicht die ehrgeizige Aufgabe und der Anspruch der folgenden Überlegungen sein, einen Vorstoß ins Reich der Anthropologie zu unternehmen. Das Ziel ist viel bescheidener gesteckt und besteht darin, einige Richtungen aufzuzeigen, nach denen hin tiefer geforscht werden könnte, vielleicht auch einige Elemente zu liefern, die sich in Zukunft als Bausteine für ein umfassenderes und möglichst ideologiefreies Bild vom Unternehmer verwerten lassen.

## I. DER UNTERNEHMER ZWISCHEN MAGIE, RELIGION UND IDEOLOGIE

### 1. Der Unternehmer als Magier

Es mag auf den ersten Blick merkwürdig erscheinen, eine für die moderne durchrationalisierte Gesellschaft so typische Figur wie die des Unternehmers mit Magie oder magischem Bewußtsein in Verbindung zu bringen. Und doch dürfte es nicht allzu schwer sein, Relikte magischen Denkens auch noch in der Unternehmerfeindlichkeit unserer Gegenwart zu entdecken, ganz zu schweigen von der Vergangenheit.

Magisches Bewußtsein hat verschiedene Wurzeln. Eine der wichtigsten ist das Mißtrauen gegenüber Menschen, die eine „geheiligte“ oder „natürliche“ Ordnung in Frage stellen oder aus den Fugen bringen, indem sie Neuerungen einführen. Der Soziologe *Dieter Claessens* schreibt: „Das Festhalten an vererbten Lebensformen ist eng verbunden mit der Angst vor magischen Nachteilen, die bei einer Veränderung auftreten könnten“<sup>1</sup>.

Nun ist der „Unternehmer“ einer der kreativen Typen in der Menschheit schlechthin, der alte Ordnungen „entzaubert“, indem er Neuerungen, das heißt aber Veränderungen durchsetzt. Kein Wunder, wenn ihm seit alters böse, zerstörerische Kräfte zugeordnet wurden, die ans Magische grenzen. *Émile Durkheim* bringt ganz allgemein wirtschaftliche Aktivität und Magie in Beziehung zueinander, wenn er schreibt, „daß die Grundkategorien des Denkens und demzufolge der Wissenschaft religiöse Ursprünge haben. Wir sahen, daß es das gleiche bei der Magie ist und folglich bei den verschiedenen Techniken, die davon abgeleitet werden. — (Fußnote dazu:) Eine einzige Form der sozialen Aktivität wurde noch nicht ausdrücklich mit der Religion in Verbindung gebracht: die wirtschaftliche. *Indes haben ihre Techniken, die von der Magie herrühren, dadurch schon indirekte religiöse Ursprünge (Hervorhebung v. Verf.)*. Mehr noch: der wirtschaftliche Wert ist eine Art Macht, etwas Wirkungsvolles, und wir kennen die religiösen Ursprünge des Machtgedankens. Der Reichtum kann zum *Mana* (= über- oder außernatürliche Macht; Verf.) geleiten; folglich hat er davon“<sup>2</sup>.

Ganz fugenlos paßt in diesen Zusammenhang auch *Fritz Redlich*s Wort vom Unternehmer als „dämonischer“ Figur<sup>3</sup>. Redlich fühlte sich hierzu angeregt durch *Paul Tillich*, der als Spezifikum des „Dämonischen“ die Macht der Zerstörung in engster Verbindung mit dem Schöpferischen sieht. Nun aber tritt Zerstörung und Schöpfung oder gar — para doxan —

Schöpfung durch Zerstörung (*Schumpeter* spricht geradezu von „schöpferischer Zerstörung“) nirgendwo so klar und eindeutig zutage wie im Wirtschaftlichen, speziell in der unternehmerischen Wirtschaft. „Eine korrekte Geschichte und Analyse des Unternehmertums muß sowohl seinen schöpferischen als auch seinen destruktiven Aspekt ans Licht ziehen. Dazu ist Paul Tillichs Begriff des *Dämonischen*<sup>4</sup> hervorragend geeignet“<sup>5</sup> . . . „Tillich hat klargemacht, daß das Dämonische nur in Persönlichkeiten Macht erlangt und zur Erfüllung kommt, so daß man mit Recht vom Unternehmer als einer dämonischen Figur sprechen kann. In ihm wohnt jene ‚schöpferisch-destruktive‘ Kraft, die man auf dem Gebiet der Wirtschaft am Werk sieht“.<sup>6</sup>

Es ist kein Zufall, daß über Jahrtausende hinweg, bis in die Elementarschulbücher unserer unmittelbaren Gegenwart hinein, das Leben des braven Landmannes, des seine Scholle bearbeitenden und in Zufriedenheit mit Gott, der Welt und sich selbst, sein Brot verzehrenden Bauern, als das Ideal menschlicher Lebensführung galt, und das über die verschiedensten Kulturen hinweg. In der Antike, in vielen vor- und außerchristlichen Kulturen, die in wirtschaftlicher Betätigung eher etwas Ehrenrühriges, eines freien Mannes Unwürdiges erblickten, konnte oft nur die Tätigkeit des Bauern Gnade finden. „Da dem Parsismus (= *altpersische Religion*; *Verf.*) nur der beackerte Boden als magisch ‚rein‘, der Ackerbau also als das absolut Gottgefällige galt, so hat er auch nach der stark umgestaltenden Adaptierung an den Alltag, den er gegenüber der Urprophetie bedeutet, einen ausgeprägten agrarischen und infolgedessen in seinen sozialemischen Bestimmungen einen spezifisch antibürgerlichen (!) Zug beibehalten“.<sup>7</sup> — Das „Lob des Landmannes und des Ackerbaus“ bei *Cicero* und *Vergil* ist dem Humanisten geläufig<sup>8</sup>.

In welchem Maße materieller Erfolg, wirtschaftliche Führungsqualitäten, die auf Talent, Initiativkraft, Innovationsgeist beruhen, bei der eingeborenen Bevölkerung in Entwicklungsländern mit magischen Vorstellungen verknüpft und neidisch beargwöhnt werden, das bestätigen inzwischen zahlreiche Studien<sup>9</sup>. „So hat *Cyril S. Belshaw* bei den südlichen Massim, einem Inselvolk in Melanesien, beschrieben, wie der Neiddruck den Anführer, das unvermeidliche Übel, so gängelt, daß er im Interesse der Gleichheit oder aus Furcht, selber an einer Neuerung sichtlich zu profitieren, manchmal gerade solche Unternehmungen unterläßt oder abbricht, die für den wirtschaftlichen Aufstieg der gesamten Gemeinde zweckmäßig gewesen wären“.<sup>10</sup>

Die auf magischen Vorstellungen beruhende Ablehnung von gesellschaftlichen Neuerern geht in vielen Fällen mit Entartungstheorien einher, die nach „Schuldigen“ für die Entartung von als „natürlich“ angesehenen

Gesellschaftsverfassungen fahnden. Sehr deutlich ist dies nachweisbar bei *Aristoteles*. „Man wird (Aristoteles) als den ersten großen abendländischen Denker bezeichnen müssen, der die gesellschaftliche Rolle des Geldes in klarer, wenn auch durch seine aristokratische Überzeugung und den Glauben an die Naturgesetzlichkeit der Sklaverei bedingter Weise erkannt hat. Im 1. Buche der Politik, am Schlusse des 9. und am Anfang des 10. Kapitels zeigt er, welches die Folgen der Einführung des Geldgebrauches sind. Die Einführung des Geldes, so ungefähr ist der Gedankengang, verdrängt die Haushaltskunst oder Ökonomie, die der Natur gemäß ist (!) und setzt an ihre Stelle die Erwerbskunst, die nur einen Weg des Erwerbs kennt, den gewinnbringenden Warenumsatz“. <sup>11</sup> „Die krämerhafte Erwerbskunst, die ihren Zweck in immer größerer Vermehrung des Geldbesitzes erblickt, hat nun aber, wie der Weise mit eiferndem Unmut feststellt, auch die hauswirtschaftliche Erwerbskunst angesteckt, ja das ganze politische, wirtschaftliche und künstlerische Leben ergriffen, so daß sich ‚alles Dichten und Trachten auf den Gelderwerb richtet‘. So greift die Chrematistik um sich und untergräbt die politischen Tugenden: Wehrwillen und Bürgersinn und gefährdet gleichermaßen Volk und Staat“. <sup>12</sup>

Nicht das Geld als solches, dessen Bedeutung und Notwendigkeit für den wirtschaftlichen Verkehr Aristoteles klar erkannt hatte, sondern das Aufkommen einer die ganze Gesellschaft durchziehenden Geldgesinnung war Zielscheibe der aristotelischen Kritik. Man kann den Scharfsinn des Stagiriten kaum genug bewundern, mit dem er nicht nur die integrierende, sondern auch die gerade für eine von ihm selbst als „natürlich“ empfundene Gesellschaftsverfassung zerstörende oder auflösende Kraft der Geldfunktion erkannt hatte. Die dem traditionsbefrachteten Denken einer ständisch geschichteten Gesellschaftsverfassung diametral entgegengesetzte traditionslose und dynamische, auf der ständigen Verwertung von Geld-Kapital aufbauende Wirtschaftsgesinnung mußte wesensgemäß als Fremdkörper empfunden werden. So hat Aristoteles mit seiner eifernden Kritik an dem Gelddenken seiner Zeit, an der Chrematistik, für mehr als zwei Jahrtausende ein moralisches Verdikt über einen Berufsstand verhängt, der es auch heute immer wieder zu spüren bekommt, nämlich über den Kaufmannsstand, modern ausgedrückt: über den Stand und Beruf des Unternehmers.

Der Unternehmer als der Zerstörer der „natürlichen“ Gesellschaftsordnung: das ist das Fazit der aristotelischen wirtschaftlich argumentierenden Entartungstheorie. Ist aber, was durchaus richtig eingeschätzt wurde, eine voll ausgebildete Geldfunktion gleichzeitig Bedingung und Signatur einer dynamischen, arbeitsteiligen, marktwirtschaftlichen, die einzelnen Wirtschaftser in rechtliche Freiheit entlassenden Gesellschaftsverfassung, dann müßte auch

der Umkehrschluß möglich sein, „daß persönliche Abhängigkeiten von der Hörigkeit bis zur Sklaverei unvermeidbare Begleiterscheinungen einer Wirtschaft mit unentwickelter Geldfunktion sind“. <sup>13</sup> Von dieser Überlegung her fällt ein interessantes Licht auf die durchgängig unterentwickelte Geldfunktion in allen Ländern mit zentraler Verwaltungswirtschaft. Das treffende Worte *Dostojewskis* „Geld ist geprägte Freiheit“ gilt natürlich nur von einem voll funktionsfähigen Geld. Zu voller Funktion kann das Geld aber nur eine voll und frei funktionierende Wirtschaft bringen. Der Gütegrad des Geldes ist identisch mit seinen Freiheitsgraden (= Konvertierbarkeit im allerweitesten Sinne). Wenn man das weiß, hat man zugleich die Antwort auf die Frage, weshalb Geld aus Ländern mit unterentwickelter wirtschaftlicher Freiheit oft geringwertiger ist und zurückgewiesen wird. Entartungstheoretische Ansätze im Zusammenhang mit freier Marktwirtschaft und privater Unternehmerinitiative sind auch aus dem romantischen Wirtschaftsdenken bestens bekannt. „Adam Müller <sup>14</sup> bekämpfte mit zerschmetternder Wucht die Naturrechtstheorie und Adam Smith's individualistische Auffassung von der Wirtschaft, diese ‚Lehre von der allmählichen, radikalen Zersetzung, Auflösung und Dismembration (!) des Staates‘ <sup>15</sup> und der Volkswirtschaft“. <sup>16</sup> „Im einzelnen bekämpfte *Adam Müller* Smith's Lobpreisung des *Wettbewerbs* als bildender Kraft der Volkswirtschaft und stellte ihr die lebende Kraft (!) des persönlichen Zusammenhanges aller Glieder der Gemeinschaft in der Zunft- und Gutswirtschaft entgegen“. <sup>17</sup>

Kein Wunder, daß die Romantik eine ausgeprägte Epoche der Judenfeindlichkeit war. „Auch für die Judenfeindschaft als Ausdruck einer allgemeinen Handelsfeindlichkeit ist von der Wirkung der romantischen Gesellschaftskritik auszugehen . . . Der in der neueren schöngeistigen Literatur verbreitete Stereotyp des Händlers und Kaufmanns kann doch selbst auch nur als ein massives Vorurteil bezeichnet werden — so korrigierend dieses Stück Gesellschaftskritik auch immer wirken mag. Wo sich die Handelsfeindlichkeit aber darauf beruft, daß in der ‚natürlichen‘ und ‚guten‘ alten Zeit der Kaufmann und Händler eine mit Recht geringgeachtete Rolle gespielt habe, wird auch diese Aussage wieder zu einem historischen Irrtum . . .“. <sup>18</sup>

Auch *Werner Sombart* „sah den Ursprung des Kapitalismus in der Geldleihe. Diese wiederum sei ein durchaus jüdisches ‚Geschenk‘ an das Abendland, dessen ‚Natürlichkeit‘ dadurch zerstört, dessen ‚Wesen‘ dadurch korrumpiert worden sei“. <sup>19</sup> „Wo nicht mehr spezieller gegen bestimmte ‚Vergehen‘, sondern allgemein gegen die ‚Verwirtschaftlichung‘ des Lebens durch die Juden argumentiert wird, läßt sich der Antisemitismus oft auf den

Nenner einer zwar wenig differenzierten, aber um so tragfähigeren Bewegung gegen die geltende Wirtschaftsverfassung bringen“.<sup>20</sup> „Herausgefordert werden Kräfte, die eine andere Entwicklung wollen als die, der sich die Juden bereits angepaßt haben, Kräfte, die entweder andere Wirtschaftsinteressen vertreten oder aber ‚ordnende‘ Kräfte, die keinen wirtschaftlichen Notwendigkeiten die Entscheidung über ‚die richtige Wirtschaftsweise‘ überlassen wollen. Die Zinsfrage gehört zu den wichtigsten Problemen der kapitalistischen Wirtschaftsordnung. Sie eignet sich schon deshalb ganz besonders zur Kombination mit anderen Problemen“<sup>21</sup>, zum Beispiel eben mit der Judenfeindschaft.

Mit diesen Beispielen aus der Geschichte mag es sein Bewenden haben. Aus allen wird sichtbar, daß es über die Zeiten und Kulturen hinweg eine kritische Grundströmung gegen Menschen, einzelne wie Gruppen, gibt, die angeblich „geheiligt“, „natürliche“, „traditionelle“ Gesellschaftsformen durch ihren Innovationsgeist in Frage stellen. Indem sie gegen die „Natur“ verstoßen, werden sie zu Außenseitern der Gesellschaft, zu bösen Magiern, denen gegenüber man auf der Hut zu sein hat, die man bändigen muß.

Die für unsere Zeit interessierende Frage lautet, ob auch heute noch Relikte magischen Denkens in der teilweise als irrational und emotional erscheinenden Unternehmerfeindlichkeit am Werke sind. Gerade die, die es möglicherweise betreffen könnte, werden sich dagegen wehren wollen. Allerdings muß man sehen, daß auch die Magie in unseren Breiten einem Säkularisierungsprozeß unterlegen ist, und leicht könnte daher jemand auf den Gedanken kommen, magisches Denken liege ihm völlig fern, obwohl es bei ihm nur eine säkularisierte Form angenommen hat.

Weiter oben war die Rede davon, daß magisches Denken, magisches Bewußtsein verschiedene Wurzeln hat. Eine der wichtigsten Wurzeln ist Unwissenheit bzw. Halbwissen. Unwissenheit und Halbwissen provozieren eine Auffüllung des Informationsvakuums mit irrationalen Vorstellungen magischen oder quasi-magischen Charakters. Der Soziologe *Lars Clausen* deutet diesen Vorgang so: „Man kann diese Auffüllung der unbekannteren Welt mit magischen Großmächten als ‚Sekundäre Magisierung‘ bezeichnen“.<sup>22</sup> Die Entwicklung „universal-magischer Vermutungen“ ist als ein Versuch der Stabilisierung in einer unbekannteren oder nur wenig bekannten Umwelt, als eine „magische ‚Reduktion von Komplexität‘“<sup>23</sup> zu begreifen.

Angesichts der Wissensexplosion in unserer „wissenschaftlichen Zivilisation“ (*H. Schelsky*) schwillt der Anteil des „Wissens aus zweiter Hand“ notwendig immer mehr an. Der Überblick wird selbst für Experten auf dem Tag für Tag spezialisierter und enger werdenden Feld ihres Fachgebietes

immer schwieriger. Das gilt erst recht für alle die Wissensgebiete, in denen die Menschen nur noch „Allgemeinbildung“ besitzen. Die weißen Flecken in der Landschaft des Wissens werden für den einzelnen immer zahlreicher und immer größer. Daraus folgt: „Meinung muß Wissen immer häufiger ersetzen“. <sup>24</sup>

Auf die Konsequenzen hat *Hans Freyer* schon vor vielen Jahren hingewiesen: „Die einfache Tatsache, daß jeder in Kreisläufe eingestellt ist, die er nicht übersehen kann, die ihn aber vital betreffen, muß die Folge haben, daß er beständig verführt, ja gezwungen ist, Urteile zu fällen, und was noch schlimmer ist, Gefühle und Gesinnungen zu hegen gegenüber Realitäten, die seine intellektuelle und affektive Sphäre bei weitem übersteigen und die durch konkrete Erfahrung gar nicht verifizierbar sind . . . Es ist eine fatale Dialektik, daß Systeme, die als solche hochrationalisiert sind, eine konkrete Vernünftigkeit im einzelnen Menschen gerade nicht erzeugen, sondern verhindern“. <sup>25</sup>

Die Überfülle an Wissen und noch viel mehr an Halb- und Viertelswissen produziert ein Übermaß an „Meinen“. Die sich an die Stelle von Einsicht und Rationalität vordrängenden vereinfachenden Bilder und Ideologien dürften in vielen Fällen nur Ausdruck einer „Arroganz der Hilflosigkeit“ (*H.-D. Ortlieb*) und Desorientiertheit in einer immer komplizierter werdenden Welt sein. Hier können dann die Ideologen und Manipulatoren der „veröffentlichten Meinung“ ihren Weizen reifen lassen.

Bei mangelndem Informationsfluß zwischen sozialen Gruppen findet sich oft magische Zuschreibung (vor allem von „Macht“, dem magischen Fetisch par excellence) — zu denken wäre etwa an Anwürfe des Priesterbetrugs und Herrenbetrugs oder, moderner ausgedrückt, an Tücken des „Establishments“. <sup>26</sup> Rudimente überalterten Klassenbewußtseins tragen vielfach magische Züge. Mit deutlicher und überzeugender Anspielung auf die Art der Austragung von Konflikten in unserer gegenwärtigen Gesellschaft bemerkt *Clausen*: „Rationalität kann in einer Gesellschaft so verbreitet sein, wie sie will — solange soziale Konflikte Opfer der beiden Seiten zugunsten einer ‚rationalen‘ Entscheidung verlangen, wird die Produktion korrigierender magischer Meinungsbilder von Kausalität naheliegen und wahrscheinlich auch rational rätlich sein. Dann werfen sich beide Seiten taktisch und gläubig ‚Ungewaschenheit‘ oder ‚Muff‘ vor. Auch unsere Industriegesellschaft wird also Magie immer neu kreieren — wenngleich unter wechselnden Namen“. <sup>27</sup>

Daß gerade das moderne Wirtschaftsleben, die enorme Komplexität einer hochgradig arbeitsteiligen Marktwirtschaft einer „sekundären Magisierung“ besondere Angriffsflächen bietet, dürfte einleuchten. „Es gibt . . . kaum

einen anderen Lebensbereich, in dem die breite Öffentlichkeit einerseits so wenig Einsicht in Zusammenhänge und Gesetzmäßigkeiten hat, andererseits aber so unbefangen mitredet“.<sup>28</sup> Der Versuch einer gezielten Information könnte hier nur auf sehr lange Sicht, und wenn er systematisch über die allgemeine Schulbildung unternommen würde, Remedur schaffen. Für effektive Schnellkurse ist ein so komplexes Gebilde wie die moderne Wirtschaft wohl kaum geeignet, da Menschen sich nicht gern von ihren Vorurteilen und Stereotypen abbringen lassen.

Das ist übrigens eine weitere wichtige Signatur magischen Denkens, auch im Gewande der säkularisierten oder „sekundären“ Magie, daß nämlich eine Entmagisierung des Denkens außerordentlich schwierig ist. „Der magische Mensch ist vom Dunkel des Geheimnisses fasziniert. Es bereitet ihm Schmerz, wenn eine mysteriöse Erscheinung als natürlicher Vorgang aufgewiesen wird“.<sup>29</sup> Immer wieder kann man es erleben, daß Menschen, auch sogenannte „Intellektuelle“, verärgert oder böseartig reagieren, wenn man bestimmte Erscheinungsformen des wirtschaftlichen Lebens, etwa den inkriminierten „Profit“ des „Kapitalisten“, unter die einfachen Regeln des kleinen Einmaleins subsumiert. Man läßt sich seine lieb gewordenen Vorstellungen über den „profitgierigen Kapitalisten“ eben nicht gern „entzaubern“.

Im Kolloquium der Walter-Raymond-Stiftung, das vom 6.—8. Mai 1971 in Bad Nauheim stattfand, hat *Otto B. Roegele* in einem Diskussionsbeitrag treffend auf den Widerstand hingewiesen, den viele Menschen, gerade auch Intellektuelle, mehr gefühls- als vernunftmäßig solchen Lebensbereichen entgegen bringen, in denen die Gesetze der Grundrechenarten von Addition und Subtraktion gelten. Daß sich dieser Widerstand heute verbal in marxistisch-sozialistische Beschwörungsformeln kleidet, ist von der Logik her unbedeutend, wenn auch angesichts der weltpolitischen Situation äußerst gefährlich. „Wir müssen uns ein wenig von der Vorstellung lösen, es ginge hier um die Notwendigkeit, die klassische Argumentation von Sozialismus und Kommunismus zu widerlegen . . . Es geht um etwas viel Fundamentaleres; es geht erstens um das, was hier Leistungsgesellschaft genannt wurde, und es geht zweitens um die Argumentation gegen alle Lebensbereiche, in denen nachprüfbar Gesetze gelten. Darum befiehlt man auch die Wirtschaft als etwas so Entsetzliches, weil man hier Gesetze hat, gegen die man auch mit der schönsten Ideologie, mit dem herrlichsten Wunschenken und mit den aus der tiefsten Triebseele kommenden Vorstellungen nicht durchkommt. Da gibt es dann am Schluß eine Bilanz mit Zahlen, und die sind rot oder schwarz. Deshalb wendet sich sozusagen der ‚ganze Mensch‘ gegen diesen Lebensbereich“.<sup>30</sup>

Ganz analog wie bei der ursprünglichen Magie sind auch die Abwehrpraktiken im säkularisierten oder „sekundären“ magischen Denken. Eine große Rolle spielt bei der Abwehr oder Bannung magischer Kräfte das Hersagen von als mit Kraft erfüllt gedachten Worten, Formeln und Gesängen sowie rhythmische Geräusche und Bewegungen. In diesem Sinne lassen sich viele Protestsongs und Demonstrationsformen, das gebetsmühlenartige Nachplappern von fast rituellen Charakter annehmenden „liturgischen“ Formeln wie „System“, „Establishment“, „Repression“, „Ausbeutung“, „Frustration“, „Kapitalismus“ und dergleichen mehr mühelos als Beschwörungsformeln im Dienste magischen Schaden- oder Abwehrzaubers deuten. Den Abwehrzauber kann theoretisch jeder, in der Praxis aber nur der üben, der über die nötigen „Kenntnisse“ (= Zauberformeln) verfügt. Wer diese Kenntnisse besitzt, ist der „aufgeklärte“ Mensch, der die Magie der bösen gesellschaftlichen Mächte bannt<sup>31</sup>. Die Namen der modernen Hexenmeister, die die Zaubersprüche liefern, sind weltweit bekannt, und ihre Lehrlinge sind Legion.

Kaum eine andere Sozialgestalt hat sich im Lauf der Geschichte bis auf den heutigen Tag besser für magische und dämonische Verdächtigungen angeboten als der Händler, der Kaufmann, vor allem der neuzeitliche Unternehmer, der die bukolische Idylle lyrisch gestimmter romantischer Vorstellungen vom „einfachen Leben“ in einer kleinen heilen Welt durch seine innovatorischen Initiativen, durch seine „schöpferische Zerstörung“ immer wieder in Frage stellt. Und es besteht unter dem Eindruck zunehmender „sekundärer Magisierung“ in unserer Gesellschaft wenig Aussicht, daß sich daran so bald etwas ändern könnte.

## *2. Der Unternehmer als Sündenbock und Sünder*

„Den Bock aber, auf den das Los für Azazel gefallen ist, soll er lebend vor den Herrn stellen, damit er an ihm die Sühne vollziehe und ihn für Azazel in die Wüste schicke“ ... „Aaron lege dem lebenden Bock seine beiden Hände auf den Kopf und bekenne über ihm alle Verschuldungen der Israeliten und alle Übertretungen, die sie begangen haben. Er lade sie auf den Kopf des Bockes und lasse diesen durch einen bereitstehenden Mann in die Wüste bringen. So soll der Bock alle ihre Verschuldungen mit sich fort in eine abgelegene Gegend tragen. In der Wüste lasse man dann den Bock los“ (Lev. 16, 10; 21-22).

Die hier beschriebene Sündenbock-Zeremonie, die alljährlich am Jom Kipur, dem Versöhnungstage der Israeliten mit Jahwe, stattfand, scheint archaischen Ursprungs zu sein. „Der Ritus, durch ein Tier Sünde, Beflek-

kung oder Krankheit zu entfernen, findet sich bei vielen Völkern (vgl. auch Reinigung von Aussatz, Lev. 14, 2-9)<sup>1</sup>. Es scheint sich um eine in anthropologische Tiefenschichten weisende Symbolhandlung mit quasi-sakramentalem Charakter zu handeln. Entsühnung, Heiligung durch Beladen eines anderen mit den eigenen Vergehen (Menschenopfer). Nach und nach wird dann dieser andere selbst zum bösen, sündhaften Dämon. „In der späteren apokalyptischen Literatur erscheint Azazel als verderbbringender Dämon, der mit dem sündenbeladenen Bock vielfach identisch ist. Bei Hen(och) ist er Führer der gefallenen Engel“.<sup>2</sup>

Auch das heute manchmal noch übliche symbolhafte Verbrennen von Puppen, die einen lebenden Menschen von meist hoher gesellschaftlicher Position darstellen sollen, dürfte eine säkularisierte Spielart quasi-sakramentaler Selbstentsühnung sein.

Interessant ist, daß in der apokalyptischen Literatur am Ausgang des Alten Testaments Azazel, zu dem der Sündenbock geschickt und der mit ihm schließlich identisch wurde, bei der Ausdeutung von Genesis 6, 1-4 (über die Sittenverderbnis der frühen Menschheit) eine große Rolle spielt und als Erfinder aller Kulturerzeugnisse gilt, welche die Sintflut verschuldet haben (z. B. Schmuckmittel der Frauen, Metall, Waffen usw.)<sup>3</sup>.

Bezeichnend ist hier die Verbindung von kulturkritischer entartungstheoretischer Interpretation wirtschaftlich-kulturellen Fortschritts (Erfindungen, Neuerungen) mit Sünde, Sündhaftigkeit, Sintflut, Androhung von Strafe, wie wir sie auch sonst in den prophetischen Schriften und über das ganze christliche Mittelalter bis zur Gegenwart hin antreffen. In dieser Verknüpfung wird der enge Zusammenhang zwischen Gesellschaft und Religion sichtbar, indem eine Verletzung der vom philosophisch-ethischen Standpunkt aus als „natürlich“ empfundenen Ordnung theologisch-moralisch ins Sündhafte transzendiert wird. Kein Wunder, wenn der Händler, der Kaufmann und schließlich der Unternehmer, der nach dem traditionellen gesellschaftsphilosophisch-ethischen Denken als Magier erschien und verdächtigt wurde, im theologisch-moralischen Verständnis mühelos mit Sünde und sittlicher Minderwertigkeit in Verbindung gebracht wurde und wird. Er erscheint als Sündenbock, auf den alle negativen Erscheinungen der Gesellschaft abgewälzt werden, und als Sünder zugleich. Für die Sündenbockfunktion bietet er sich geradezu an. Sündenbockfunktion kann immer nur eine relativ kleine gesellschaftliche Minderheit ausüben. Mehrheiten oder gar „das Volk“ können niemals Sündenböcke sein, es sei denn im Rahmen wieder größerer Einheiten, in denen sie dann abermals als Minderheiten erscheinen. Ferner muß es sich um eine Gruppe handeln, die als andersartig, als atypisch erscheint, in — zumindest für die

Mehrheit — ideologisch-rationale Formeln nicht auflösbar. Dies ist aber beim Unternehmer der Fall, und wieder ist auffällig die Parallele zur wirtschaftlich argumentierenden Judenfeindlichkeit. Daß die Juden Jahrhunderte hindurch im christlichen Abendland Sündenbockfunktion ausgeübt haben, ist wohl unbestritten, und mit wenigen zeitbedingten Abweichungen enthalten die „Sündenkatologe“ der Juden im wesentlichen immer wieder die gleichen Vorwürfe<sup>4</sup>, was für die „Sündenkatologe“ der Unternehmer ebenso zutreffend ist. Man kann nicht sagen, daß die modernen Kritiker in der Erweiterung und Adaptierung des Sündenkatologes der „Kapitalisten“ bis heute eine besondere Kreativität an den Tag gelegt hätten, es sei denn, die Weckung des sogenannten „Problembewußtseins“ durch permanente Differenzierung von Terminologien, die zwar zur theoretischen Vielfältigung, aber keineswegs zur praktischen Lösung von Problemen führt, wäre in sich schon eine kreative Leistung.

Beispiele aus Geschichte und Gegenwart, den Unternehmer (Händler, Kaufmann) als Sündenbock und Sünder darzustellen, sind rasch zuhanden. Unter dem Einfluß der griechischen Philosophie haben die Kirchenväter, große Kirchenlehrer und Theologen bis in die Neuzeit hinein dem wirtschaftlichen Streben und Werben oft mit äußerster Reserve gegenüber gestanden. Kaufmännisches und finanzielles Tun gehörte nach Ansicht vieler Theologen zu den Berufen bzw. Tätigkeiten, die den Menschen besonderen sittlichen Gefahren aussetzen. Für viele Kirchenväter war es eine ausgemachte Sache, daß der Beruf des Kaufmanns — wir würden heute ganz allgemein sagen: eines Unternehmers — wohl kaum ohne Sünde betrieben werden kann.

In der Scholastik erscheint der Handel und damit der Beruf des Kaufmanns seit *Thomas von Aquin* († 1274) als mit dem Schein der moralischen Minderwertigkeit behaftet, jedenfalls bei vielen bedeutenderen Gelehrten<sup>5</sup>. „Der Handel“, so sagt Thomas, „ist, in sich betrachtet, mit einer gewissen Häßlichkeit behaftet“.<sup>6</sup> Eine ähnliche Einstellung finden wir bei vielen anderen, ja bei den meisten Scholastikern. Der Handel erzeugt, so der Dominikaner *Dominikus Soto* (1494—1560), „ich weiß nicht, woher das kommt, im Unterschied zu allen anderen Beschäftigungen und Berufen, einen unstillbaren Durst nach Gewinn“, und so haftet ihm, selbst wenn er an sich „indifferent ist wie das Essen, eine gewisse Häßlichkeit an“.<sup>7</sup> Während Bauern und Handwerker zufrieden ihrem Beruf nachgehen, sind die Kaufleute „von der größten Gewinn gier erfüllt und darin den Glücksspielern ähnlich“.<sup>7</sup> Nach *Dominikus Bañez* (1528—1604), ebenfalls einem Dominikaner, gehört das Gewinnstreben zu den Dingen, die „einen schlechten Ruf haben, wie etwa der Besitz mehrerer Benefizien“.<sup>8</sup> Für

*Johannes Medina* (1490—1546) darf das Geldverdienen nicht zum einzigen und letzten Ziel des Lebens werden; „denn wenn man auch die größten Reichtümer, die einem Gott geschenkt hat oder die man sich redlich erworben hat, besitzen darf, so darf man doch nicht so nach diesen Reichtümern verlangen, als wenn sie in sich und an sich erstrebenswert wären“. <sup>9</sup>

Die explizite und implizite moralische Diskriminierung des Kaufmannes, des Unternehmers, wie wir sie im Laufe der zweitausend Jahre Christentum bis auf den heutigen Tag registrieren können, hängt natürlich engstens mit der Einstellung *Jesu* zum Reichtum und zu „den Reichen“ zusammen, die geringere Chancen haben, ins Himmelreich einzugehen, als ein Kamel, durchs Nadelöhr zu gehen. In einem geistreichen und temperamentvollen Vortrag vor Unternehmern äußerte sich *Rudolf Krämer-Badoni* dazu wie folgt: „Reichtum plus schlechtes Gewissen ist eine christliche Errungenschaft. Indem der Reichtum zur Vorbedingung für leicht mögliches Unheil wird, tritt an die Stelle der kollektiven Auserwähltheit das Kollektiv des Unheils, das engere Kollektiv der zum Unheil zwar nicht prädestinierten, aber prädisponierten Reichen. Es ist allgemein bekannt, welche geistige Verrenkungen es die selbstsicheren Gesellschaften der nachfolgenden christlichen Jahrhunderte gekostet hat, den Reichtum christlich zu legitimieren oder wenigstens zu verharmlosen — zu integrieren, würde man heute sagen. Nicht aus Übermut hat *Max Weber* eine Studie über das Thema ‚Protestantismus und Kapitalismus‘ geschrieben. Und wenn auch seine These heute energisch bestritten wird, sie hat Epoche gemacht“. <sup>10</sup>

Im Marxismus wird später aus der individuellen Ungerechtigkeit „der Reichen“ gegenüber den Armen die systembedingte Ausbeutung „des Kapitalismus“ gegenüber den Proletariern. Da, wie Krämer-Badoni scharfsinnig bemerkt, der Begriff „Kapitalismus“ oder „Kapitalisten“ „sich fast mühelos mit dem Kollektiv des Unheils ‚Die Reichen‘“ <sup>11</sup> identifizieren läßt, verwundert es nicht, wenn Christen in Unkenntnis moderner wirtschaftlicher Zusammenhänge prompt auf diese Identifikation hereinfliegen bis zu dem Punkte, wo Christentum, weil sozial enerviert, von Christen durch Marxismus verdrängt wird.

Mühe- und gedankenlos wurde und wird eine Identifikation zwischen dem Proletarier des 19. Jahrhunderts und dem Armen des Evangeliums hergestellt, und ebenso mühelos erschien und erscheint hinter dem Reichen des Evangeliums der Kapitalist von gestern und heute. Die simplizistische Formel: Proletarier = Armer im Sinne des Evangeliums, Kapitalist = Reicher im Sinne des Evangeliums spielt ohne Zweifel in der kirchlichen Sozialkritik eine nicht unbedeutende Rolle. Auf dem Zweiten Vatika-

nischen Konzil wurde das recht deutlich, und wer etwa den Vortrag von *Dom Hélder Pessoa Câmara* liest, den er auf dem Verbandstag der Katholischen Arbeitnehmer-Bewegung in Würzburg am 23. Mai 1971 gehalten hat, der wird das auch dort wieder bestätigt finden<sup>12</sup>. Daß mit dem Reichtum im Sinne der hl. Schrift der sterile, verschwenderische, protzenhafte Luxusreichtum gemeint ist, läßt sich dutzendfach aus der Bibel belegen. Nicht gemeint ist dagegen der moderne „Reichtum“ im Sinne werdenden, unternehmerischen Vermögens. Das geht vielen Sozialkritikern, auch innerhalb der Kirche, nicht ein. Ferner ist gerade gegenüber christlichen Kritikern aus Entwicklungsländern, die sich nicht ungerne als „Propheten“ feiern lassen, zu bemerken, daß sich der sterile Luxusreichtum der Bibel vergleichsweise nicht so sehr in den „kapitalistischen“ Ländern findet, als vielmehr in nicht- oder vorkapitalistischen Ländern.

Ähnliche Bedenken sind auch gegenüber der immer noch durch die Diskussion geisternden und auf dem Konzil neuerdings belebten Diskriminierung des anachronistischerweise so genannten „überflüssigen Besitzes“<sup>13</sup> anzumelden. *Hans Barion*, Kanonist in Bonn, hat in sehr scharfsinniger Weise auf die mißbräuchliche Ineinssetzung der biblisch fundierten *Vollkommenheitsethik* im Hinblick auf die Verwendung sogenannten „überflüssigen Besitzes“ mit einer *gemeinethischen Forderung* und die damit erschlichene gemeinethisch motivierte Diskriminierung „überflüssigen Besitzes“ schlechthin aufmerksam gemacht<sup>14</sup>. Was immer man sich unter „überflüssigem Besitz“ vorstellen mag („überflüssiger Konsum“ wäre wahrscheinlich ein geeigneterer Ansatz; aber das würde ja sehr viele, nicht nur die „Kapitalisten“ treffen), da man „Überflüssiges“ ja immer nur durch das korrelative „Notwendige“ definieren kann und umgekehrt (Wer definiert es? Im Zweifelsfalle die zentrale Planstelle des Staates), was allemal zu keinem schlüssigen Ende führt: Die konziliare Unterscheidung zwischen dem notwendigen und dem über das Notwendige hinausgehenden „überflüssigen Besitz“ diskriminiert in moralisierender Weise den großen Besitz als großen schlechthin. Trotz vieler Warnungen und Widerstände blieb der „überflüssige Besitz“ wie ein überflüssiges Fossil aus patristischer und scholastischer Zeit im Konzilstext der Pastoralen Konstitution stehen.

Hierin rächt sich die überwiegend moralisierende Attitüde vieler Theologen gegenüber den Erscheinungen des modernen Wirtschaftslebens, ohne nach dessen realen Hintergründen und Gesetzmäßigkeiten zu fragen. Unternehmer beklagen dies immer wieder, und zwar mit Recht; denn sie sind oft genug die Hauptleidtragenden dieser Attitüde gewesen, und sie

sind es noch, wenn sie kurzschlüssig und recht unchristlich in das „Kollektiv des Unheils“ „der Reichen“ gedrängt werden<sup>15</sup>.

Außerdem zielt die Kritik *Jesu* nicht primär auf den Reichtum und auf den Besitz als solchen, sondern auf die ungeordnete Besitzgier ebenso wie auf den Neid der Besitzlosen. Insofern steht seine Lehre auch, was die tatsächliche und juristische Ordnung der Vermögensverhältnisse in der Gesellschaft angeht, quer zu Sozialismus, Kapitalismus und jeder Art von Gesellschaftslehre, weshalb, von daher gesehen, auch alle diese Systeme und Lehren dem Christen herzlich gleichgültig sein könnten, ganz entgegen der merkwürdigen „Exegese“ mancher Christen, Christentum sei zwar mit Sozialismus, nicht aber mit dem Kapitalismus zu vereinbaren. Eine Politik des Neides — und als solche entpuppt sich bei näherem Zusehen der Sozialismus in fast allen seinen Spielarten (Christen haben natürlich ihren speziellen Edelsozialismus bereit) — kann doch unmöglich mit mehr Anspruch auf den Segen Jesu rechnen als eine Politik der Habgier, wenn Neid und Habgier seit alters beide zu den Kapitalsünden des Menschen gerechnet werden.

Der sehr sozialkritisch eingestellte italienische Romancier *Carlo Coccioli* dürfte diesen Sachverhalt wohl am besten getroffen haben, wenn er in seinem vielbeachteten Roman „Himmel und Erde“ das kritische Raisonement seines Helden Don Ardito folgendermaßen interpretiert: „Das Eigentum verstand sich bei Don Ardito weniger als Besitz an sich, denn als Geiz, als Besitzgier, in dem Sinne, in dem Christus auf die Lilien auf dem Felde verweist oder sein ‚Wehe euch, ihr Reichen!‘ aufgefaßt wissen will. Christi Mahnung richtet sich nämlich, wie häufig außer acht gelassen wird, nicht nur an die Besitzenden, sondern ebenso an die Armen, die nichts anderes erstreben, als sich an die Stelle der Reichen zu setzen. Das Evangelium kennt keine Klassenunterschiede. Wer es als Ausgangsstellung für eine Sozialreform betrachten will, wie etwa das ‚Kapital‘ von Marx, tut seinem Wesen daher Gewalt an. Nur die Gier nach Besitz wird vom Evangelium verworfen, und zwar überall, wo sie anzutreffen ist, weswegen der Arme, der den Reichen beneidet, im Sinne des Himmelreiches nicht weniger sündigt als der gewinnsüchtige Kapitalist. Wer nichts hat und Rockefellers Vermögen, seine Feste, seine Frauen, seine Automobile für sich erträumt, wird im Sinne des Evangeliums straffälliger als Rockefeller, sofern dieser nicht dem Dämon der Geldgier verfallen ist“.<sup>16</sup>

### 3. Der Unternehmer im Fangnetz von Vorurteil, Unkenntnis und Ideologie

#### a) Die Intellektuellen und die Wirtschaft

Der *Platonismus* trägt, so man vielen modernen Theologen und Intellektuellen glauben darf, wenn nicht an allem, so doch an sehr vielem innerhalb der Geistesgeschichte des Abendlandes Schuld. Das hindert freilich nichts daran, daß dieselben Theologen und Intellektuellen sich vielfach als Platoniker von Urgestein erweisen, nämlich in ihrer aprioristisch-unkritischen Einstellung zur freien Wirtschaftsverfassung. Wirtschaft, insbesondere die auf privater Initiative und auf persönlichem Erwerbstrieb beruhende Wirtschaft, ist ein schmutziges Geschäft, und der Exponent dieser Wirtschaft, das heißt der Unternehmer, betreibt folglich eine minderwertige Tätigkeit.

Der luxemburgische Nationalökonom *Jean Pierre Hamilius* kommt zu dem Ergebnis: „Leider hat seit Platons Zeiten, soweit wir unterrichtet sind, die Haltung der Intellektuellen gegenüber den Problemen der Wirtschaftsfreiheit keinen nennenswerten Wandel erfahren. Somit könnte zu Recht die Frage aufgeworfen werden, ob es nicht endlich an der Zeit wäre, daß die Intellektuellen ihre Haltung revidieren“. <sup>1</sup>

Auch hier wirken offenbar archaische Vorstellungen nach, wonach die „geistige“ Tätigkeit, das „Philosophieren“, das in der Vergangenheit nur den über „otium“ (= Muße) verfügenden freien Besitzbürgern möglich war, der wirtschaftlichen Betätigung, dem „neg-otium“ (= Geschäftigkeit, Gewerbefleiß), turmhoch überlegen ist, weshalb letzteres im Altertum auch möglichst von Sklaven oder aber von Angehörigen verachteter Stände und Berufe zu verrichten war. Ganze Berufszweige galten in der klassischen Antike als unehrenhaft, besonders jene, die mit dem wirtschaftlichen Verkehr im engeren Sinne zu tun hatten, wie Krämer, Geldwechsler, Handelsleute und dergleichen. Das Lied vom „königlichen Kaufmann“ hat man im Griechenland eines Sokrates und Aristoteles nicht gesungen. In seinen „Apomnemeumata“, den Erinnerungen an Sokrates, teilt *Xenophon* dessen hartes Urteil „über den in jeder Hinsicht unwissenden und bedeutungslosen Haufen von Walkern, Schustern, Zimmerleuten, Schneidern, Bauern, Händlern und Krämern“ mit, die nie aus ihrem engen geistigen Horizont herausfinden. Das griechische Wort für den einen Wirtschaftsberuf Betreibenden, nämlich „Banausos“ (Banause), ist synonym für niedrig, gemein, unbedeutend.

Zweitausend Jahre Christentum haben diesen Geistesdünkel der Intellektuellen nicht auszurotten vermocht. Dies ist nicht nur bedauerlich, sondern

angesichts der Verwiesenheit des einen an den anderen in einer hochgradig arbeitsteiligen sozialen Leistungsgemeinschaft auch ein Anachronismus; denn beide, Unternehmer und Intellektuelle in so großer Zahl, wie wir heute mit ihnen leben müssen, sind ein Produkt eben dieser freiheitlichen Wirtschaft mit ihrem hohen Produktivitätsstandard. „Die große Zahl der Intellektuellen in der freien Welt ist undenkbar ohne ein Wirtschaftssystem, das den nötigen Überschuß zu ihrem Unterhalt produziert. Nur eine Wohlstandsgesellschaft ist in der Lage, immer mehr Menschen zu unterhalten, die nicht unmittelbar in die Produktion verbrauchbaren Reichtums eingespannt werden“. <sup>2</sup> „Jeder von beiden, sowohl der Intellektuelle als auch der Unternehmer, trägt zur Schaffung der Bedingungen bei, unter deren Einfluß der andere steht. Der eine ist des anderen Kunde, jeder ist gleichzeitig Gebender und Nehmender, Käufer und Verkäufer. Beide teilen sich die Ergebnisse einer Welt, die aus ihrer fruchtbaren Zusammenarbeit entstanden ist, von der sich die meisten Vertreter aus dem Lager der Intellektuellen und leider — das sei unterstrichen — auch eine große Zahl aus dem Lager der Unternehmer keine Rechenschaft ablegen“. <sup>3</sup>

Die Kritik und das Mißbehagen vieler Intellektueller an der Wirtschaft artikuliert sich konkret zwar meistens gegen den oder die Unternehmer. Vielleicht hat aber *Erwin K. Scheuch* recht, wenn er meint, es gehe gar nicht so sehr um eine „spezifische Abneigung gegen Unternehmer; was sich hier spiegelt, ist die Abneigung dessen, was ich mal mit Kulturintelligenz bezeichnen möchte, gegen Macht und Wirtschaft“. <sup>4</sup> „Der Unternehmer ist in diesen Darstellungen der Kunstgewerbler durchweg nur eine Metapher für eine Wirtschaft, die als eigene Veranstaltung existiert. . . Daß hier eine Veranstaltung stattfindet, genannt Wirtschaft, die nicht nur gewaltig ist in einem materiellen Sinne, ist vielleicht mit ein Grund für die Aggressivität der Kunstgewerbler und Unterhaltungsproduzenten. Die Wirtschaft ist in dieser Gesellschaft auch das dynamischste Element. Ihr gegenüber besteht bei Kunstgewerblern unterschwellig die Vermutung, daß vielleicht die eigene Art, die Welt zu verstehen, an Differenziertheit unterlegen ist. Ob sich die Dramatik des Wirtschaftens, ob sich die Arbeit als Dialog mit der Realität mitteilen läßt, weiß ich nicht. Worum es bei der heutigen Wirtschaftsfremdheit der Intelligentsia aber letztlich geht, ist nicht der Unternehmer. Es geht vielmehr um die Wirtschaft und deren Rationalität selbst, für die der Unternehmer oder Manager stellvertretend büßen muß — und das um so mehr, je besser die Wirtschaft funktioniert“. <sup>5</sup>

Der vor einigen Jahren verstorbene Grandseigneur und äußerst kultivierte Meister der Nationalökonomie in ihrer besten Ausprägung, *Wilhelm Röpke*, beklagt sich ebenfalls über die philisterhaften Attitüden eines

Großteils der Intellektuellen gegenüber der Wirtschaft. „Wieviel aristokratischer Hochmut steckt doch in aller Geringschätzung des Wirtschaftlichen! Wieviel unwissende Nichtachtung der Gesamtsumme an Arbeit, Entsamung, Pioniergeist, Redlichkeit und Pflichterfüllung, von der das nackte Leben einer ungeheuer angewachsenen und noch täglich weiter anschwellenden Weltbevölkerung abhängig ist, die das ganze Gebäude unserer Kultur trägt und ohne die es weder Freiheit, noch Gerechtigkeit, noch ein menschenwürdiges Dasein der Massen, noch teilnehmende Hilfe gäbe! Da möchten auch wir sagen, was Hans Sachs im Schlußakt der ‚Meistersinger‘ Walter v. Stolzing ungehalten zuruft: ‚Verachtet mir die Meister nicht!‘“.<sup>6</sup>

b) Der Unternehmer im Urteil der Kirche und der Theologie:  
Fehlanzeige

In kirchlichen und theologischen Kreisen und auch im „Bildungskatholizismus“ hat das Wirtschaftliche in seinem Eigengewicht und damit auch die Figur des Unternehmers gar nicht oder kaum Fuß fassen können, es sei denn in negativ moralisierender Betrachtung, wovon bereits die Rede war. Vor einigen Jahren kam ein junger Priester, zugleich angehender Betriebswirt und als solcher *avis rarissima*, zum Verfasser dieser Zeilen mit der Bitte, er möge ihm bei der Behandlung seines Diplomthemas etwas Hilfestellung leisten. Sein Professor habe ihm für die schriftliche Diplomarbeit die Aufgabe gestellt, der Behandlung der Unternehmerfunktion und der unternehmerischen Initiative im katholisch-theologischen Denken der jüngeren Zeit nachzuspüren. Leider konnte dem Bittsteller mangels Masse kaum geholfen werden, da wenig bis nichts nach dieser Seite hin vorliegt. Bei Papst *Paul VI.*, der wie kaum einer seiner Vorgänger einen Zugang zu den Eigengesetzlichkeiten der sozialen Wirklichkeit von heute hat, scheint sich ein Wandel zum Besseren in dieser Hinsicht anzubahnen.

Einer, der es sehr genau wissen muß, sowohl aus langem historischem Studium wie aus einer jahrzehntelangen praktischen Lebenserfahrung, *Johannes Messner*, schreibt zur Sache: „Zu der in Frage stehenden Mentalität im katholischen Bereich gehört eine, vorsichtig ausgedrückt, sehr *reservierte Haltung gegenüber der Wirtschaft im allgemeinen*. Als Leiter einer katholischen Wochenschrift, die über den ganzen deutschen Sprachraum verbreitet war, konnte ich immer wieder die Erfahrung machen, daß nach dem durchschnittlichen Denken der Katholiken mit höherer Bildung die Kultur erst jenseits der Wirtschaft beginne. Die Wirtschaft existiert in ihrem Bildungsfeld kaum, ihr Interesse an der täglichen Weltgeschichte hört vor dem Wirtschaftsteil ihrer Zeitung auf, der Unternehmer lebt für sie

in einer von der ihrigen verschiedenen Welt. Das wirkt sich zweifellos weitgehend auf die innerkatholische öffentliche Meinung aus, und diese spiegelt sich in der katholischen Soziallehre mit ihrer *Akzentverlagerung auf das Soziale*, während das Wirtschaftliche nicht die volle Würdigung als ‚Kulturfunktion der Unterhaltsfürsorge‘ erfährt, schon gar nicht in ihrer harten, von unnachgiebigen Real faktoren bestimmten Wirklichkeit, in der der Unternehmer sich mit seiner Arbeit sieht. . . Die Kulturfunktion der Wirtschaft ist die, wonach der Mensch geheißen ist, sich die Erde untertan zu machen. Dieses göttliche Geheiß allein müßte dem Unternehmer in der kirchlichen Soziallehre seinen Rang sichern“.<sup>7</sup>

Es gab allerdings Zeiten der Theologie und der katholischen Wirtschaftsethik, in denen die unternehmerische Funktion ganz klar erkannt wurde. „Der Unternehmer wurde von der *katholischen Wirtschaftsethik des 13. Jahrhunderts* entdeckt“<sup>8</sup>, erklärt Johannes Messner ganz lapidar. Und in den folgenden Jahrhunderten wurde die Bestimmung der unternehmerischen Funktion bereits zu einer erstaunlichen Perfektion gebracht<sup>9</sup>.

### c) Der Fehlstart der klassischen Nationalökonomie

Mit dem Ende der wirtschaftsethischen Blütezeit der Scholastik zu Beginn des 17. Jahrhunderts war auch der genuine Beitrag des Katholizismus zur Erhellung der Voraussetzungen und Bedingungen unternehmerischer Wirtschaft zu einem endgültigen Abschluß gelangt. Auf dem Gebiete der Geld- und Zinstheorie sowie der Preisbildung auf den Märkten hatten die Scholastiker alle wesentlichen analytischen Werkzeuge zur theoretischen Meisterung der modernen Wirtschaft entwickelt<sup>10</sup>. Aber sie gerieten in Vergessenheit. Und so kam es, daß die klassische Nationalökonomie in Unkenntnis der Vergangenheit mit einem grandiosen Fehlstart einsetzte, wie *Johannes Messner* diesen Vorgang sehr treffend kennzeichnet, ein Fehlstart, der zunächst auf ideologischem und dann auf politischem Felde bedeutende Konsequenzen haben sollte.

Worin bestand dieser Fehlstart?

Er bestand darin, daß — wie wir jetzt rückblickend klar erkennen können — die wichtigste und typischste Figur der modernen Wirtschaft, der Unternehmer, nicht in das Blickfeld der klassischen Nationalökonomie kam. Aber „nicht nur den Unternehmer, überhaupt den Menschen hatte die ökonomische Theorie des Manchesterliberalismus nicht mehr gesehen. Man hat nur die Zusammenhänge von Preisen, Löhnen, Renten, Profiten studiert“<sup>11</sup>. Für diese verengte Sicht bot sich das Gegensatzpaar „Kapital“ und „Arbeit“ als quantifizierbare „Produktionsfaktoren“ an. Soweit hinter dem „Kapital“ überhaupt ein Mensch vermutet werden konnte, geschah

dies nicht unter wirtschaftlichen, sondern allenfalls unter juristischen Aspekten, indem hinter dem „Kapital“ auf der einen Seite der „Arbeitgeber“ (als Beherrscher der „Arbeitnehmer“) und auf der anderen Seite der „Kapitalist“ (als „Ausbeuter“ und „Akkumulator“) hervorschaute. Für den „Unternehmer“ dagegen war kein Platz vorhanden, man sah ihn gar nicht.

Bedauernd und im Rückblick auf die Blütezeit der scholastischen Wirtschaftsbetrachtung resümiert *Johannes Messner*: „Schon 500 Jahre vor der Blickverengung des ökonomischen Denkens auf den ‚Arbeitgeber‘, den ‚Kapitalisten‘, hatte die *katholische Sozialethik* die Funktion des ‚Unternehmers‘ im Prozeß der einen wachsenden Bedarf deckenden Wirtschaft entdeckt. Es gehört zu den erstaunlichen Rückschlägen der menschlichen Geistesgeschichte, daß der Menschheit eine einmal so klar erfaßte Erkenntnis, dazu noch eine von so weittragender Bedeutung für den Fortschritt der Menschheit, wieder verloren gehen konnte, dies so sehr, daß die klassische Nationalökonomie mit einem Fehlstart einsetzen und daß der diesen Fehlstart zum Angelpunkt seines Denkens machende Marx zum Propheten der kommenden Dinge werden konnte“.<sup>12</sup>

Allerdings war der „schöpferische Unternehmer“ (damals oft als „projector“ = Projektemacher bezeichnet) schon einige Zeit vor dem Aufstieg der klassischen Nationalökonomie in England wiederentdeckt worden, so etwa in *Daniel Defoe's* 1697 erschienenen Studien „On Projectors“ oder in Malachy Postlethwayt's 1751—1755 veröffentlichtem „Universal Dictionary of Trade and Commerce“, wo von „undertaker“ und „adventurer“ die Rede ist. *Jeremy Bentham* († 1832) war es, der den Fehlstart der klassischen Nationalökonomie als Zeitgenosse bereits zu diagnostizieren wußte und ihn auch in einem offenen polemischen Brief an *Adam Smith* kritisierte, dem er vorwarf, die Bedeutung des „Projektemachers“, d. h. des schöpferischen Unternehmers, nicht erkannt zu haben<sup>13</sup>.

Da, wie bereits erwähnt, der Katholizismus es nach dem Ende der Spätscholastik nicht mehr zu einer eigenständigen Wirtschaftstheorie (in der Ethik impliziert) brachte, hängte er sich nolens volens passiv an die klassische Nationalökonomie und damit auch an *Marx* an und machte so deren Fehlstart mit, wenn auch — wie in der Neuzeit fast immer — erst später aus den Startlöchern kommend. Daß Männer wie *Franz Hitze* († 1921) und *Wilhelm Hohoff* († 1923) in gewisser Weise — letzterer sogar sehr stark — für Ideen der klassischen Nationalökonomie in marxistischer Interpretation anfällig wurden, wird man ihnen weniger verübeln können, da sie die Korrekturen durch *J. A. Schumpeter*, *O. Spann*, *J. Messner* und *G. Briefs* noch nicht kannten, um nur einige bedeutende Namen zu nennen.

Daß aber auch heute noch große Teile des sozialen Katholizismus nur den „Kapitalismus“ und nicht die Unternehmerwirtschaft und daher auch nur den „Kapitalisten“ und „Arbeitgeber“ und nicht den Unternehmer kennen oder kennen wollen, kann nicht verziehen und nur als ideologische Verdrängung bezeichnet werden. Die Namen von Schumpeter, Spann, Messner und Briefs, alle im sozialen Katholizismus — wenn ihm auch nicht alle angehörend — bestens bekannt, lassen hier keine Ausflüchte mehr zu. Lassen wir die genannten vier Stimmen zu Wort kommen, damit kein Zweifel bestehen bleibt.

Götz Briefs sieht den Fehlstart der klassischen Nationalökonomie so: „Die Wirtschaftswissenschaft hat von ihren Anfängen an nicht recht gewußt, was sie mit dem Unternehmer anfangen sollte. Dafür lagen zwei Gründe vor: In den Anfängen der industriellen Entwicklung stand das Problem der Kapitalbildung im Vordergrund; sie war die Achse, um die sich das Denken der klassischen Wirtschaftslehre drehte, und so verschwand der Unternehmer hinter dem ‚Kapital‘. Daneben ein anderer Grund: Er lag in der Konzeption der Wirtschaft als einer Seinssphäre, die von ihren eigenen Gesetzen beherrscht wird; wenn die Wirtschaft sich aber nach Gesetzen vollzieht, dann ist der Faktor der freien Entscheidung und Handlung im System nicht unterzubringen; er verschwindet vor der Zwangsläufigkeit des Wirtschaftsprozesses“.<sup>14</sup>

Bei Johannes Messner sieht sich die Entwicklung so an: „Adam Smith kannte nur den ‚Kapitalisten‘, ausgehend von der Tatsache, daß er zu seiner Zeit der gewerbetreibende Eigenunternehmer war, der sein Kapital in seinem Unternehmen investierte und die geschäftliche Leitung inne hatte, mit dem Bestreben der Erhaltung des eingesetzten Kapitals und der Erzielung von Reingewinn. Ricardo übernahm den Begriff des ‚Kapitalisten‘ unter Betonung des Umstandes, daß dieser mit seinem Kapitaleinsatz den von ihm beschäftigten Arbeitnehmern für die Produktionsperiode das Existenznotwendige vorstreckte in der Erwartung, daß deren Arbeit einen Wertzuwachs in sein Eigentum einbringe. Verhängnisvollerweise übernahm Karl Marx den Begriff des ‚Kapitalisten‘ von Smith und Ricardo und baute darauf seine Theorie der ‚kapitalistischen Produktionsweise‘ auf als einen Prozeß der Ausbeutung des Arbeitnehmers auf dem Wege der Mehrwertaneignung durch den Kapitalisten. Der Arbeitgeber stand im Vordergrund dieser Theorie, der Zugang zur Erkenntnis der Rolle des Unternehmers in der modernen Wirtschaft blieb der Nationalökonomie verschlossen, wenn auch gelegentliche Hinweise auf einzelne Züge der Unternehmerfunktion erfolgten“.<sup>15</sup>

Erst *Joseph A. Schumpeter* gelang es, eine saubere Trennung zwischen Unternehmerfunktion und Eigentümerfunktion vorzunehmen und damit den Unternehmer von der negativen Symbolfigur des „Kapitalisten“ abzulösen. „Die institutionelle Struktur des Kapitalismus<sup>16</sup> enthält ein Element, dessen Vorhandensein sogar ein wesentliches Merkmal des Kapitalismus bildet, das es ermöglicht, daß Menschen als Unternehmer fungieren, ohne vorher die notwendigen Geldmittel erworben zu haben. Wichtiger als Eigentümerschaft ist Führerschaft. Die Unfähigkeit, dies zu sehen und, als Folge davon, sich die unternehmerische Tätigkeit als eine eigene Funktion sui generis vorzustellen, ist der der wirtschaftlichen und soziologischen Analyse der Klassiker und Karl Marx' gemeinsame Fehler. Er läßt sich teilweise durch die Tatsache erklären, daß das bereits vorhandene Eigentum an den erforderlichen Produktionsgütern oder an entsprechenden Aktiva oder an Geld es leichter macht, zum Unternehmer zu werden und durch die zusätzliche oben erwähnte Tatsache, daß erfolgreiches Unternehmertum für den Unternehmer und gewöhnlich auch für seine Nachkommen zu einer kapitalistischen Stellung führt, so daß wir in der Tat erfolgreiche Unternehmer sehr bald im Besitz einer Betriebsanlage und all der übrigen äußeren Merkmale eines gut eingespielten Betriebes vorfinden“.<sup>17</sup>

Der Fehler von *Karl Marx* bestand hauptsächlich darin, daß er nur in stationären Kreislaufvorstellungen dachte. In einem stationären Kreislauf ist der Gesamterlös eines Unternehmens — abgesehen von Monopolgewinnen — gerade groß genug, um die Produktionskosten zu decken. Folglich muß der „Profit“ als monopolistische Ausbeutung, als Monopolrente des „Monopolisten von Kapital“ (= Kapitalist) erscheinen. Das ist nur eine andere Variation des Fehlstarts der klassischen Nationalökonomie, auf die auch schon *Othmar Spann* aufmerksam gemacht hat, wenn er bemerkt: Nach Ricardo „ergibt sich, daß der Kapitalgewinn oder Profit . . . nur als Überschuß oder *Rest* neben Lohn und Kapitalersatz besteht . . . Daß diese Profiterklärung unrichtig ist, läßt auch unsere Kritik des Ricardoschen Rentenbegriffs erkennen. ‚Profit‘ ist kein Rest, sondern folgt wesengemäß aus einer bestimmten Leistung, ähnlich wie die ‚Rente‘ aus einer Führerleistung folgt“ . . . „Ricardos Wert-, Lohn- und Profiterklärung wurde später die Grundlage für die sozialistischen Lehren von *Rodbertus* und *Marx*, insbesondere für die ‚Mehrwerttheorie‘ Marxens. Marx brauchte den Profit, da er schon bei Ricardo nur als Restgröße gedeutet werden kann, nur in ‚Mehrwert‘ umzutaufen, um ihn als ‚Aneignung unbezahlter Arbeit‘ erscheinen zu lassen und damit eine gesellschaftliche Anklage gegen Kapital und Unternehmer zu verbinden“ . . .

„Ricardo hat durch sein falsches Lohngesetz und den falschen Begriff des Profits als Restgröße den theoretischen Grund gelegt zu der *pessimistischen* Beurteilung der neueren Entwicklung sowie des Gegensatzes zwischen Kapital und Arbeit“. <sup>18</sup>

Gerechterweise muß man sagen, daß die kirchliche Soziallehre seit *Leo XIII.* den Unternehmer, auch wenn sie ihn als wirtschaftliche dramatis persona nicht explizit herausgestellt und gewürdigt, so doch immer als wirtschaftliches Agens vorausgesetzt und implizit mitbedacht hat.

Das eindeutige und ständig wiederholte Bekenntnis zur Institution des Privateigentums auch an Produktionsmitteln, die Betonung der Vorrangigkeit der Privatinitiative vor der des Staates im Wirtschaftsleben, die Bestätigung der Privatautonomie als Voraussetzung unternehmerischer Wirtschaft (so vor allem in der Enzyklika „*Pacem in terris*“ *Johannes' XXIII.*) sind nur einige, aber unübersehbare Indizien für die Affirmation einer privaten Unternehmerwirtschaft.

Erst bei Papst *Paul VI.* finden wir die ökonomische Unternehmerfunktion in expliziter und sehr eindrucksvoller Weise herausgestellt. In einer bedeutsamen Ansprache an die Teilnehmer des XI. Nationalkongresses des christlichen Unternehmerverbandes Italiens (UCID) am 8. Juni 1964 erklärte der Papst: „Wir schätzen Euch mit echter Hochachtung für das, was Ihr seid: Männer der Wirtschaft, wie man heute sagt, Unternehmer, Direktoren, Produzenten, Organisatoren moderner Unternehmungen auf dem Gebiet der Industrie, der Landwirtschaft, des Handels, der Verwaltung und anderer Sektoren . . . Wie immer man Euch beurteilen sollte, man muß Eure Tüchtigkeit und Eure Stärke anerkennen, sowie auch die Tatsache, daß Euer Berufsstand unentbehrlich ist . . . Die Stellung, die Ihr im Rahmen unserer Zeit einnehmt, ist hervorragend, strategisch, repräsentativ . . . Wer heute, wie es viele tun, vom Kapitalismus in Konzeptionen spricht, die ihn im vorigen Jahrhundert bestimmt haben, steht natürlich weit hinter der heutigen sozialen Wirklichkeit zurück“. <sup>19</sup>

Es gibt demnach keine Entschuldigung mehr, wenn die soziale Diskussion zum großen Teil auch heute noch mit Marx'schen Ladenhütern aus dem 19. Jahrhundert bestritten wird, auch im katholischen Rom, auch von Erzbischöfen. Daß selbst Angehörige der katholisch-sozialen Bewegung sich noch heute der ausgetretenen Startlöcher bedienen, die ein Ricardo und Marx gegraben haben, ist mehr als unverständlich, ist eine Tragik <sup>20</sup>. Sie haben die Entwicklung seit Schumpeter verschlafen, und sie verbiegen die kirchliche Soziallehre seit *Leo XIII.* zu einem kleinkarierten „Antikapitalismus“ um <sup>21</sup>, als ob nicht noch viel wichtigere Dinge zu tun wären.

Ist der Unternehmer nach marxistischer ideologischer Engführung nicht Unternehmer, sondern nur „Kapitalist“ und „Arbeitgeber“, dann allerdings bietet sich eine solcherart zurecht gemachte negative Symbolfigur mühelos als Zielscheibe für die unsinnigsten Vorurteile, Unterstellungen und Anklagen an.

Der „Kapitalist“ ist dann per definitionem ein Profitgeier; denn sein ganzes Streben und Trachten ist auf ausbeuterische Realisierung von „Mehrwert“ zum Zwecke der Kapitalakkumulation gerichtet. Daraus resultieren alle Mißstände in der Gesellschaft. Was schert den Kapitalisten die Dienstfunktion der Wirtschaft, die Kulturfunktion der Unterhaltsfürsorge? Daß zwischen beiden, dem privatwirtschaftlichen Erwerbstrieb und dem gesamtwirtschaftlichen Ziel der Wohlstandsmehrung, ein Zusammenhang bestehen könnte, wird einfach ungeprüft verneint, obwohl — im Vergleich mit allen bekannten Systemen zentraler Verwaltungswirtschaft — sich dieser Eindruck geradezu aufdrängt<sup>22</sup>. Was *Oswald von Nell-Breuning* bereits 1929 schrieb, dürfte heute noch genau so gelten: „Daß die Wirtschaft dadurch, daß der privatwirtschaftliche Erwerb nächstes und in gewissem, engumgrenztem Sinne auch oberstes Ziel des Wirtschaftssubjektes ist, von der Unterhaltsfürsorge als eigentlichem und letztem diesseitigem Ziel der Wirtschaft als *solcher*, d. i. als gesellschaftlichen Gütererzeugungs- und Güterverteilungsprozesses, abgedrängt werde, ist bis heute nicht bewiesen, allerdings — das wird zuzugeben sein — auch nicht zwingend widerlegt. Der Beweis ist nicht damit erbracht, daß auf noch so viele Ausschreitungen des Erwerbstriebes hingewiesen wird, auf noch so viele Beispiele privatwirtschaftlichen Erfolges auf Kosten des wirtschaftlichen Dienstzweckes . . . Auch der bestechende apriorische Beweis kann nicht überzeugen, nach dem es doch widersinnig sein soll, daß der eigentliche und letzte Zweck des Wirtschaftens sozusagen als gar nicht beabsichtigter und vielleicht gar nicht einmal erwünschter Nebenerfolg herauspringe. Es ist eben zu bestreiten, daß der kapitalistische Unternehmer den Umstand, daß die von ihm erzeugten Güter oder dargebotenen Dienstleistungen nützlich und brauchbar sind, nur als Nebenerfolg gleichgültig hinnimmt oder gar — um es auf die Spitze zu treiben — widerwillig in den Kauf nimmt, während sein Absehen einzig und allein auf den Mehrwert geht. Er *muß* vielmehr im großen und ganzen genommen und auf die Dauer gesehen zuerst es sich angelegen sein lassen, den Bedarf zu bedienen; in ihrer Gesamtheit *kann* die Unternehmerschaft nur verdienen, indem sie unmittelbare oder mittelbare Gebrauchswerte schafft . . . So enthüllt gerade das nähere Eingehen auf den als durchschlagend vorgebrachten apriorischen Beweis, wie fragwürdig die Unterstellung ist, die

kapitalistische Wirtschaft führe vom Dienstzweck der Wirtschaft ab. Vielmehr ist die kapitalistische Wirtschaftsordnung ein besonders raffiniertes Verfahren oder doch wenigstens der Versuch eines solchen Verfahrens, um den naturgegebenen Erwerbstrieb des Menschen *methodisch-rational* in den Dienst des eigentlichen und letzten Wirtschaftszweckes, der Unterhaltsfürsorge, zu stellen“. <sup>23</sup>

d) Die Intellektuellen als „Unternehmer“

Eine emotionale und unkritische Feindseligkeit gegenüber der angeblichen Profitgier der Kapitalisten zeichnet vor allem Intellektuelle aller Gattungen aus. *Jean Pierre Hamilius* schreibt dazu: „Sie beweisen dadurch ihre Unkenntnis über das Gewinnmotiv, diese Triebfeder jeglicher Wirtschaftstätigkeit. Daher ihr Mißtrauen gegenüber all jenen, die ihr Leben dadurch verdienen, daß sie nach Gewinn streben. Andererseits verdient hervorgehoben zu werden, daß alle Intellektuellen, die leidenschaftlich gegen den Geschäftsgewinn ankämpfen, sich nicht bewußt zu sein scheinen, daß sie selber auch dauernd bestrebt sind, die besten Absatzbedingungen für die Produkte ihrer Schöpfung, d. h. des Wortes oder der Schrift, zu finden. Alle Intellektuellen, die für den Vertrieb ihrer Produkte nach jenen Kauflustigen Ausschau halten, die den besten Preis bieten oder am besten für die Verbreitung ihrer Ideen sorgen, machen Geschäfte, ohne es zu wissen . . . Das von vielen verdammte Gewinnstreben ist also nicht nur Unternehmern und Kaufleuten eigen, es findet sich in allen Menschen, selbst bei jenen, die bewußt oder unbewußt einen anderen Namen an seine Stelle setzen“. <sup>24</sup>

Vielleicht entspringt die Kapitalistenschelte seitens vieler Intellektueller einer gewissen Haß-Liebe, dem (bewußten oder unbewußten) Empfinden, daß Intellektuelle und Unternehmer viel mehr Gemeinsames haben als die Intellektuellen gern wahrhaben möchten. So ist z. B. der Wettbewerb, ohne den es keine Unternehmerwirtschaft geben kann, nicht nur ein „ökonomisches“ Prinzip im engeren Sinne, sondern auch ein geistiges Prinzip, dem sich vor allem die Intellektuellen verschrieben haben. „Besteht doch das Glaubensbekenntnis des Intellektuellen darin, daß die Meinungen sich durch freie Diskussionen bilden können auf Grund der Ausdrucksfreiheit aller offensichtlichen Ideen. Die Gedankenfreiheit ist in anderen Worten der freie Wettbewerb zwischen Intellektuellen und ihren Ideen. Die Autorität, die hier dem Monopol im wirtschaftlichen Bereich entspricht, ist der große Feind der Freiheit der Forschung und des Vergleichens. Sehr oft nimmt die Konkurrenz zwischen Gelehrten heftigere Formen an als die

Konkurrenz zwischen Unternehmern: während die freie Marktwirtschaft sich im Rahmen der Gesetze entfaltet, ist der Wettbewerb im Bereich der Ideen in keiner Weise begrenzt“. <sup>25</sup>

Gar keine Seltenheit sind übrigens auch wettbewerbsbeschränkende Interessenkartelle („Zitier- und Lobekartelle“) zwischen Autorengruppen und bestimmten Verlagen, auch und gerade im Bereich der Theologie. „Marktbeherrschende Unternehmen“ in Form theologischer Ideen- und Interessentrusts, theologische „Springer-Konzerne“ en miniature sozusagen, sind bekannt.

„In ihrer negativen Beurteilung des Privatunternehmers, dessen Handeln unter dem Zeichen der Konkurrenz die Intellektuellen oft gleichsetzen mit Gauner- oder zumindest Taschenspielertricks, die darauf abzielen, hohe, durch nichts gerechtfertigte Profite zu machen, übersehen die Intellektuellen einen wichtigen Tatbestand — daß der Unternehmer sein Geld verdient, weil er den Verbrauchern die Ware liefert, die sie brauchen. Taschenspieler und Gauner dagegen bringen manche Menschen um ihr sauer verdientes Geld, ohne ihnen dafür die geringste Gegenleistung zu bieten. Stellt man eine Parallele zu den Intellektuellen auf, so kann man nicht umhin, auch zu ihrer Verteidigung anzuführen, daß sie den Käufern ihrer Produkte etwas Greifbares in die Hand geben“. Zum Wettbewerbsstil unter Intellektuellen bemerkt *Hamilius* sehr treffend: „Nicht nur Konkurrenten in Wirtschaftsbereichen können einander gegenüber sehr gehässig werden, auch miteinander wetteifernde Vertreter des Intellektes können gegenüber ihren Nebenbuhlern, selbst solchen aus dem eigenen Lager, mit allen Mitteln, sogar moralisch nicht vertretbaren, vorgehen. Die gleichen Intellektuellen, die den im Wettkampf stehenden ‚businessmen‘ ihre ‚throat-cutting-competition‘ vorwerfen, scheinen zu übersehen, daß in ihrem eigenen Lager die Konkurrenten auch manchmal nicht vor Methoden zurückschrecken, die unter dem Zeichen der ‚throat-cutting-competition‘ oder des Neides oder eines überbetonten Geltungstriebes stehen“. <sup>26</sup>

#### e) Der „machtbesessene Kapitalist“

Eine weitere Verkettung des Unternehmers besteht darin, daß ihm als Kapitalisten einseitig Machtstreben und Machtbesitz angelastet werden, sowohl im soziologischen wie im politischen Sinne. Und hier scheint es der systematischen ideologischen Manipulation tatsächlich gelungen zu sein, ein Stereotyp des „mächtigen“ Kapitalisten zu schaffen. Eine repräsentative Befragung der Forschungsstelle für empirische Sozialökonomie in Köln unter der Leitung von *Günter Schmolders* hat im Jahre 1970 In-

formationen über das Unternehmerbild in der Öffentlichkeit gesammelt. In einer vorläufigen Auswertung steht zu lesen<sup>27</sup>: „Ein interessanter Punkt im Fernbild des Unternehmers findet sich im Bereich der wirtschaftspolitischen Willensbildung. Hier glauben 73 Prozent aller Befragten, daß die Unternehmer, gemessen an anderen gesellschaftlichen Gruppen, einen sehr großen oder großen Einfluß auf die Politik ausüben, der jedoch in diesem Umfang vollkommen akzeptiert wird“.<sup>28</sup>

Um als magische Beschwörungsformeln oder zum Zwecke schadenwendenden Abwehrzaubers tauglich zu sein, müssen Begriffe möglichst undifferenziert verwendet werden<sup>29</sup>. Dazu bietet sich der Begriff der „Macht“ besonders gut an. Warum sich erst die Mühe machen, zwischen Macht, Herrschaft und Gewalt zu unterscheiden; das vermindert nur die propagandistische oder manipulative Durchschlagskraft der Beschwörungsformel. Wirksam ist die Formel nur in dieser Skadenz: Unternehmer üben Macht aus, Macht ist per se schlecht — ergo sind Unternehmer bzw. ist Unternehmerwirtschaft schlecht und folglich zu beseitigen. Gegen diesen „schlüssigen“ Syllogismus anzugehen, wer wollte es wagen!

Nun ist der sachlichen Diskussion sicher nicht damit gedient, wenn man in den genau entgegengesetzten Fehler verfällt, indem man die tatsächliche Macht von Unternehmern (bei weitem nicht allen!) zu bagatellisieren sucht. Der Sachlichkeit kann nur durch an den wirklichen Verhältnissen orientierte und daher differenzierende Argumentation gedient werden.

Zunächst ist einmal der einsichtige und selbstkritische Unternehmer durchaus bereit zuzugeben, daß bei Unternehmern Macht angesiedelt ist. So schreibt *Franz Greiß*, ein gestandener Unternehmer, aus einer jahrzehntelangen Erfahrung: „Derjenige, der Wirtschaft betreibt, und das ist der Unternehmer, übt Macht aus. Sein Machtbereich ist vielschichtig. Er übt Macht aus über Kapital, Material, Produktion, aber auch über Mitmenschen, sowohl über Mitarbeiter und Untergebene als auch über Konsumenten und Konkurrenten, und durch die enge Verzahnung von Wirtschaft und Politik hat er einen steten Einfluß auf die Gestaltung des politischen Lebens . . . Die Macht über den Konsumenten liegt darin begründet, daß diesem eine Auswahl von Gütern und Dienstleistungen angeboten und er beeinflusst wird, dieses oder jenes ihm bisher unbekanntes oder unerreichbar scheinende Bedürfnis zu befriedigen“.<sup>30</sup>

Macht ist eine wirtschaftliche Potenz, über die ein Unternehmen verfügen muß, wenn es überleben will, wenn es eine Strategie des Wachstums und des Fortschritts realisieren will. Macht ist deshalb auch nicht nur im vordergründig quantitativen Sinne zu sehen, sondern als eine Qualität gerade des erfolgreichen Unternehmens. *Philippe de Woot* schreibt dazu: „Das

moderne Unternehmen besitzt eine wirtschaftliche Macht, die es anzuerkennen gilt und die es braucht. Nur starke und lebendige Unternehmen verfügen über verschiedenartige Ressourcen und Reserven, um den wirtschaftlichen Fortschritt ins Werk setzen zu können. Es handelt sich hier um eine Realität, die man unbedingt in die Analyse des Unternehmens und der unternehmerischen Funktion einführen muß. — Die Macht ist nicht zuallererst eine quantitative, sondern eine qualitative Realität. Sie steckt in der Fähigkeit, eine Strategie der Innovation und des Fortschritts in Szene setzen zu können. Sie resultiert aus der allgemeinen Qualität des Unternehmens und nicht aus seiner bloßen Größe . . .“<sup>31</sup>

Die Möglichkeiten, eine Strategie des Fortschritts und der Innovationen zu verwirklichen, sind eng verknüpft mit der Realisation von Gewinn, Mehrwert. Der Gewinn oder Profit, wie wir ihn unbekümmert um ideologische Verrenkungen nennen wollen, setzt ein Unternehmen in den Stand komparativer Überlegenheit gegenüber weniger reüssierenden Konkurrenten, indem er die Finanzierung von mit Risiken behafteten weiteren Innovationen ermöglicht, so daß der Prozeß zu einem kumulativen Geschehen werden kann: Nur Innovation und Fortschritt ermöglichen positive Profitmargen, und nur diese setzen das Unternehmen instand, weitere Innovationen, weiteren Fortschritt zu wagen.

Die zeitweilige Überlegenheit, die der Profit ermöglicht, wird immer wieder durch Anstrengungen der Konkurrenz in Frage gestellt. Da jedoch der Profit, wie wir eben sahen, ein notwendiges Element unternehmerischen Fortschritts ist, muß man wohl die Vorstellung revidieren, der vollkommene Wettbewerb sei die fruchtbarste Form der Konkurrenz. Da der (modelltheoretisch) vollkommene Wettbewerb ex definitione alle Gewinne (mit Ausnahme des „Pioniergewinns“) wegschwemmen würde, könnte er mangels Erwirtschaftung ausreichender Profitmargen wohl kaum dem Fortschritt hinreichend dienen. Es ist daher eher die „monopolistische“ oder „oligopolistische“ Konkurrenz, die den Unternehmen im Interesse des Fortschritts und der weiteren Entwicklung hinreichend Profite ermöglicht. Die Erfahrung bestätigt ja auch immer wieder, daß im allgemeinen gerade diejenigen Branchen die größten Fortschritte erzielen, in denen nicht vollkommene Konkurrenz herrscht.

*Schumpeter* sieht es sogar gewissermaßen als Bedingung für Entwicklung und Fortschritt an, daß es Unternehmen gelingt, Strategien und Taktiken zu entwickeln, die sie trotz Vorliegens der äußeren Rahmenbedingungen für ein System des vollkommenen Wettbewerbs in eine monopolistische Vorzugslage bringen. Er nennt an solchen Strategien: „Geheimhaltung von Produktionsverfahren, Patente, kluge Differenzierung der Erzeugnisse,

Werbung u. ä., gelegentlich auch der Angriff gegen tatsächliche oder potentielle Konkurrenten“.<sup>32</sup> Es sind dies, wie Schumpeter sagt, „Kunstgriffe . . . , die auch bei monopolistischer Konkurrenz eine Rolle spielen“.<sup>33</sup> Er schließt daraus, daß ein fortschrittliches Unternehmen „sich beinahe mit Notwendigkeit in einer ‚unvollkommenen‘ Lage befindet, selbst wenn sonst das System ein System des vollkommenen Wettbewerbs ist. Das ist einer der Gründe, weshalb wir so nachdrücklich die Beziehung zwischen Entwicklung und Unvollkommenheit der Konkurrenz betonen“.<sup>34</sup>

Daraus ergibt sich allerdings ein echtes Dilemma.

Einerseits ist eine gewisse „monopoloide“ Struktur der Wirtschaft der beste Garant für Profit und damit für Wachstum und Fortschritt, andererseits droht damit in der Tat eine „Vermachtung“ der Wirtschaft, die nicht ohne Aufmerksamkeit verfolgt werden kann, eine Vermachtung, die nach heutigen Maßstäben auch vor den nationalen Grenzen nicht Halt macht. Daher schreibt *Philippe de Woot* mit Recht: „Eine der Zweideutigkeiten der Macht resultiert aus dem kumulativen Charakter des (wirtschaftlichen) Fortschritts. Ein zu stark forcierter technischer Vorsprung kann kumulativ werden und jede Möglichkeit des Wettkampfs zwischen den ‚Mächtigen‘ und den ‚Schwachen‘ zerstören. Das ist die Drohung, die als ‚amerikanische Herausforderung‘ auf der Industrie der anderen Länder lastet; die Macht der großen amerikanischen Firmen ist dergestalt, daß sie die Mechanismen der internationalen Konkurrenz durch ihre bloße Existenz zu verfälschen droht“.<sup>35</sup>

Aus diesen Überlegungen ergibt sich, daß die Kontrolle von übermäßiger Marktmacht in der Tat eine sehr wichtige, eine sehr ernst zu nehmende Aufgabe ist. „Jede unkontrollierte Machtausübung kann wegen möglicher Mißbräuche zu einer Gefahr für einen freiheitlichen Staat werden. Es ist darum eine Aufgabe der Gesellschaft wie auch der Legislative, dafür zu sorgen, daß sich Macht nicht unkontrolliert betätigen kann“.<sup>36</sup>

Lange Zeit hindurch hat es unter dem Einfluß des Marxismus eine ideologische Engführung in der Analyse sozialer Macht gegeben, indem Macht primär oder gar ausschließlich mit ökonomischer Macht und diese wieder mit dem Privateigentum an Produktionsmitteln bzw. der Verfügung über sie gleichgesetzt wurde. Mit der Marx-Renaissance seit vielen Jahren ist auch dieser ideologische Ladenhüter wieder entstaubt worden, obwohl wir heute auf Grund genauerer soziologischer Untersuchungen wissen, daß gesellschaftliche Vorzugspositionen, daß soziale Schichtung und Hierarchisierungstendenzen in der Gesellschaft, die alle auf ihre Art auch ungleiche Macht implizieren, ebenso auf anderen als auf wirtschaftlichen Gründen

beruhen können. Wenn damit auch nicht bestritten werden soll, daß wirtschaftliche Macht und politische Macht in einer gewissen Korrelation zueinander stehen, so darf doch wiederum nicht, wie es aus propagandistischen Gründen oder zum Zwecke von Ablenkungsmanövern geschieht, wirtschaftlich-politische Macht sozusagen ausschließlich als Domäne des „Kapitals“ dargestellt werden.

#### f) Zweierlei Macht

Es gibt natürlich viele, die an der Verbreitung einer solchen schwarzen Legende aus allzu durchsichtigen Gründen interessiert sind. So versuchte auch der derzeitige erste Vorsitzende des Deutschen Gewerkschaftsbundes, *Heinz Oskar Vetter*, anläßlich einer Tagung „Kirche und Wirtschaft“ in der Evangelischen Akademie Loccum (4.—6. Dezember 1970) dem Produktiveigentum einseitig Macht anzulasten, die es im Interesse des Gemeinwohls zu kontrollieren gelte. Von wem zu kontrollieren? Prompt mußte der Gewerkschaftsmann sich fragen lassen, ob denn nicht organisierte wirtschaftliche Macht auf der Gegenseite des Kapitals, etwa in der Form von Gewerkschaften, sich ebenso in ganz erhebliche politische Macht transformieren könne. So ist es doch immerhin ein beachtenswertes Faktum, daß von den Mitgliedern des Deutschen Bundestages seit 1969 mehr als die Hälfte, genau 51 Prozent, auch Mitglieder einer Gewerkschaft sind, während etwa ein Drittel von Beamten gestellt wird. In beiden Fällen haben wir eine erhebliche Überrepräsentation, während demgegenüber die Zahl der Abgeordneten, die man der unternehmerischen Wirtschaft zurechnen könnte, beinahe unbedeutend ist. Gewerkschaftler, besonders soweit sie hauptamtlich als Funktionäre tätig sind, und ebenso Beamte können sich viel einfacher in die Parlamente beurlauben lassen, als dies Unternehmern, die zudem ihr Geschäft selbst betreiben, aus naheliegenden Gründen möglich ist. Wenn angesichts dieser Sachlage wirtschaftliche Macht nicht einseitig politisch verteilt ist, dann möchte man von den Kritikern der „kapitalistischen Macht“ doch gern erfahren, was sie sich eigentlich unter einseitiger Machtverteilung vorstellen.

Der *Sozialausschuß der Evangelischen Kirche von Westfalen* hat auf die Gefahren von einseitiger Verbandsmacht in erfreulicher Klarheit aufmerksam gemacht: „Macht wird sowohl von Unternehmen als auch durch wirtschaftliche Organisationen ausgeübt. Zu prüfen ist, ob und gegebenenfalls in welchem Umfang diese Macht einer weitergehenden Kontrolle als bisher bedarf. — Mitbestimmung darf nicht die Möglichkeit einer Machtansammlung in den Händen eines einzelnen organisierten Interesses er-

lauben, die zu einer Gefahr für unsere bisherige Grundordnung werden könnte“. 37

Hier wird der Anspruch und die — man muß schon sagen — Anmaßung der Gewerkschaften bestritten, sich im Bereich der Kontrolle wirtschaftlicher Macht zu Garanten des Gemeinwohls aufzuwerfen. Die Gewerkschaften haben weder von ihren Mitgliedern in diesem Sinne ein Mandat erhalten, noch wären sie zu einer Kontrolle und Garantie auf dem Wege der von ihnen erstrebten Mitbestimmung überhaupt fähig. Eine Kontrolle können sie höchstens als gegengewichtige Marktmacht (countervailing power) zur wirtschaftlichen Macht der Unternehmer ausüben, nicht aber, wenn sie sich als übermächtige Großorganisation an die Stelle des angeblich so mächtigen Kapitals setzen. Mit Recht fragt man: Wer wird dann die Kontrolleure noch kontrollieren können?

Der letzte Garant des Gemeinwohls auch im wirtschaftlichen Sinne ist der Staat, d. h. bei uns das Parlament und die dem Parlament verantwortliche Regierung. Sie haben in allgemeinen, freien und geheimen Wahlen des *ganzen* Volkes, und nicht nur einer wenn auch noch so starken Gruppe, ihr Mandat zur Wahrung und Förderung des Gemeinwohls erhalten. Der Gesetzgeber sollte sich im Interesse der Erhaltung unserer verfassungsmäßigen freiheitlichen Ordnung davor hüten, dieses Mandat oder Teile dieses Mandats unter dem Druck einer manipulierten öffentlichen Meinung an ein *privates* organisiertes Interesse abzutreten.

g) Der angebliche „Interessenmonismus“ des privaten Unternehmens

Eine weitere Unterstellung ideologischer Natur, mit der wir diesen Absatz zu Ende bringen wollen, besteht darin, daß behauptet wird, die kapitalistisch arbeitenden Unternehmen seien *interessenmonistisch* strukturiert, d. h. sie dienen ganz überwiegend oder gar ausschließlich dem Interesse der Kapitaleigner. Nach *Oswald von Nell-Breuning* sind die Arbeitnehmer darauf angewiesen, „durch Arbeit an *fremden* (hier und im folgenden Hervorhebungen vom Verfasser!) Produktionsmitteln nach *fremder* Weisung und für *fremde Interessen* (!) ihren Lebensunterhalt zu erwerben, ohne Einfluß darauf zu haben, ob, wann, wo und wie die Arbeitsplätze für sie geschaffen werden, und ohne gesicherten Anspruch darauf, an den bestehenden (!) Arbeitsplätzen arbeiten zu dürfen. Ob sie Beschäftigung finden oder nicht, bestimmt sich *nicht* nach *ihrem* Bedürfnis und *ihren Interessen*, sondern das bestimmt die gesellschaftliche Minderheit, die über die Produktionsmittel und damit über die Arbeitsplätze verfügt. Wie die Verfügung über die Beschäftigung, so liegt auch die Leitung des Produk-

tionsprozesses und weitgehend auch noch die Lenkung des Distributionsprozesses (!) in den Händen jener gesellschaftlichen Minderheit“<sup>38</sup>, nämlich der Arbeitgeber.

Hier wird — zumindest der Sache nach — ganz unbefangen mit dem Begriff der marxsschen Entfremdungsideologie gearbeitet. Hier erscheint der Arbeiter als das bedauernswerte Objekt unbegrenzter unternehmerischer Willkürentscheidungen. Hier wird, um die These von der angeblich interessenmonistischen Struktur unserer Unternehmungen zu fundieren, so getan, als ob es vom *einzelnen* Unternehmer oder Unternehmen abhinge, „wann, wo, und wie“ Arbeitsplätze für die Arbeitnehmer geschaffen werden, als ob es am mangelnden guten Willen, am mangelnden Altruismus des nur auf sein eigenes Interesse bedachten Unternehmers oder Arbeitgebers läge, wenn die Arbeiter keinen „gesicherten Anspruch darauf (haben), an den bestehenden Arbeitsplätzen arbeiten zu dürfen“. Aber nicht genug damit, sogar „noch die Lenkung des Distributionsprozesses (soll) in den Händen jener gesellschaftlichen Minderheit“ liegen, nämlich der Unternehmer.

*Oswald von Nell-Breuning* weiß sehr wohl, daß es *nicht* Aufgabe des einzelnen Unternehmers *ist* und *auch nicht sein kann*, in erster Linie Arbeitsplätze zu schaffen, sondern über den Markt Güter und Leistungen in möglichst guter Qualität zu möglichst niedrigen Preisen anzubieten. Tut er das nicht, dann schadet er à la longue nicht nur sich selbst und der ganzen Volkswirtschaft, sondern nicht zuletzt den Arbeitnehmern in seinem Unternehmen. *Oswald von Nell-Breuning* weiß sehr genau, daß *niemand*, in einer freien Wirtschaft nicht einmal der Staat, geschweige denn der einzelne Unternehmer, dem Arbeiter „einen gesicherten Anspruch darauf (garantieren kann), an den *bestehenden* Arbeitsplätzen arbeiten zu dürfen“. Auch eine wie immer geartete wirtschaftliche Mitbestimmung kann dies nicht, wie *Oswald von Nell-Breuning* zuzugeben bereit ist und wie es die Erfahrungen gerade in den mitbestimmten Branchen unserer Volkswirtschaft in aller wünschenswerten Deutlichkeit bewiesen haben. Er weiß endlich, daß die „Lenkung des Distributionsprozesses“ nicht einfach sozusagen par ordre de Mufti erfolgt, sondern daß der Verteilungsprozess bis heute noch ein weitgehend unbewältigtes Problem der theoretischen Nationalökonomie ist, das man nicht mit ein paar Zweckbehauptungen aus der Welt schaffen kann. Gerade ihm kommt das Verdienst zu, in den Debatten der letzten 25 Jahre nicht müde geworden zu sein, den Arbeitern immer und immer wieder geradezu beschwörend einzuschärfen, über welche entscheidende Waffe sie hinsichtlich des Verteilungsprozesses und der breiten Vermögensstreuung durch Sparen, und zwar in the long run

ohne Konsumverzicht, verfügen. Was sollen dann aber diese Kapriolen, wonach die Lenkung des Distributionsprozesses in den Händen der gesellschaftlichen Minderheit der Unternehmer liegen soll<sup>89</sup>?

Um die angeblich interessenmonistische Struktur unserer Unternehmen zu „beweisen“, müssen alle guten und oft verlautbarten Einsichten über die weitgehende Marktorientiertheit der Unternehmen über Bord geworfen werden. Denn die Marktorientiertheit erweist sofort die Unhaltbarkeit der These von der interessenmonistischen Struktur der Unternehmen.

Die Determiniertheit vom Markt her ist ex definitione eine Determination durch eine *interessenpluralistische* Institution, in dem Sinne nämlich, daß, wenn ein Unternehmen „gut im Markt liegt“, d. h. aber mit Erfolg arbeitet, damit letztlich auch dem Interesse aller gedient ist, die in irgendeiner Weise über den Markt oder über verschiedene Teilmärkte mit dem Unternehmen verbunden sind. Funktionieren die Unternehmen gut, so finden die Leute Arbeit: dem Arbeitsmarkt ist gedient. Es wird ferner dem Interesse des Verbrauchermarktes gedient; denn wenn der Unternehmer, um hier ein bekanntes Wort von *Götz Briefs* zu verwerten, die „Kosten in Schach und Proportion“ hält, dient er der preisgünstigsten Versorgung der Verbraucher mit Gütern und Dienstleistungen. Ferner wird auch dem Interesse derjenigen gedient, die aktiv am Kapitalmarkt beteiligt sind; denn sie werden ihre Gelder in gut funktionierende Unternehmen hineinstecken, in der Gewißheit, daß es beim besten Wirt am besten aufgehoben ist. Die Aktivzinsen der zahlreichen kleineren und größeren Privatsparer können letztlich ebenfalls nur aus den Erträgen gut arbeitender Unternehmen gezahlt werden. Daß der Staat von gut gehenden Unternehmen ebenfalls profitiert, braucht nicht eigens hervorgehoben zu werden (all das wissen nur Jusos nicht!). Endlich wird, wo die Volkswirtschaft dank der schöpferischen Initiative freien Unternehmertums floriert, auch dem Weltgemeinwohlproblem Nr. 1, nämlich einer wirksamen Entwicklungshilfe, am ehesten gedient werden können. Mit Recht wird darauf hingewiesen, daß die Länder mit der am meisten auf dem freien Unternehmertum basierenden Wirtschaft bisher den Löwenanteil an Entwicklungshilfe geleistet haben.

*Summa summarum* kann das Fazit nur lauten: Die Behauptung, unsere Unternehmen seien interessenmonistisch strukturiert, ist eine so eklatante Verkennung der Realität, daß man sich nur wundern kann, wie sie ernsthaft landauf landab verbreitet werden kann. Auch einer gern gehörten und applaudierten These zuliebe sollte man sich nicht unter die *grands simplificateurs* begeben. Einem Politiker mag das anstehen, für einen Wissenschaftler ist es allemal schlecht.

Es ist zwar durchaus richtig gesehen, wenn gesagt wird, das *vorrangige* Interesse des Unternehmers sei der Gewinn, die Rentabilität des eingesetzten Kapitals. Unternehmer sind gewiß keine Heilige, jedenfalls nicht mehr — aber auch nicht weniger — als andere auch. „Der Unternehmer mag privat ein Wohltäter sein, ein Verschwender, ein Heiliger, aber als Unternehmer ist sein Hauptbestreben das Gewinnstreben. Sonst ist er kein Unternehmer“. <sup>40</sup> „Unternehmer führen ihre Betriebe nicht aus reiner Opferwilligkeit und brauchen es auch nicht“. <sup>41</sup>

Auch christliche Unternehmer, die sich bewußt als solche verstehen, prä tendieren keineswegs, engelgleiche Altruisten zu sein. „Sie suchen — wie alle Menschen — letztlich auch ihren eigenen Vorteil, aber sie haben die Bereitschaft und den Willen, ihren Vorteil nicht auf Kosten anderer zu suchen, sondern als Teilhabe am gemeinsamen Vorteil aller“. <sup>42</sup> Aber es ist falsch, wenn daraus, „daß der privatwirtschaftliche Erwerb nächstes und in gewissem, engumgrenztem Sinne auch oberstes Ziel des Wirtschafts-*subjektes* ist“, kurzgeschlossen wird, daß die Wirtschaft dadurch „von der Unterhaltsfürsorge als eigentlichem und letztem diesseitigem Ziel der Wirtschaft *als solcher*, d. i. als gesellschaftlichen Gütererzeugungs- und Güterverteilungsprozesses, abgedrängt werde“. <sup>43</sup>

Subjektives Profitstreben und interessenmonistische Struktur der kapitalistischen Unternehmen sind also keineswegs identisch. Im Gegenteil! Es ist geradezu eine List der Idee, die bewirkt, daß der Unternehmer in der Verfolgung seines vorrangigen Interesses gleichzeitig und sozusagen praeter intentionem den Vorstellungen all der vielen Gruppen und Institutionen entspricht, die unter ganz anderen Gesichtspunkten am Unternehmen interessiert sind. Wußte nicht *Oswald von Nell-Breuning* schon 1929, „wie fragwürdig die Unterstellung ist, die kapitalistische Wirtschaft führe vom Dienstzweck der Wirtschaft ab. Vielmehr ist die kapitalistische Wirtschaftsordnung ein besonders raffiniertes Verfahren, oder doch wenigstens der Versuch eines solchen Verfahrens, um den naturgegebenen Erwerbstrieb *methodisch-rational* in den Dienst des eigentlichen und letzten Wirtschaftszweckes, der Unterhaltsfürsorge, zu stellen“. <sup>44</sup>

## II. DIE HERKUNFT HEUTIGER UNTERNEHMER UND IHR BILD IN DER ÖFFENTLICHKEIT

### 1. Woher kommen Unternehmer heute?

Mancher wird, wenn er sich bis hierher durchgearbeitet hat, uns spätestens jetzt eines schweren methodologischen Fehlers zeihen. Da ist ständig vom „Unternehmer“ die Rede, ohne daß auch nur der geringste Versuch unternommen worden wäre zu definieren oder wenigstens zu erklären, was denn eigentlich ein Unternehmer ist.

Nun, dies geschieht natürlich nicht ohne Absicht. — Je mehr „der“ Unternehmer ins Clairobscur von Vorurteil, Magie und Ideologie eingetaucht erscheint, desto klarer und eindeutiger entlarven diese Vorurteile, magischen Ideen und Ideologien sich selbst *comme telles*; denn sie arbeiten ja mit einem Stereotyp „des“ Unternehmers, das sie inhaltlich entweder gar nicht oder nur unzureichend reflektiert haben.

Wir lassen die Frage nach einer Definition des Unternehmers auch jetzt noch beiseite und begnügen uns weiterhin mit dem Stereotyp, wie es in der öffentlichen Diskussion gehandelt wird.

Der weitgehenden Unkenntnis und dem Mißverständnis des Unternehmers und des Unternehmerischen kommt der Umstand entgegen, daß das Sujet selbst große Unschärfen aufweist. „„Unternehmer‘ und ‚Führungskraft in Unternehmen und Betrieb‘ zu sein (die Angelsachsen würden zusammenfassend sagen: *Manager* zu sein) ist kein Fachberuf; wie die Erfahrung zeigt, gibt es keine bestimmte Vor- und Ausbildung, deren Absolvierung *conditio sine qua non* für die Besetzung einer Führungsposition in Unternehmen und Betrieb wäre. Der Managerberuf gehört mithin zu den freiesten aller Berufe; der Zugang zu ihm ist nicht geregelt, nicht Vorschriften unterworfen. Und das für Managerpositionen erforderliche Wissen ist nicht in einer einzigen wissenschaftlichen Disziplin zu finden. Unternehmerisches und betriebliches Handeln vollzieht sich im Integrationsfeld von Wirtschaft, Recht, Technik, Soziologie, Psychologie, Pädagogik und Ethik. Als Konsequenz ergibt sich, daß Positionen mit durchaus vergleichbarem, wenn nicht gar identischem Aufgaben-, Kompetenz- und Verantwortungsbereich von Menschen unterschiedlicher Vorbildung besetzt sind, und zwar nicht nur von Absolventen verschiedener akademischer Disziplinen, sondern auch von Nichtakademikern“.<sup>1</sup>

Bei *Joseph A. Schumpeter* liest sich das Gleiche so: „Unternehmer (bilden) als solche keine soziale Klasse. Obwohl sie, wenn sie Erfolg haben, selbst

oder ihre Nachkommen in die Klasse der Kapitalisten aufsteigen, gehören sie dieser oder einer anderen bestimmten Klasse von vornherein nicht an. Es ist eine historische Tatsache, daß Unternehmer aus allen Klassen hervorgehen, die zur Zeit ihres Auftauchens gerade bestehen. Ihre Stammbäume zeigen die verschiedensten Ursprünge — Arbeiterschaft, Aristokratie, freie Berufe, Bauern und Grundbesitzer, Handwerker, alle haben Anteil an der Bildung eines Typus, der soziologisch nicht einheitlich ist“. <sup>2</sup> Ergänzend fügt *Max Kruk* hinzu: „Einen Ursprung hat Schumpeter übersehen, als er diese Sätze — in Amerika — niederschrieb, die Beamten. Er ist . . . in Deutschland der bedeutendste“. <sup>3</sup>

Über den europäisch-abendländischen Kulturkreis hinaus glaubt der Amerikaner *David S. Landes* feststellen zu können, daß es unternehmerische Potenzen „mehr oder weniger über die ganze Welt verbreitet“ <sup>4</sup> gibt und daß diese Potenzen in allen sozialen Schichten schlummern, allerdings durch sozio-kulturelle oder erzieherische Einflüsse oft an ihrer Entfaltung gehemmt werden. „Der Abteilung für Unternehmensforschung an der Harvard-Universität gelang es, in vielen Bevölkerungskreisen die Träger eines manchmal sehr vitalen Unternehmertums aufzuspüren: z. B. in vielen Ländern unter den Adeligen (von denen herkömmlicherweise angenommen wird, daß sie keinerlei ökonomische Initiative entfalten) und sogar unter russischen Leibeigenen (deren Verhalten nach verbreiteter Meinung den Inbegriff des wirtschaftlichen Konservatismus darstellt). Die Analyse des Unternehmertums erfordert nicht bloß eine längere Liste seiner Bestimmungsfaktoren, sondern auch deren Kombination zu spezifischen *Mustern*; das ist der einzige Weg zu präzisen Erklärungen für die verschieden starken Ausprägungen des Unternehmertums“. <sup>5</sup>

Eine Frage von besonderem Interesse in diesem Zusammenhang ist die nach dem Grad der „Selbstrekrutierung“ des Unternehmernachwuchses. Das heißt: Rekrutiert die Unternehmerschaft, trotz aller new-comers aus anderen sozialen Schichten und Berufen, ihren Nachwuchs zum weitaus überwiegenden Teil aus ihren eigenen Reihen, oder ist der Zuzug von außen verhältnismäßig stark? Wie steht es um die vertikale Mobilität? Scheren viele Söhne aus dem Job aus, kommen viele Angehörige anderer Sozialschichten hinzu? „Die Soziologen sind sich . . . nicht einig, welchen Umfang . . . die Rekrutierung des Nachwuchses aus den gleichen sozialen Schichten einnimmt. Die einen meinen, die überwiegende Zahl der führenden Unternehmer stamme bereits aus der Oberschicht (so *Ralf Dahrendorf*) und Berufsvererbung sei in keiner Gruppe so hoch wie bei den Wirtschafts-Eliten (*Wolfgang Zapf*). Andere betonen, daß der Weg zum

Manager über eine Auslese führt, die stärker am Leistungsprinzip orientiert ist“.<sup>6</sup>

In einer vielbeachteten Mobilitätsstudie kommt *Natalie Rogoff*<sup>7</sup> u. a. zu der Schlußfolgerung, daß zwar der wahrscheinlichste Beruf eines jeden Sohnes der seines Vaters ist (soweit es sich um gehobeneren Berufe handelt), daß jedoch der relativ häufigste Anreiz zur Ergreifung eines anderen Berufes sich bei Söhnen von Akademikern, Eigentümern, Geschäftsleuten (!) und Angestellten findet.

Die Vermutung einer weitgehenden Selbstrekrutierung des Unternehmersnachwuchses legt sich nahe, wenn man davon ausgeht, daß zum unternehmerischen Wirtschaften Vermögen, Kapital gehört, und daß der Sohn eines Unternehmers eben gegenüber Söhnen von Nichtunternehmern den Vorzug genießt, die entscheidende Voraussetzung für unternehmerische Tätigkeit mitzubringen bzw. zu erben, nämlich das unternehmerische Kapital. Der allen sozialistischen Versuchungen gegenüber sicher immune *Franz Böhm* kommt immerhin zu der starken Aussage: „Was die Arbeiter, was die Gesamtheit der nichtbesitzenden Mitglieder unserer heutigen Gesellschaft und natürlich auch und vor allem die Gesellschafts-, Staats- und Verfassungsdenker der bestehenden Ordnung *mit Grund* vorwerfen können, ist . . . die Tatsache, daß das marktwirtschaftliche System denjenigen Privatpersonen, die über Besitz verfügen, die *besonders verantwortlichen und befriedigenden Betätigungsmöglichkeiten* und die *besonders ergiebigen Einkommensquellen* reserviert, ja sie in der Tat zu den *eigentlichen Herren und Gestaltern des Produktionsprozesses* macht“.<sup>8</sup>

Wenngleich dies, cum grano salis genommen, sicher nicht falsch ist, so ist hier der Begriff des „Herrn und Gestalters des Produktionsprozesses“ doch noch zu sehr mit dem des Eigentümer-Unternehmers verknüpft (was übrigens aus dem ganzen Aufsatz von Böhm hervorgeht) und nicht mit dem funktionalen Begriff des Unternehmers, wie ihn Schumpeter geprägt hat. Nimmt man den Unternehmerbegriff nämlich mehr in diesem Sinne, dann sieht das Herkunftsbild der heutigen Unternehmerschaft doch etwas anders und differenzierter aus.

Damit aber ist es nunmehr an der Zeit, die mehr theoretischen Erörterungen und soziologischen Thesen über die Herkunft von Unternehmern an der Realität nachzuprüfen und sie zu verifizieren bzw. zu falsifizieren, auf jeden Fall aber zu differenzieren.

Wir machen uns diese Aufgabe leicht, indem wir die wesentlichen Ergebnisse einer Befragung wiedergeben, die *Max Kruk* vor einiger Zeit in einem Aufsatz in einer großen deutschen Tageszeitung veröffentlicht hat und aus der wir bereits zitierten<sup>9</sup>. Die Befragung ist zwar insofern nicht

ganz repräsentativ, als sie nicht die ganze Skala von Unternehmern vom „Generaldirektor“ bis hinunter zum kleinen Einzelhändler an der Straßenecke umfaßt, aber doch gerade deshalb von besonderem Interesse, weil sie sich mit den in der öffentlichen Meinung so inkriminierten Vertretern von „big business“ befaßt. „Die gesamte wirtschaftliche ‚Machtelite‘ — um in der Sprache der Soziologen zu reden —, aber auch die breite Führungsgarnitur der Experten und der Spezialisten in den Vorständen, Aufsichtsräten und Geschäftsleitungen wurde befragt, unabhängig von der Rechtsform der Unternehmen. Die Aufgeschlossenheit für eine solche Erhebung war über alles Erwarten groß.“<sup>10</sup>

Im einzelnen stellt sich das Bild nach Kruk wie folgt dar:

Von den heutigen Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern von Großunternehmen in der Bundesrepublik Deutschland stammen (in v. H. der Befragten):

- 33,7 aus dem Beamtentum;
- 26,1 aus dem „gehobenen Bürgertum“;
- 18,1 aus dem „kleinbürgerlichen Milieu“;
- 16,3 aus den Reihen der Angestellten;
- 5,8 aus „bedrückten sozialen Verhältnissen“.

Kruk zieht daraus eine erste Folgerung: „Es kann also keine Rede davon sein, daß die leitenden Männer der Großindustrie ihren Beruf gleichsam ‚geerbt‘ hätten, weil schon die Väter in Direktorensesseln saßen oder andere gehobene Positionen bekleideten.“<sup>11</sup>

Weitere Differenzierungen bei 1530 Vorständen, Geschäftsführern und Aufsichtsräten (die am Sample hier fehlenden 132 Personen sind Eigentümer-Unternehmer) ergab folgendes Bild. Es haben bei (in v. H.):

- 34,1 die Eltern oder wenigstens ein Elternteil studiert;
- 10 die Eltern heute Vermögen;
- 41 die Eltern weder heute Vermögen noch haben sie es früher besessen;
- 49 die Eltern oder Großeltern früher Vermögen besessen; „es ist ihnen jedoch durch Krieg und Inflation ganz oder zum Teil verlorengegangen — Spiegelbild der Verarmung des deutschen Bürgertums in der letzten Generation.“<sup>12</sup>

Es stammen (in v. H. aller Befragten):

- 14,1 aus der „Gesellschaftlichen Oberschicht“ (Väter waren Minister, Staatssekretäre, Diplomaten, Generäle, Superintendenten, Universitätsprofessoren, Großgrundbesitzer, Generaldirektoren; wieder ein

Zeichen der Verteilung unternehmerischer Potenzen über sehr unterschiedliche Berufszweige hinweg);

- 38,8 aus „wohlhabenden Schichten“ (Eltern vorwiegend dem „Besitz“- oder „Bildungsbürgertum“ zuzuordnen: höhere Beamte, Offiziere, Richter, Rechtsanwälte, Ärzte, Studiendirektoren, Grundbesitzer, Vorstände und Geschäftsführer von Unternehmen);
- 39,7 aus dem „Kleinbürgertum“ (Väter waren mittlere Beamte, Lehrer oder Pfarrer, Einzelhändler oder Handwerker, kleinere Angestellte usw.);
- 7,4 aus der Arbeiterschaft und der Schicht der „sozial Benachteiligten“.

Kruk zieht aus diesen Zahlen eine weitere Folgerung: „Der Befund ist eindeutig. Etwa die Hälfte der Manager kommt aus den oberen Schichten der Bevölkerung, also aus jenem sozialen Bereich, dem sie selbst heute angehören. Aber die andere Hälfte ist sozial aufgestiegen. Diese Männer stammen aus einfachen bürgerlichen Kreisen, zum Teil sogar aus ausgesprochen kümmerlichen Verhältnissen“.<sup>13</sup>

Was die erste Hälfte (genau 52,9 Prozent) betrifft, die ihre Herkunft aus gesellschaftlichen Oberschichten oder wenigstens aus wohlhabenden Schichten (untere Oberschicht oder obere Mittelschicht) herleitet, so kann man zwar mit Kruk sagen, daß es offensichtlich keine „Erbhöfe“ im Bereich der oberen und Spitzenführungskräfte der großen Wirtschaft gibt („Heute sind *Flick* und *Quandt*, *Schickedanz* und *Grundig*, *Oetker* und *Neckermann* fast zu Ausnahmerecheinungen geworden“, Kruk, a.a.O.), daß aber doch eine starke Eliten-Affinität besteht in dem Sinne, daß die „horizontale Mobilität“ von einer gehobenen Position zu einer anderen vergleichbaren Position offensichtlich erheblich leichter zu realisieren ist als die „vertikale Mobilität“ von unteren in obere gesellschaftlich-wirtschaftliche Positionen.

Immerhin ist das Ergebnis auch so noch überraschend genug, wenn fast die Hälfte aller wirtschaftlichen Führungskräfte einen zum Teil erstaunlichen sozialen Aufstieg verzeichnen kann. Am meisten dürfte überraschen, daß der Besitz von (wirtschaftlichem) Vermögen offensichtlich nur eine relativ unbedeutende Voraussetzung für den Aufstieg in die Spitzenpositionen der wirtschaftlichen Führungs- und Entscheidungshierarchie ist. Ein weiteres Indiz dafür, daß zwischen Eigentum bzw. Vermögen und wirtschaftlicher Macht offensichtlich nicht die enge Korrelation gegeben ist, die uns viele von *Marx* ideologisch geführte Kritiker unserer „kapitalistischen Gesellschaft“ glauben machen wollen und die auch über öffentlich-rechtliche, auf Objektivität verpflichtete Rundfunkanstalten behauptet

wird, wenn etwa zu hören ist, daß die „Mächtigen der Wirtschaft eine homogene und gegenüber Außenseitern abgeschirmte Gruppe bilden, die sich weitgehend aus sich selbst rekrutiert“.<sup>14</sup>

Man kann auf Grund der hier vorgelegten Ergebnisse kaum anders, als im wesentlichen *Max Kruk* zustimmen, wenn er abschließend resümiert: „In der Großwirtschaft, so zeigt sich, dominiert der Nichteigentümer, dessen Amt nicht auf erworbenem oder ererbtem Eigentum beruht, sondern auf seiner Qualifikation. Manager beherrschen die Szene, also Männer, die keinen Erbschein vorweisen, keinen anderen Anspruch auf ihr Amt geltend machen können als die eigene Qualifikation. Wir leben in einer offenen Gesellschaft. Auch die Unternehmerfunktion ist in einem Maße ‚demokratisiert‘ worden, wie sich das vor fünfzig oder hundert Jahren kaum jemand hätte vorstellen können. Man braucht kein Prophet zu sein, um zu sehen, daß mit dem anhaltenden Wachstum der Wirtschaft und der Unternehmen der Weg weiter in diese Richtung führen wird“.<sup>15</sup>

Zum Vergleich mit den Ergebnissen der Befragung von *Max Kruk* liegt eine Studie von *Benno Biermann* über die soziale Struktur der Unternehmerschaft in Nordrhein-Westfalen vor<sup>16</sup>. Allerdings sind beide Untersuchungen nur bedingt vergleichbar. Während nämlich Kruk in seine Arbeit „Vorstände, Aufsichtsräte, Inhaber oder Mitinhaber an der Spitze der 381 größten Unternehmen aller Wirtschaftszweige und Rechtsformen“ (Vorwort des Buches von Kruk, 10; s. Anm. 9) einbezieht, fällt unter Biermanns „positionale Definition“ des Unternehmers nur, „wer die mit der höchsten formalen Autorität ausgestattete Position in einem Wirtschaftsunternehmen innehat“.<sup>17</sup> Daraus folgert Biermann, daß nur diese Personengruppen dem positionalen Unternehmerbegriff genügen: In Kapitalgesellschaften die Mitglieder des Vorstandes (in der AG) und die Geschäftsführer bzw. geschäftsführenden Gesellschafter (in der GmbH), in Einzelunternehmen und Personalgesellschaften die Eigentümer oder Gesellschafter in der Geschäftsführung. Wichtig ist die Zugehörigkeit zum formalen System des Unternehmens, nicht der tatsächliche Einfluß, den bestimmte Personen (z. B. Hauptaktionäre, Aufsichtsräte) auf das Unternehmen ausüben können. Biermanns „Unternehmer“ ist also nicht identisch mit dem von Kruk; seine „positionale Definition“ ist enger.

Ferner geht Biermann in dem so ausgegrenzten Sample zum Teil nach anderen kategorialen Strukturmerkmalen als Kruk vor. Dennoch bestätigt er auch unter diesen unterschiedlichen Voraussetzungen weitestgehend dessen Ergebnisse, was Herkunft und soziale Zusammenfassung der Unternehmerschaft betrifft. Er resümiert: „Es widerspricht nicht den Erwartungen, wenn die Unternehmerschaft als soziale Kategorie kein besonders

homogenes, von ihrer gesellschaftlichen Umwelt klar abgegrenztes Bild bietet“.<sup>18</sup>

Interessant sind aus der Zusammenfassung Biermanns vielleicht noch folgende Daten:

Etwa 50 Prozent aller Unternehmer (immer nach Biermannscher Definition) sind Söhne von Unternehmern. — Während nur 3 Prozent der männlichen Wohnbevölkerung Nordrhein-Westfalens ein Hochschuldiplom besitzen, steigt diese Ziffer auf rund 10 Prozent bei Firmeninhabern und 40 Prozent bei den angestellten Unternehmern. Akademisches Prestige steht hoch im Range. „Es gibt in der akademischen Unternehmerschaft mehr als doppelt so viele Inhaber eines Doktorgrades, als man aufgrund der spezifischen Fachstruktur der Kategorie vermuten durfte“.<sup>19</sup>

Was die Selbstrekrutierungsrate betrifft, so erscheint sie bei Biermann als relativ hoch, was mit seinem durch seine Definition ausgegrenzten Sample zusammenhängt, weil der so definierte Unternehmer seine Position in der Tat in größerem Umfang auf traditionale Legitimationsfaktoren im Sinne von *Max Weber* (z. B. Eigentum, Erbrecht, Familientradition usw.) zurückführen kann. Für den angestellten Unternehmer dagegen und den Unternehmer — nennen wir ihn hier einmal so — im weiteren Sinne, wie *Max Kruk* ihn seiner Befragung zugrundegelegt hat, dürfte eine sich verstärkende Verlagerung der Legitimation auf das Leistungsprinzip und damit eine „Demokratisierung“ der Unternehmerqualität dem auch sonst in der Gesellschaft zu beobachtenden allgemeinen Trend entsprechen, wenngleich, wie Biermann einschränkend konstatiert, auch „der nicht selbstrekrutierte Teil der Unternehmerschaft, was die soziale Herkunft betrifft, deutliche Kennzeichen einer schichtspezifischen Auswahl“<sup>20</sup> trägt.

## 2. Das Bild des Unternehmers in der Öffentlichkeit

### a) Vorüberlegungen

Wir versagen uns noch immer den Versuch einer genaueren Bestimmung dessen, was ein Unternehmer ist, wer als Unternehmer zu gelten hat und was seine typische und spezifische Aufgabe ist. Das heißt, wir arbeiten vorläufig weiterhin mit dem in der breiten Öffentlichkeit handelsüblichen Stereotyp „der Unternehmer“. Dies erst recht, wenn es um die hier zu beantwortende Frage nach dem Bild — oder wie man heute auf gut Neudeutsch zu sagen pflegt: nach dem Image — des Unternehmers in der Öffentlichkeit geht.

Ebenso wenig wie es „den Unternehmer“ gibt, gibt es „die Öffentlichkeit“ oder „die öffentliche Meinung“. Im Interesse einer differenzierteren Aus-

sage werden wir gut daran tun, zwischen „veröffentlichter Meinung“ und „öffentlicher Meinung“ zu unterscheiden und letztere wieder — im speziellen Hinblick auf unseren Gegenstand — in ein „Fernbild“ und ein „Nahbild“ der öffentlichen Meinung vom Unternehmer zu unterteilen<sup>1</sup>. Zur Terminologie folgendes: Unter veröffentlichter Meinung verstehen wir die Lenkung (Manipulation) aktueller öffentlicher Meinung durch sogenannte „opinion-leaders“ verschiedenster Art. Die Lenkung öffentlicher Meinung findet systematisch und pausenlos statt, nicht nur durch Interessengruppen, bei denen dies selbstverständlich ist, sondern auch durch Instanzen, bei denen man — soweit sie nicht bestimmten Interessengruppen affiliert sind — mehr Objektivität voraussetzen sollte, z. B. durch Presse, Rundfunk, Fernsehen, Film, Zeitschriften, Bücher über aktuelle Probleme. Hinter diesen Medien stehen Intellektuelle: Journalisten, Schriftsteller, Literaten, Korrespondenten. — Aber auch hier ist Lenkung und Manipulation an der Tagesordnung, wobei oft die raffiniertesten Methoden angewandt werden, etwa die Vermischung von Nachricht und Kommentar oder die selektive Kürzung einer Information dergestalt, daß schon durch die Art und Wahl der Kürzung eine einseitige Meinung vorweg suggeriert wird. Die Dinge sind ja bekannt. Selektion und Lenkung erfolgen meist in der Weise, daß „den Lesern/Hörern zur Beurteilung laufender öffentlicher Fragen absichtsvoll zugespitzte Formeln, *Stereotype* (*Lippmann*) zugeworfen werden“.<sup>2</sup>

Mit welcher raffinierten Methoden gearbeitet wird, dafür kann folgende kleine Begebenheit als Beispiel stehen: Vor einiger Zeit beschwerte sich ein CDU-Abgeordneter beim Intendanten einer großen deutschen Rundfunk- und Fernsehanstalt darüber, daß die der Information dienenden Sendungen (Nachrichten, Kommentare, Magazine usw.) parteipolitisch nicht neutral gehalten seien, ja, daß sie sogar an die Grenze politischer Gefährdung reichten. Der Intendant antwortete ihm, das könne wohl sein; dennoch sei der Ausgleich aufs Ganze gegeben, da die Unterhaltungssendungen „systemstabilisierend“ wirkten. Manipulation durch Unterhaltung!

Im Gegensatz zur veröffentlichten Meinung im eben beschriebenen Sinne als laufender Produktion und Reproduktion von Stereotypen ist die öffentliche Meinung das Insgesamt der in einer Gesellschaft über längere oder kürzere Zeit („konstante“ oder „aktuelle ö. M.“) tatsächlich im Umlauf befindlichen Stereotype über bestimmte Sachverhalte, Gruppen, Personenkreise in der Gesellschaft. Mit Hilfe solcher Stereotype, die über ein und dieselbe Sache, Gruppe, Personenkreis usw. bei den verschiedenen sozialen Gruppen und Schichten sehr differieren können (Das Fremdstereotyp „Unternehmer“ ist bei Arbeitnehmern sehr verschieden von dem

Eigenstereotyp bei Unternehmern und Arbeitgebern) und sich oft in unterschiedlichen Gruppenjargons niederschlagen, kommunizieren die Gruppen in der Gesellschaft miteinander, reden sie miteinander oder aneinander vorbei. Meinungsforschung steht weitgehend im Dienste der Erhebung von Fremd- und Eigenstereotypen und dient damit der Erforschung öffentlicher Meinung „als Meinung, die sich mit sich selbst und anderen Meinungen deutlich und objektiv konfrontiert sieht“.<sup>3</sup>

Wichtig ist, daß die öffentliche Meinung nicht einfach als ein Reflex oder Abklatsch der veröffentlichten Meinung betrachtet wird. Wenn dem nämlich so wäre, dann gäbe es nur eine kausale oder funktionale Verbindung zwischen beiden nach Art einer Einbahnstraße, wie sie das folgende einfache Modell zeigt:

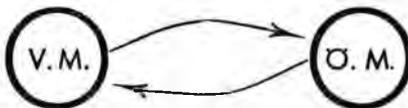
*Modell 1:*



Die öffentliche Meinung (Ö. M.) wäre nach diesem Modell eine bloße Funktion der veröffentlichten Meinung (V. M.).

Die tatsächliche Verbindung zwischen beiden läßt sich am ehesten am Funktionieren von Rückkoppelungseffekten in Regelkreissystemen illustrieren. Unter Rückkoppelung verstehen wir die interdependente Beeinflussung zweier schwingungsfähiger Systeme, wobei ein Teil der Energie vom System II wieder auf System I (Eingangssystem) „zurückgekoppelt“ wird. Betrachten wir die veröffentlichte Meinung als System I (Eingangssystem) und die öffentliche Meinung als System II, dann würde sich die interdependente Abhängigkeit beider Systeme in einem ganz einfachen Modell wie folgt darstellen lassen:

*Modell 2:*



Die kontinuierliche Produktion von Stereotypen durch die veröffentlichte Meinung wirkt — in welchem Ausmaß, in welchen Intervallen, braucht hier nicht untersucht zu werden: das Faktum ist unbestreitbar — unaufhörlich auf die Gestalt der öffentlichen Meinung ein. Diese aber wirkt ihrerseits auch wieder auf die veröffentlichte Meinung ein in dem Sinne, daß die von der veröffentlichten Meinung beabsichtigte Lenkung oder Manipulation der öffentlichen Meinung nicht total am Bestand von gerade handelsüblichen Stereotypen in der öffentlichen Meinung vorbeigehen kann, jedenfalls nicht in einem mehr oder weniger frei rückgekoppelten Gespräch (Nur totalitaristische Meinungslenkung geht oder glaubt an der öffentlichen Meinung vorbeigehen zu können, obwohl dies ein Trugschluß ist). Die veröffentlichte Meinung ist auf Bundesgenossen in der öffentlichen Meinung angewiesen, und letztere wieder suchen sich die Instanzen an den Schaltstellen der veröffentlichten Meinung dienstbar zu machen. So kann sich auf längere Sicht eine kumulative Verstärkung bestimmter Stereotype in gegenseitiger Rückkoppelung zwischen veröffentlichter Meinung und zumindest Teilen oder Teilgruppen der öffentlichen Meinung ergeben. Die große Gefahr der Meinungsmanipulation oder der Bildung von Meinungsmonopolen besteht darin, daß sich das geschilderte Regelkreissystem zwischen nur einigen wenigen „tonangebenden“ Gruppen in der Gesellschaft schließt, während andere Gruppen von diesem System ausgeschlossen werden.

Für einen nicht gerade unbedeutenden, aber andererseits auch nicht zu überschätzenden Teil moderner opinion-leaders, nämlich Schriftsteller und Literaten, hat *Rudolf Krämer-Badoni* die eben theoretisch dargestellte Rückkoppelung der veröffentlichten an die öffentliche oder wenigstens an große Teile der öffentlichen Meinung sehr anschaulich wie folgt geschildert: „Ich teile Ihnen kein Geheimnis mit, wenn ich sage, daß die heutige Literatur, soweit sie erfolgreich ist und wenn sie soziale Themen behandelt, ein negatives Bild vom Unternehmer vermittelt oder voraussetzt (!)“ . . . „Der Künstler braucht starke Farben, und er nimmt sie gern dort, wo sie nach allgemeiner Konvention (!) am leichtesten zu haben sind. Selbstverständlich könnte er auch einen Lokomotivführer als rücksichtslose, sexualfanatische, zynische Bestie vorführen, und die Lokomotivführergattin als die unterdrückte Ausgenützte; aber das wäre anekdotisch, und die Kunst scheut die Anekdote. Am durchschlagendsten ist es, auf die Kollektivpalette (!) zu greifen und die Schicht derer, die sichtbar oben schwimmen und Macht besitzen, des Machtmißbrauchs zu zeihen. Der radikale Künstler quetscht eher ein Kamel durchs Nadelöhr, als daß er einen Reichen einen guten Menschen sein ließe“ . . . „Aber wer die

Sozialverhältnisse anders als üblich darstellen will, der muß sich der Strömung (!) entgegenwerfen. Er muß gegen zweitausend Jahre Geschichte aufstehen. Und es ist leicht einzusehen, welche Geistes- und Überzeugungskraft ein solcher Autor braucht — oder sagen wir: brauchte, denn es gibt ihn nicht. Und wenn es ihn gibt, gibt es ihn nicht im öffentlichen Bewußtsein (!). Die gewöhnlichen sozialkritischen Autoren brauchen gar keine Überzeugungskraft. Ihre Ansichten sind so gängig (!), daß sie sie nicht einmal zu motivieren brauchen. Das geht von selbst“.<sup>4</sup>

#### b) Die veröffentlichte Meinung

Nach diesen theoretischen und terminologischen Vorüberlegungen ist es nunmehr an der Zeit, das Bild des Unternehmers in der veröffentlichten und in der öffentlichen Meinung (Fernbild und Nahbild)<sup>5</sup> näher zu betrachten.

Über das Bild des Unternehmers in der veröffentlichten Meinung gibt es bisher keine hinreichende Untersuchung. Um eine solche zu realisieren, müßten Filme, Fernseh- und Radiosendungen, Presse (vor allem Illustrierte und „Regenbogenpresse“), Romane und andere Meinungsmedien systematisch untersucht werden, eine Arbeit, die einen einzelnen überfordern und von einem Team nur über Jahre hinweg bewältigt werden könnte.

So sind wir vorderhand noch auf mehr allgemeine Eindrücke angewiesen und setzen uns damit selbst dem Verdacht aus, selektive und daher manipulative Informationen bzw. Kommentare zu verbreiten. Desungeachtet wagen wir die jederzeit falsifizierbare These, daß die veröffentlichte Meinung eher ein recht negatives Bild vom Unternehmer zeichnet.

So hat man den Eindruck, daß vor allem von einzelnen Fernsehanstalten im wesentlichen solche Einzelbeispiele genüßlich aufgegriffen werden, wo Unternehmern am Zeuge geflickt werden kann. Ein besonders beliebtes Thema sind zur Zeit die Unterkünfte ausländischer Arbeitnehmer. Daß hier in vielen Fällen vieles im argen liegt, kann nicht bestritten werden. Mangelhafte, zum Teil menschenunwürdige Unterkünfte bei wucherischen Mieten mögen keine Einzelfälle sein, und ein geharnischter Protest ist sicher mehr als am Platze. Aber man erfährt kaum etwas über ordentliche oder gar vorbildliche Wohnverhältnisse für fremde Arbeitnehmer, die es ja auch gibt. Mehr als ein bloßer Protest durch selbsternannte „Sozialkritiker vom Dienst“ könnte möglicherweise eine beispielhafte Herausstellung von positiven Verhältnissen leisten. Aber das wäre ja keine „Nachricht“, solches ließe sich schlecht verkaufen.

Ähnliches ließe sich hinsichtlich der fernsehgerechten Zubereitung von „Informationen“ über „die“ Lehrlingsausbildung sagen. Auch hier kann schlechterdings nicht geleugnet werden, daß es in vielen Fällen schreiende Mißstände gibt. Aber es gibt auch die Betriebe mit einer vorbildlichen Ausbildung. Warum werden sie nicht häufiger als beispielgebend herausgestellt? Aber nein: „den Unternehmern“ muß „die Maske heruntergerissen werden“, wie es in einer Fernsehsendung über Lehrlingsausbildung hieß.

Wenn schon ein bekannter Unternehmer Gegenstand einer halbstündigen Fernsehsendung wird, dann macht es sich auf jeden Fall gut, wenn er ein „buntes Imperium“ von der Backpulvererzeugung bis hin zu Reedereien zusammengeschachert hat und wenn er zumindest nicht mehr mit seiner ersten Frau verheiratet ist, am besten auch nicht mehr mit der zweiten. Das ist doch das mindeste, was man von einem „zünftigen“ Unternehmer erwarten kann, wenn er telegen sein soll<sup>5a</sup>.

*Erwin K. Scheuch* hat sich die Mühe gemacht, einmal 20 Fernsehsendungen nichtwirtschaftlichen Inhalts auf ihr Unternehmerbild zu untersuchen. Sein Fazit: „In fünfzehn von zwanzig ausgewählten Sendungen sind die Handlungen des Unternehmers entweder am Rande der Kriminalität oder direkt kriminell . . . Das wichtigste Einzelthema ist in diesem Zusammenhang Steuerhinterziehung — wozu übrigens freie Berufe etwas bessere Gelegenheit haben als buchführende Betriebseinheiten. (Möglicherweise liegt hier ein Element der Projektion von freiberuflichen Gestalten vor.) Dann folgen Korruption, Intrigen, Kabalen aller Art in etwa ein Fünftel aller Fälle“.<sup>6</sup>

Auf etwas festerem Boden bewegen wir uns, wenn wir uns von dem bereits weiter oben angeführten *Rudolf Krämer-Badoni* über das Unternehmerbild in der zeitgenössischen sozialkritischen Literatur berichten lassen. Krämer-Badoni gibt einige Kostproben aus Romanen von *Erich Kuby* (Sujet: Die vor einigen Jahren ermordete Frankfurter Dirne Rosemarie Nitribitt und ihre Erlebnisse mit „Reichen“), *Martin Walser* („Überlebensgroß Herr Krott“; über einen „Industrieriesen“) und *Heinrich Böll* (z. B. „Ansichten eines Clowns“) zum besten. Sein Fazit lautet:

„Hier (*bei Kuby*; Verf.) figurieren Unternehmer als Industrie- und Sexual-elefanten“. — „Bis jetzt liegen (*bei Walser*; Verf.) folgende Charakteristika der ‚herrschenden Klasse‘ vor: Reichtum als sinnloser Leerlauf, Großmannstreiben, Sexualraserei, kinderleichte Beherrschung der Arbeiter, mythisches Avancement vom Goldenen Kalb zur goldenen Sau, klares Lagebewußtsein und prickelnder Genuß dieser Lage“. — „Und nun noch eine Beschimpfung, die sich in der Hauptsache gegen die reichen Christen

richtet, nämlich das Oeuvre Heinrich Bölls. Reiche schwimmen immer oben, auch wenn sie Christen sind. Sie überwältigen und verbürgerlichen die Kirche. Und da sie immer oben schwimmen, waren sie in der Vergangenheit Nazi oder mindestens Mitmacher, Mitheuler, Mitläufer. Pflichtgemäß interessieren sie sich für Kulturelles, für die neueste Literatur, und vom Kopf bis zur Seele brav frisiert, entdeckten sie überall Positives. Manchmal wacht einer auf, wie z. B. der junge Industriellensohn Schnier, dann verläßt er die organisierte Heuchelei und läßt sich fallen. Die Armen sind ja am ehesten der Liebe fähig. Bölls Schafe und Böcke teilen sich stets in gescheite, gute Arme und dumme, böse Reiche. — Vater und Mutter Schnier in ‚Ansichten eines Clowns‘ sind komplette Muster von Dummheit, Würde, raffinierter Geldschneiderei und unbewußter Heuchelei. Selbstverständlich hat auch der Braunkohlenschnier ‚eine hübsche Geliebte‘. — Auch Böll ist wie Walser und so viele andere der Meinung, daß die Arbeiter oder vielmehr ihre Organisationen längst zu Kreuze gekrochen und zu den Herrschenden übergelaufen sind. Wirtschaftliche Macht, teils christlich legitimiert und weitgehend mit der politischen Macht identifiziert, und keiner der Machtausüber fähig, den Schwachen ihre Rechte einzuräumen; und richtig leben können nur die Armen, und wenn sie falsch leben, sind die Mächtigen und Reichen dran schuld“.<sup>7</sup>

So viel zur veröffentlichten Meinung über den Unternehmer heute. Wir müssen noch einmal um Nachsicht bitten, wenn dieser Teil zugegebenermaßen nur sehr an der Oberfläche angerissen werden konnte.

### c) Das Fern- und Nahbild vom Unternehmer

Wir wenden uns nunmehr dem Bild des Unternehmers in der Öffentlichkeit im Sinne des Fern- und Nahbildes zu, wie wir es erläutert haben<sup>8</sup>. Dabei tun wir uns hier wieder viel leichter, weil wir uns mit *Günter Schmolders* und *Elisabeth Noelle-Neumann* auf empirisch einigermaßen gesichertem Boden befinden<sup>9</sup>.

Zunächst zum *Unternehmerfernbild*: Was die Frage betrifft, wer eigentlich Unternehmer sei, so sind nach Ansicht der in der Schmolders-Studie Befragten die beiden Faktoren „Eigentum“ und „Leitung“ entscheidend. Allerdings genügt das Eigentum am Kapital nicht, um als Unternehmer angesehen zu werden; „selbst den Besitzer der Aktienmehrheit einer großen Aktiengesellschaft sind nur 62 Prozent der Befragten bereit, als Unternehmer anzusehen“.<sup>10</sup> „Höchst eindrucksvoll ist dagegen der Wandel in den Vorstellungen über den im Angestelltenverhältnis tätigen Unternehmer, beispielsweise den

Direktor einer Aktiengesellschaft; ihn nannten 1950 nur 23 Prozent der Befragten einen Unternehmer, 1970 aber schon 43 Prozent“.<sup>11</sup>

*Positive Eigenschaften* im Unternehmerfernbeeld. Es meinen (in v. H. der Befragten):

- 84: die Wirtschaft läuft nicht ohne Unternehmer;
- 82: Unternehmer setzen sich für ihre Mitarbeiter ein;
- 77: Unternehmer sind tüchtige Leute;
- 71: ohne Unternehmer gäbe es keinen Wohlstand;
- 61: Unternehmer tun viel für Wissenschaft und Forschung;
- 36: der Unternehmerberuf ist attraktiv wegen der Verdienstchancen;
- 25: dasselbe wegen der Selbständigkeit;
- 3: dasselbe wegen des hohen Ansehens.

Eher *neutrale Eigenschaften* im Fernbeeld. Es meinen (in v. H. der Befragten):

- 73: die Unternehmer haben einen großen Einfluß auf die Politik, der aber auch in diesem Umfang gebilligt wird;
- 57: wenn es Unternehmern schlecht geht, hilft ihnen der Staat.

*Negative Eigenschaften* im Fernbeeld. Es meinen (in v. H. der Befragten):

- 58: Unternehmer sind wenig sozial eingestellt;
- 57: Unternehmer leben auf Kosten anderer Leute;
- 55: Unternehmer leben von der Arbeit anderer;
- 55: Unternehmer müssen erst durch Gesetze gezwungen werden, auf die Wünsche ihrer Angestellten und Arbeiter einzugehen;
- 52: Unternehmer sind nur freundlich zu ihren Arbeitskräften, weil diese knapp sind;
- 15: Unternehmer sind eine generell überflüssige Gruppe;
- 4: Unternehmer sind „Kapitalisten“ und „Ausbeuter“.

Damit schrumpfen die, die sich noch ausgesprochen klassenkämpferischer Klischees bedienen, wenn sie sich zum Unternehmer äußern, auf nur 4 Prozent zurück. Das Fernbeeld des Unternehmers, das Stereotyp „Unternehmer“ in der breiteren Öffentlichkeit zeigt, so könnte man aus den eben dargelegten Ergebnissen schlußfolgern, daß hier positive und negative Eigenschaften sich in etwa die Waage halten. Allerdings gibt es im Unternehmerfernbeeld einige schichtenspezifische Unterschiede im Urteil der Befragten. „Die Neigung zu einem negativen Unternehmerbild ist am meisten unter den Arbeitern verbreitet; Beamte und Hausfrauen besitzen ein einigermaßen neutrales Unternehmerbild, während dieses bei den Ange-

stellten weitaus positiver ist. Befragte mit geringer Berufsausbildung haben ein ausgesprochen negatives Unternehmerbild, in der mittleren Ausbildungskategorie ist es dagegen sehr gut, während hochausgebildete Leute (Hochschule) tendenziell wieder eher negativ über den Unternehmer denken“.<sup>12</sup>

Und nun zum *Unternehmernahbild*. Hierzu bringt *Schmölders* in seiner ersten und vorläufigen von uns verwendeten Kurzauswertung zwar nur wenige, aber doch sehr bezeichnende Werte, die durch signifikante Unterschiede im Fern- und Nahbild erkennen lassen. Gute Eigenschaften werden hier sehr viel häufiger, schlechte Eigenschaften sehr viel seltener herausgestellt. Es meinen (in v. H. der Befragten):

- 70: der Unternehmer „setzt sich für die Anliegen seiner Leute ein“ (Fernbild: 53);  
 36: Unternehmer verdienen ein Vielfaches dessen, was sie leisten (Fernbild: 56);  
 29: der Unternehmer ist nur freundlich zu seinen Arbeitskräften, weil diese knapp sind und gebraucht werden (Fernbild: 52);  
 26: Unternehmer sind zu wenig sozial eingestellt (Fernbild: 58).

Schmölders schlußfolgert: „Das zeigt, daß das Nahbild von der Person, die bei den Befragten unternehmerische Funktionen ausübt, weitaus besser ist als das stereotype Fernbild vom Unternehmer, das in der öffentlichen Meinung unreflektiert kursiert; dieses Nahbild ist außerdem auch realistischer, was darin zum Ausdruck kommt, daß manche übertriebenen Vorstellungen von positiven Eigenschaften der Unternehmer etwas revidiert erscheinen“<sup>13</sup>.

Wollte man — mit allen angebrachten Vorbehalten — versuchen, dem Bild des Unternehmers in der veröffentlichten Meinung und in der öffentlichen Meinung — letztere differenziert nach Fern- und Nahbild — Noten zuordnen, dann könnte das etwa folgendermaßen aussehen:

Das Bild des Unternehmers erhält in der

- |   |   |
|---|---|
| — veröffentlichten Meinung                      | die Note: mangelhaft (5)                        |
| — öffentlichen Meinung<br>(Fernbild; Stereotyp) | die Note: befriedigend bis<br>ausreichend (3,5) |
| — öffentlichen Meinung<br>(Nahbild)             | die Note: gut bis befriedigend (2,5).           |

Während es sich bei der Untersuchung von Schmölders eher um eine Momentaufnahme handelt, kann *Noelle-Neumann* auf die frappierende Unveränderlichkeit des Unternehmerbildes in der demoskopischen Beobachtung über einen langen Zeitraum hinweg (1952 bis 1971, dazwischen noch 7 Befragungen) hinweisen. Ihr Fazit: „Unbeweglich. — Wie eingefroren“. <sup>14</sup> Und: „Es scheint sich dadurch doch zu bestätigen, daß die Verketterung des Unternehmers, die in den letzten Jahren zunehmend versucht wurde, keinen Boden findet“. <sup>15</sup> Was natürlich noch keineswegs bedeuten muß, daß bei einer ernsthaften Bedrohung des Unternehmertums in unserer Gesellschaft nun seine Verteidiger gleich regimentenweise auf die Barrikaden gehen würden.

Es kann eigentlich nicht verwundern, daß die Qualität des Bildes vom Unternehmer als Stereotyp (Fernbild) der öffentlichen Meinung genau zwischen dem Bild der veröffentlichten Meinung und dem Nahbild liegt. Das läßt vermuten, daß das einseitig negative Bild der veröffentlichten Meinung durch persönliche (bessere) Erfahrungen (Nahbild) zum mehr neutralen Stereotyp korrigiert wird. Ob es für die Objektivität der Intellektuellen spricht, wenn sie — obwohl meist ohne persönliche Erfahrung — dem negativen Bild der veröffentlichten Meinung näherstehen?

Welche konkreten kausalen oder motivationalen Beeinflussungsverhältnisse jedoch zwischen veröffentlichter Meinung einerseits und öffentlicher Meinung andererseits und hier wieder zwischen Nah- und Fernbild bestehen, darüber wird man Gesichertes so schnell wohl kaum ausmachen können. *E. Noelle-Neumann* ist der Ansicht, daß es offenbar nicht möglich ist, über das (positive) Nahbild das Fernbild (Stereotyp) des Unternehmers günstig zu beeinflussen. „Es wurde nämlich gezeigt, daß Arbeitnehmer mit einer hervorragenden Meinung über ihren eigenen Chef und Arbeiter mit einem ungünstigen Eindruck von der Führungsfigur ihres Unternehmers im Stereotyp, im Fernbild, fast die gleiche Meinung über ‚den‘ Unternehmer hatten. Über ein positives Nahbild kann man das Unternehmerbild nicht prägen, das muß man daraus folgern“. <sup>16</sup>

Zum Abschluß hat *Schmölders* noch einmal das Wort: „Das Bild der deutschen Öffentlichkeit vom Unternehmer erscheint nach alledem sehr viel positiver als man hätte annehmen können . . . Zweierlei muß man jedoch dabei in Rechnung stellen. Einmal wurde dieses freundliche Bild in einer Zeit wirtschaftlichen Hochschwungs (Juni/Juli 1970) aufgenommen, und es gibt Anzeichen, daß es von einem Abschwung stark in Mitleidenschaft gezogen werden könnte. — Das Zweite ist, daß das Vertrauen, das dem deutschen Unternehmer insbesondere im Fernbild entgegengebracht wird, nicht unbedingt aus eigener persönlicher Erfahrung und Kenntnis

gewonnen ist, sondern wahrscheinlich sehr stark auf Hörensagen und stereotypen Vorstellungen beruht, die sich unter Umständen eines Tages rasch wandeln können“.<sup>17</sup> (Die Ergebnisse von *Noelle-Neumann* scheinen allerdings gegen einen raschen Wandel zu sprechen. Aber wer möchte hier schon mit einiger Sicherheit extrapolieren?)

Auch könnte, so befürchtet Schmölders, ein zu großes Vertrauen in die Tüchtigkeit des Unternehmers manche dazu verleiten, ständige Forderungen an die Unternehmerschaft zu stellen, die diese womöglich eines Tages nicht mehr zu erfüllen vermag. „Alle auftretenden Schwierigkeiten werden diese prachtvollen Unternehmer schon beiseite räumen; ihnen scheinen ja kaum Grenzen gesetzt zu sein! Allzu positive Stereotypen sind jedenfalls genauso wenig erstrebenswert wie negative . . .“.<sup>18</sup>

## III. ENTIDEOLOGISIERUNG DES UNTERNEHMERS

## 1. Wer ist Unternehmer?

## a) Der Unternehmerbegriff der öffentlichen Meinung

In einer demokratischen, „offenen“ Gesellschaft, in der Legitimationsprobleme eine entscheidende Rolle spielen, ist die Antwort der öffentlichen Meinung auf die Frage, wer denn eigentlich Unternehmer sei, von erheblichem Interesse.

Nun kann man kaum von einem einheitlichen Unternehmerbegriff in der Öffentlichkeit sprechen. Eine bereits im Jahre 1950 bei etwa 2000 Personen in der Bundesrepublik Deutschland durchgeführte Befragung bestätigt dies sehr deutlich<sup>1</sup>:

## „Frage:

Hier sind drei Beispiele. Sind diese Unternehmer?  
(Vorgegebene Antwortmöglichkeiten)

## Antworten:

1. Besitzer einer Schaubude	Ja	50 0/0
	Nein	38 0/0
	Unentschieden	12 0/0
		<hr/> 100 0/0
2. Der Direktor einer Aktiengesellschaft	Ja	23 0/0
	Nein	65 0/0
	Unentschieden	12 0/0
		<hr/> 100 0/0
3. Der Eigentümer und Leiter einer Schuhfabrik	Ja	91 0/0
	Nein	5 0/0
	Unentschieden	4 0/0
		<hr/> 100 0/0“

Hieraus ergibt sich, daß, wie *Schmölders* zutreffend bemerkt, „das Unternehmerbild der öffentlichen Meinung — im Gegensatz zu der wirtschaftswissenschaftlichen Literatur und der Wirtschaftspraxis — noch sehr stark durch den Eigentümer-Unternehmer geprägt ist“.<sup>2</sup> Allerdings hat sich

gegenüber dem angestellten Unternehmer (z. B. dem Direktor einer Aktiengesellschaft) ein beträchtlicher Wandel insofern vollzogen, als ihn 1950 nur 23 Prozent der Befragten einen Unternehmer nennen wollten, 1970 dagegen schon 43 Prozent. Dies deutet darauf hin, daß die ökonomisch-funktionale Betrachtungsweise des Unternehmers bzw. des Unternehmerischen im Vormarsch begriffen ist, was a) auf einen besseren Wissensstand, b) auf einen bewußtseinsmäßigen Reflex der tatsächlichen Entwicklungstendenzen in der Wirtschaft hinweisen könnte und c) für Legitimationsprobleme des Unternehmers in der Zukunft nicht unbedeutend sein dürfte.

b) Der „positionale“ Unternehmerbegriff (*B. Biermann*)

„Gäbe es einen Begriff des Unternehmers, der tatsächlich ‚allgemeine‘ Geltung hat, so erübrigte sich die Neudefinition“. <sup>3</sup> Um eine solche Neudefinition ist *Benno Biermann* besorgt, weil, wie er meint, seine Absicht, „die soziale Struktur der Unternehmerschaft“ zu untersuchen, etwas in der Luft hängt, wenn nicht zuvörderst ein brauchbarer Unternehmerbegriff zuhanden ist.

Ein solcher Unternehmerbegriff muß nach Biermann drei voneinander unabhängigen Ansprüchen genügen: er sollte a) allgemeingültig b) theoretisch relevant und c) operationabel sein. Einen allgemeingültigen Begriff gibt es bis heute nicht, und es ist zweifelhaft, ob man jemals zu einem solchen Begriff kommen wird. Was die theoretische Relevanz betrifft, so muß Biermann feststellen, „daß die geltenden Begriffe vom Unternehmer meist zu analytischen Zwecken entwickelt wurden. Wie sich vor allem am Unternehmerbegriff *J. A. Schumpeters* zeigen ließe, sind solche Definitionen ursprünglich jeweils Bestandteile umfassender Theorien oder spezifischer Modelle gesamtwirtschaftlicher Zusammenhänge <sup>4</sup>. Je enger aber der Zuschnitt auf die analytischen Erfordernisse einer partikulären Theorie, um so geringer die Chance, solche Konzepte aus dem jeweiligen Zusammenhang herauszulösen und in einem veränderten Bezugsrahmen der Forschung mit Nutzen einsetzen zu können“. <sup>5</sup> Daraus folgert Biermann: „Theoretische Relevanz ist ein ziemlich arbiträres Kriterium, das aber wenigstens verlangt, daß der Begriff sich in bestehende theoretische Konzepte einfügt . . .“. <sup>6</sup>

So bleibt von den drei Ansprüchen an einen brauchbaren Unternehmerbegriff bei Biermann eigentlich nur die „Operationabilität“ übrig, d. h. die jeweilige „Anwendbarkeit“ im Bezugsrahmen einer speziellen empirischen Fragestellung. Seine Definition: „Unternehmer ist, wer die mit der

höchsten formalen Autorität ausgestattete Position in einem Wirtschaftsunternehmen innehat“<sup>7</sup>, ist im Rahmen seiner empirischen Forschung operationabel, da sie den Gegenstand faßbar eingrenzt, d. h. „definiert“. Biermann nennt diese Definition „positional“, weil sie auf die Position eines Individuums in der formalen Organisation Unternehmen abstellt.

Aus einer so gewonnen Definition ergibt sich, „daß in Kapitalgesellschaften lediglich die Mitglieder des Vorstandes (bei der AG) und die Geschäftsführer und geschäftsführenden Gesellschafter (in der GmbH) dem positionalen Unternehmerbegriff genügen“. Dagegen kommen „als Unternehmer im Sinne des positionalen Begriffs . . . bei Einzelunternehmen und Personalgesellschaften nur solche Individuen in Frage, die als Eigentümer oder Gesellschafter in der Geschäftsführung tätig sind und damit zum formalen System des Unternehmens gehören“.<sup>8</sup>

Eine gewisse terminologische Freizügigkeit wird man verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen zum Zwecke einer Operationalisierung ihres Forschungsgegenstandes zubilligen müssen. Das gilt sicher auch für den Unternehmerbegriff. Aber die einzelnen Disziplinen müssen sich dann auch ihrer Grenzen bewußt bleiben und dürfen nicht in intellektuellen Imperialismus verfallen, indem sie ihre Sicht der Dinge total setzen wollen. Die Freizügigkeit der Terminologie stößt dort an kritische Grenzen, wo ein bestimmter Begriff sich dem ideologischen Mißbrauch aussetzt oder wo er zu falschen Folgerungen Anlaß bietet.

Dies läßt sich am Beispiel der Biermannschen positionalen Definition des Unternehmers sogar sehr gut illustrieren. Aus seiner verengten — für seine Zwecke allerdings operationablen — Definition des Unternehmers ergibt sich ein statistisches Sample, dessen Selbstrekrutierungsquote als ziemlich hoch erscheint. Ideologen könnten daraus leicht Kapital schlagen, indem sie propagandistisch oder demagogisch auf die Exklusivität des unternehmerischen Clubs hinweisen. Die Sache sieht dagegen ganz anders aus, wenn ich — wie *Max Kruk* in seiner bereits zitierten Befragung — den Unternehmer umfassender definiere und damit zu einem Sample gelange, dessen Selbstrekrutierungsquote relativ gering und dessen Fremdrekrutierungsquote entsprechend hoch ist<sup>9</sup>. Auch hier ist also die Warnung angebracht: Mit Begriffen und Definitionen kann man nicht vorsichtig genug umgehen!

Die Biermannsche „positionale“ Definition ist nur für seinen begrenzten Zweck brauchbar, kann aber nicht beanspruchen, die Unternehmerdefinition schlechthin zu sein. Das tut sie übrigens auch nicht.

## c) Der ökonomische Unternehmerbegriff

Der ökonomische Unternehmerbegriff stellt nicht auf die rechtliche Position eines Menschen in der formalen Organisation einer wirtschaftlichen Einheit ab, die man Unternehmen nennt, sondern auf ihre spezifischen wirtschaftlichen Tätigkeiten innerhalb einer solchen Einheit.

Für einen solchen Unternehmer- und Unternehmungsbegriff können wir uns in erster Linie auf *J. A. Schumpeter* berufen: „*Unternehmung* nennen wir die Durchsetzung neuer Kombinationen und auch deren Verkörperungen in Betriebstätten usw., *Unternehmer* die Wirtschaftssubjekte, deren Funktion die Durchsetzung neuer Kombinationen ist und die dabei das aktive Element sind. Diese Begriffe sind zugleich weiter und enger als die üblichen. Weiter: Denn wir nennen Unternehmer erstens nicht bloß jene ‚selbständigen‘ Wirtschaftssubjekte der Verkehrswirtschaft, die man so zu nennen pflegt, sondern alle, welche die für den Begriff konstitutive Funktion (!) tatsächlich erfüllen, auch wenn sie, wie gegenwärtig immer häufiger, ‚unselbständige‘ Angestellte einer Aktiengesellschaft — aber auch Privatfirma —, wie Direktoren, Vorstandsmitglieder usw. sind oder ihre tatsächliche Macht und rechtliche Stellung auf der Unternehmerfunktion begrifflich fremden Grundlagen ruht.“<sup>10</sup>

Zum Komplex „Durchsetzung neuer Kombinationen“ bemerkt Schumpeter: „Dieser Begriff deckt folgende fünf Fälle:

1. Herstellung eines neuen, d. h. dem Konsumentenkreise noch nicht vertrauten Gutes oder einer neuen Qualität eines Gutes.
2. Einführung einer neuen, d. h. dem betreffenden Industriezweig noch nicht praktisch bekannten Produktionsmethode . . .
3. Erschließung eines neuen Absatzmarktes . . .
4. Eroberung einer neuen Bezugsquelle von Rohstoffen oder Halbfabrikaten . . .
5. Durchführung einer Neuorganisation, wie Schaffung einer Monopolstellung (z. B. durch Vertrustung) oder Durchbrechen eines Monopols“.<sup>11</sup>

In seinem späteren Buch „Konjunkturzyklen“ (Business Cycles) führt Schumpeter die „innovation“ als typisch unternehmerische Funktion ein und definiert den Unternehmer als „Innovator“: „Für Handlungen, die in der Durchführung von Innovationen bestehen, behalten wir uns den Ausdruck ‚Unternehmung‘ vor; die Personen, die sie durchführen, nennen wir Unternehmer“.<sup>12</sup> Die Innovation selbst definiert Schumpeter „einfach als die Aufstellung einer neuen Produktionsfunktion“.<sup>13</sup> Diese knappe Definition

enthält jedoch in nuce alles, was oben expliziter unter „Durchsetzung neuer Kombinationen“ dargelegt worden ist.

Die Schumpetersche Definition ist theoretisch elegant, aber in der Praxis schwer operationalisierbar. Dies hat Schumpeter bereits selbst erkannt: „Es ist nicht immer leicht festzustellen, wer in einem gegebenen Fall der Unternehmer ist. Das hat seinen Grund jedoch nicht in irgendeinem Mangel an Präzision in unserer Definition der unternehmerischen Funktion, sondern ganz einfach in der Schwierigkeit, herauszufinden, welche Person tatsächlich diese Funktion ausübt. Niemand ist ununterbrochen Unternehmer, und niemand kann immer nur Unternehmer sein. Das folgt aus dem Wesen der Unternehmerfunktion, die immer mit anderen Funktionen kombiniert sein und immer zu anderen führen muß. Ein Mann, der eine ‚neue Kombination‘ durchführt, wird unvermeidlich laufende nicht-unternehmerische Arbeit im Verlauf dieser Tätigkeit tun müssen, und erfolgreiche Unternehmung in unserem Sinne wird normalerweise zu einer Stellung in der Industrie führen, die fortan keine anderen Funktionen verlangt als die Führung einer alten Firma. Trotzdem ist es nicht schwer, in Zeiten des Wettbewerbskapitalismus das Unternehmertum als solches zu identifizieren. Den Unternehmer wird man dort unter den Leitern der Firmen finden, hauptsächlich unter den Eigentümern“.<sup>14</sup>

Im Sinne dieser ökonomischen Definition ist das hervorstechendste Kennzeichen des Unternehmers die „Kreativität“. Damit verwischen sich aber die Grenzen des Unternehmerischen. Faßt man den Begriff der Kreativität genügend weit, dann trifft er auf alle zu, die einen wirklich kreativen Beitrag zur Wirtschaft leisten, auch auf den letzten Hilfsarbeiter, der plötzlich eine gute Idee hat, wie man einen betrieblichen Vorgang verbessern kann. Kreativität ist keineswegs an eine bestimmte rechtliche Position innerhalb der Unternehmens- oder Betriebshierarchie gebunden. Deshalb dürfte es auch generell kaum möglich sein, eine klar erkennbare Grenze des „Unternehmerischen“ nach unten ziehen zu wollen.

Um jedoch zu einem einigermaßen operationalen Begriff zu kommen, erscheint es angebracht, den Unternehmer als „Beruf“ zu betrachten. Dann kommen nur solche Personen in Betracht, die Kreativität im Wirtschaftsleben sozusagen als Dauerauftrag verfolgen. Dies gilt aber wohl nur von Spitzenpositionen innerhalb der Unternehmung, zu denen man selbstverständlich den Alleininhaber eines Unternehmens, den Vorstand einer AG, die Geschäftsführung einer GmbH, den oder die Geschäftsführer bzw. geschäftsführenden Gesellschafter einer Personalgesellschaft zu rechnen hat, aber auch den Aufsichtsrat einer AG.

Wenn von Kreativität die Rede ist, dann darf dieser Begriff nicht zu eng gefaßt werden, d. h. nicht mit permanenter hektischer Veränderung und dauernder Expansion verwechselt werden. In einer harten Konkurrenzwirtschaft kann schon die Konsolidierung eines Unternehmens eine hervorragende unternehmerische Leistung sein, die Flexibilität, Innovationsgeist und Risikobereitschaft erfordert. Besonders für das große Unternehmen von volkswirtschaftlichem Gewicht kann die Konsolidierung des Erreichten vor dem Ziel weiterer Expansion rangieren. Sehr dezidiert hat dies aus langjähriger unternehmerischer Erfahrung ein Vollblutunternehmer wie *Heinrich Nordhoff*, ehemaliger Vorstandsvorsitzender der Volkswagenwerk AG, Wolfsburg, formuliert, wenn er bekennt, daß nach der „Überzeugung, nach der ich handle, *das Unternehmensziel nicht in einer Gewinnmaximierung und nicht in der Gewinnung eines immer größeren Marktanteiles, ja insgesamt nicht in der Richtung auf Quantität gesehen werden sollte, sondern primär in der inneren Stärkung des Unternehmens und in der Erhaltung und Sicherung der Arbeitsplätze*, mit denen ein Unternehmen mittelbar und unmittelbar die Existenzgrundlage der bei ihm und von ihm Beschäftigten darstellt . . . Dazu kommt gleichwertig die Beachtung des volkswirtschaftlichen Aspekts, der besonders bei den großen Unternehmen eine Rolle spielen und der sehr wohl einmal den Vorrang vor reinen Unternehmens-Gesichtspunkten haben kann“.<sup>15</sup>

Der ökonomische Unternehmerbegriff, den Schumpeter nach langer Verschüttung durch die klassische Nationalökonomie und den Marxismus erneut ans Licht gebracht hat, ist integrierender Bestandteil eines umfassenderen Begriffs und insofern für sich allein nicht ausreichend. Vor allem im Zusammenhang mit der Legitimationsfrage muß er durch rechtliche und ordnungspolitische Elemente ergänzt werden.

#### d) Der rechtliche Unternehmerbegriff

Die Frage nach dem rechtlichen Unternehmerbegriff ist identisch mit der Frage: Wer soll nach der Rechtsordnung einer Gesellschaft Unternehmer sein?

Diese Frage wird in dem Maße zunehmend diskutiert, als in der Wirtschaft immer mehr solche Unternehmen ins Gewicht fallen, die als AG oder GmbH in der Form von Kapitalgesellschaften betrieben werden. „In diesen Fällen findet . . . eine *Aufspaltung der unternehmerischen Funktionen* statt: das für den Produktionsprozeß entscheidende *Handeln* wird von einem *beauftragten Ermächtigten und Bevollmächtigten* wahrgenommen, während die gesamte zivilrechtliche *Verantwortlichkeit* gegenüber der Ge-

samtheit aller Geschäftspartner bei der Aktiengesellschaft oder Gesellschaft mit beschränkter Haftung verbleibt“.<sup>16</sup>

Der Gesetzgeber hat bestimmt: „Der Betrieb eines Gewerbes ist jedermann gestattet“.<sup>17</sup> Diese „Gewerbefreiheit“ ist ein Unterfall der grundgesetzlich garantierten „Freiheit der Berufswahl“. So heißt es in Art. 12 Abs. 1 des Grundgesetzes: „Alle Deutschen haben das Recht, Beruf, Arbeitsplatz und Ausbildungsstätte frei zu wählen . . .“.

Damit ist aber auch eine sehr wichtige rechts- und ordnungspolitische Vorentscheidung über die Legitimation zu unternehmerischer Betätigung getroffen, die oft zu wenig beachtet wird. Nicht die Tatsache, daß jemand Eigentum und Vermögen entweder persönlich oder durch von ihm Bevollmächtigte werbend einsetzt, macht ihn deshalb zum Unternehmer, sondern einzig sein Entschluß, Unternehmer sein zu wollen. *Franz Böhm* hat dies sehr anschaulich erklärt: „Alle Autoren, die das Privateigentum für die Legitimationsgrundlage der unternehmerischen Betätigung halten, verwechseln die Legitimation zu einer Zuständigkeit mit der Erfolgsgrundlage für eine Tätigkeit. Wer ein Gewerbe betreiben will, braucht, um auf einen grünen Zweig zu kommen, u. a. rechtliche Dispositionsgewalt über Kapitalien. Aber sein *Recht*, seine Zuständigkeit zum Gewerbebetrieb ist nicht vom Vorhandensein dieser Dispositionsgewalt abhängig, sowenig das Recht eines Bürgers, sich auf den Straßen einer Stadt zu bewegen, von dem Besitz eines Autos oder von Schuhen abgeleitet ist“.<sup>18</sup> „Damit soll gesagt sein: Das Recht, ein Gewerbe zu betreiben, ist in einer Gesellschaft mit marktwirtschaftlicher Ordnung aus der *Privatautonomie* abgeleitet, nicht bloß aus einem vereinzelt Privatrechtsinstitut, also etwa dem Privateigentum, das im Zusammenhang mit der unternehmerischen Zweckverfolgung bloß die Bedeutung eines Werkzeugs unter vielen hat“.<sup>19</sup>

Diese Sachlage ist unter Kundigen heute unbestritten. Sie spielt in der Mitbestimmungsdiskussion eine erhebliche Rolle.

Wer die Existenz einer Marktwirtschaft, die Gewerbefreiheit und die Privatautonomie als Essentials einer freiheitlichen gesellschaftlichen Ordnung überhaupt ansieht, der muß konsequenterweise gegenüber allzu weitgehenden Mitbestimmungsplänen sehr skeptisch sein, von den wirtschaftlichen Konsequenzen ganz abgesehen. „Verleiht das Gesetz bestimmten Privatpersonen das Recht, die Tätigkeit eines Gewerbetreibenden ohne dessen rechtsgeschäftliche Einwilligung mitzubestimmen, so handelt es sich um die Legitimation zu einer *glatten Usurpation*. Das ist etwas viel Krasseres und Schlimmeres als eine bloße Enteignung, zumal Enteignungen nach unserem Recht nur zugunsten des Staates und zu gemeinnützigen Zwecken vorgenommen werden dürfen, nicht aber zu dem Behuf, das enteignete Gut

anderen Privatpersonen zum privatautonomen Gebrauch oder Mitgebrauch zuzuwenden“.<sup>20</sup>

Die Legitimation, unternehmerisch tätig zu werden, ist aber nicht nur vom Eigentum unabhängig; unsere Rechtsordnung knüpft die Betätigung als Unternehmer an überhaupt keine Voraussetzungen. Dennoch spielen Eigentum und Vermögen eine bedeutende Rolle, zwar nicht als Voraussetzung, aber im Hinblick auf die möglichen Rechtsfolgen unternehmerischer Betätigung. Wer ein Gewerbe betreibt, trägt ein doppeltes Risiko, das des Vermögensverlustes und das der Markt- bzw. Konjunkturlaunen, die die Rentabilität des eingesetzten Kapitals immer wieder in Frage stellen. Für Verbindlichkeiten hat er mit seinem Vermögen einzustehen. Daraus ergibt sich im Hinblick auf die „qualifizierte“ (paritätische) Mitbestimmung wiederum: „Der Kampf um das qualifizierte Mitbestimmungsrecht ist insofern kein Kampf um die Gleichberechtigung von Kapital und Arbeit, sondern ein Kampf um eine privilegierte Stellung für die Arbeit. Nämlich um das Vorrecht, auf die unternehmerische Willensbildung den gleichen Einfluß ausüben zu dürfen wie der Unternehmer, aber ohne jede Teilnahme am Mißerfolgsrisiko, ja sogar ohne jeden Willen, sich als Unternehmer zu betätigen und die Folgen auf sich zu nehmen, die das Recht an diese Betätigung anknüpft“.<sup>21</sup>

Oft wird — gerade in der Mitbestimmungsdiskussion — gesagt, nicht der Unternehmer allein trage ein Risiko, sondern auch der Arbeitnehmer im Hinblick auf seinen Arbeitsplatz. Das ist sicher richtig, nur ist es keine hinreichende Begründung für eine paritätische Mitbestimmung, weil die beiderseitigen Risiken nicht voll vergleichbar sind. Verlorenes Vermögen, sei es das ganze oder ein Teil des Vermögens, bedeutet im allgemeinen endgültigen Verlust, ein verlorener Arbeitsplatz dagegen bedeutet nicht Verlust der Arbeitsfähigkeit und in einer vollbeschäftigten Wirtschaft in den meisten Fällen auch nicht den endgültigen Verlust aller Arbeitsmöglichkeiten, sondern nur einen Wechsel des Arbeitsplatzes. Ferner trägt der Arbeitnehmer nur in den seltensten Fällen das Risiko schwankenden Einkommens (auf Grund tariflicher oder sonstiger Vereinbarungen), der Unternehmer dagegen muß auch mit Verlusten oder nur bescheidenen Gewinnen rechnen. Auf sein eigenes Einkommen hat er keinen irgendwie rechtlich gesicherten Einfluß.

Wengleich Eigentum und Vermögen keine Vorbedingung unternehmerischer Betätigung sind, sind doch mit dem autonomen Entschluß, Unternehmer sein zu wollen, Rechtsfolgen verknüpft, die das Eigentum des Unternehmers substantiell tangieren, nämlich die Verantwortung für die Erfüllung aller im Zusammenhang mit der unternehmerischen Tätigkeit

begründeten Verbindlichkeiten und damit das Vermögensrisiko. Diese Verantwortung läßt sich von der Zuständigkeit zum Betreiben eines Gewerbes schlechterdings nicht ablösen. „Wer diese Verantwortlichkeit trägt, ist der Unternehmer, wer sie nicht trägt, ist nicht Unternehmer. Wer, ohne die Verantwortlichkeit nach außen zu übernehmen, die mit einem Gewerbe verbundenen Tätigkeiten besorgt, ist nicht Unternehmer, sondern nur beauftragter Gehilfe eines Unternehmers. Im Fall von Kapitalgesellschaften ist folglich nicht der Generaldirektor Unternehmer, sondern derjenige, der den Lieferanten die Preise, den Banken die Zinsen und den Arbeitern die Löhne schuldet. Das aber ist die betreffende Kapitalgesellschaft in eigener Person“. <sup>22</sup>

Hier wird nun der Unterschied zur ökonomischen Definition des Unternehmers besonders kraß sichtbar. Während für *Franz Böhm* das Tragen der Verantwortung für die Verbindlichkeiten und damit das Risiko wesentlicher Bestandteil der unternehmerischen Tätigkeit sind, ja sogar allein den Kreis jener Personen definibel machen, die „eigentliche“ Unternehmer sind, gilt das für *Schumpeter* nicht. „Erstens ist das Tragen von Risiko kein Bestandteil der unternehmerischen Funktion. Das Risiko trägt der Kapitalist. Der Unternehmer tut das nur in dem Ausmaß, in dem er zugleich auch Kapitalist ist, aber in seiner Eigenschaft als Unternehmer verliert er das Geld anderer Leute . . .“. <sup>23</sup>

Dennoch will *Schumpeter* das Tragen des Risikos, auch wenn es streng formal nicht zur Unternehmerfunktion gehört, wie er sie versteht, nicht ganz aus dem Bereich des Unternehmerischen ausgeschlossen wissen: „Trotzdem gehört das Risiko zur typischen Konfiguration, in welcher der Unternehmer tätig ist. Aber das ist nur mittelbar und mit Abstand der Fall: Das Risiko . . . macht es schwieriger, das erforderliche Kapital zu bekommen und bildet so eins der Hindernisse, welche Unternehmer überwinden müssen, und eins der Beispiele vom Widerstand der Umwelt, die erklären, weshalb Innovationen nicht reibungslos und selbstverständlich durchgeführt werden“. <sup>24</sup>

Man hat auch vorgeschlagen, zwischen *Risikogestalter* und *Risikoträger* zu unterscheiden, und zwar aus der Erkenntnis, „daß es eine Kategorie von Menschen gibt, nämlich Unternehmer, die durch ihre Entscheidungen geschäftliche, also finanzielle Risiken in die Welt bringt, und eine andere, nämlich Kapitalgeber, die jene Risiken trägt“. <sup>25</sup> Hier wird, im Gegensatz zu *F. Böhm*, nicht der „Träger“ der Verantwortung und des Risikos als Unternehmer bezeichnet, sondern der „Gestalter“.

Hieraus ergibt sich, daß eine befriedigende Definition des Unternehmers auf unüberwindliche Schwierigkeiten stößt. Auf jeden Fall wird man

— vermittelt über das Risiko — auch den Kapitalgeber (Aktionäre, Gesellschafter einer GmbH), wenigstens soweit er einen nicht unbedeutenden Teil seines Vermögens dem Risiko in einem Unternehmen aussetzt, nicht einfach aus dem Kreis der Unternehmer ausschließen können. Denn wenn auch, rein rechtlich gesehen, „die“ AG, „die“ GmbH als „juristische Person“ Träger unternehmerischer Verpflichtungen einschließlich des Risikos ist, so sind es letztendlich doch immer die hinter einer Kapitalgesellschaft stehenden natürlichen Personen, die das Risiko im Ernstfall zu spüren bekommen. Immerhin waren daher auch in der Schmölders-Befragung 62 Prozent der Befragten bereit, die Besitzer der Aktienmehrheit einer großen AG als Unternehmer zu bezeichnen<sup>26</sup>.

Wenn öfters die Rede von der „Aufspaltung der unternehmerischen Funktion“ oder von der „Trennung von Eigentum und Verfügungsmacht“ ist, dann muß diese Rede mit einiger Vorsicht geführt werden. Was begrifflich oder auch rechtlich *unterschieden* werden kann, muß deswegen in *rerum natura* noch lange *nicht getrennt* sein. Das gilt sogar für die Kapitalgesellschaft, an der die „Trennung von Eigentum und Verfügungsmacht“ besonders exemplifiziert wird, nicht zuletzt, um daraus Kapital für die Mitbestimmungsargumentation zu schlagen. Die „Verfügungsmacht“, bzw. das Verfügungsrecht des Vorstandes oder eines Geschäftsführers ist nicht völlig frei, sondern, je nach der rechtlichen Struktur des Unternehmens oder nach Vertragskonstruktion, verschiedenen Kontrollen und Beschränkungen unterworfen.

Wir wollen abschließend versuchen, schematisch darzustellen, wer nach den verschiedenen Definitionen (positionale, ökonomische, rechtliche D.) als Unternehmer gilt:

(Tabelle umseitig)

Aus Spalte 1 gelten als „Unternehmer“ (ja/nein) nach:

„positionaler“ ökonomischer juristischer  
Definition  
(B. Biermann) (Schumpeter u. a.) (F. Böhm u. a.)

1	2	3	4
Eigenunternehmer	ja	ja	ja
Gesellschafter einer Personalgesellschaft	nein	nein	ja
Der geschäftsführende Gesellschafter einer Personalgesellschaft	ja	ja	ja (u. a.)
Der angestellte Geschäftsführer einer Personalgesellschaft	ja	ja	nein
AG	nein	nein	ja
Aktionäre einer AG	nein	nein	ja
Vorstand einer AG	ja	ja	nein
GmbH	nein	nein	ja
Gesellschafter einer GmbH	nein	nein	ja
Geschäftsführer einer GmbH	ja	ja	nein
Aufsichtsrat (Aufsichts- ratsmitglieder) *	nein	nein	nein

\* *Max Kruk* hat auch die Aufsichtsräte in seine Untersuchung über „Die großen Unternehmer“ einbezogen.

Vom vorstehenden Schema weicht das Bild in der öffentlichen Meinung und auch in der theoretischen Diskussion z. T. erheblich ab. Man wird also abschließend und zusammenfassend sagen müssen, daß „der Unter-

nehmer“ ein „indefinibile“ ist. Er läßt sich nicht „auf den Begriff bringen“. Man kann nur verschiedene begriffliche Elemente zusammentragen, die sich dann entweder kumulativ und verdichtet in einer einzigen Person oder einzeln und in der Intensität rezessiv in vielen verschiedenen Personen finden können.

## 2. Was hat ein Unternehmer zu tun?

Beginnen wir zunächst wieder mit der öffentlichen Meinung.

In der öffentlichen Meinung herrschen über die Aufgaben und Funktionen eines Unternehmers die kuriosesten Vorstellungen. Der Grundzug aber, der sich durch alle diese Vorstellungen zieht, heißt: Unwissenheit, und zwar nicht nur bei den „Ungebildeten“, sondern auch bei Intellektuellen der verschiedensten Couleur. Selbst für den größten Teil der industriellen Arbeitnehmer in einem modernen Großbetrieb ist die Direktionsetage etwas, was auf einem anderen Planeten zu liegen scheint.

Die Arbeit des Unternehmers ist unanschaulich — was man zu sehen bekommt, ist sein „Mercedes“ mit oder ohne eigenen Fahrer und allenfalls seine Privatvilla mit oder ohne Swimming-pool. Selbst das versuchen deutsche Unternehmer, wie Untersuchungen ergeben haben, möglichst wie etwas Unanständiges zu verbergen, ganz im Gegenteil zu vielen ihrer Kollegen im Ausland. Was aber unanschaulich ist, ist vielfach auch unsichtbar und daher fremd. Es kann in seinem Gewicht schlecht oder gar nicht eingeschätzt werden.

Aus dieser Tatsache erklärt sich der beinahe unglaubliche Befund einer Befragung in den sechziger Jahren. Arbeitern und Angestellten wurde damals die Frage vorgelegt: „Angenommen, Ihr Chef würde plötzlich für ein halbes Jahr ausfallen — vielleicht weil er krank ist, oder weil er eine lange Reise macht. Was glauben Sie: würde sich ein halbjähriger Ausfall des Chefs sehr bemerkbar machen oder würde alles so weiterlaufen wie sonst auch?“ „Die gleiche Frage wurde noch zweimal gestellt, einmal mit der Annahme von einem Jahr Abwesenheit und dann mit zweijähriger Abwesenheit, aber das Ergebnis veränderte sich nicht. Es stellte sich heraus, daß etwa die Hälfte der Arbeiter und Angestellten auch bei einer zweijährigen Abwesenheit des Chefs annehmen, es würde alles weiterlaufen wie sonst auch“.<sup>1</sup>

Aus dieser Annahme spricht eine völlige Unkenntnis der unternehmerischen Funktionen. Diese Unkenntnis wird durch die Unterhaltungsindustrie (Illustrierte, Fernsehen, Romane), soweit sie den Unternehmer zum Gegenstand hat, nicht gerade abgebaut. *Erwin K. Scheuch* zieht aus sei-

nen einschlägigen Untersuchungen das Fazit: „Bemerkenswert ist nur, daß das Funktionieren der Wirtschaftseinheiten gewöhnlich in diesen Darstellungen entweder als eine Selbstverständlichkeit hingenommen wird oder als etwas, was jeder halbwegs gut Ausgebildete und Motivierte schon zustande bringen würde. Das Wirtschaften erscheint also nicht als inhärent schwierige, risikoreiche Aufgabe. . . Daß Wirtschaften eine schwierige Sache sei, das wird per Implikation in den Darstellungen der Unterhaltungsproduktion, ungeachtet ob deren Produzenten den Unternehmern freundlich oder unfreundlich gegenüberstehen, nicht als Problem gezeigt. Wenn Unternehmer in Schwierigkeiten geraten, dann nicht durch ungenügende berufliche Leistung, sondern als Verlierer im Glücksspiel Wirtschaft“.<sup>2</sup>

Die *zentrale Aufgabe* des Unternehmers ist es, die kosten- und damit längerfristig preisgünstigste Versorgung der Konsumenten mit Gütern und Diensten zu realisieren. Daran ist in erster Linie der erfolgreiche Unternehmer zu messen. Der Erfolg des Unternehmers ist nicht allein sein privater Erfolg, sondern der Erfolg aller, die in irgendeiner Weise über den Markt oder über verschiedene Teilmärkte mit dem Unternehmen verbunden sind. Funktionieren die Unternehmen gut, so finden die Leute Arbeit; dem Arbeitsmarkt ist gedient. Es wird ferner dem Interesse des Verbrauchermarktes gedient; denn wenn der Unternehmer, um hier einen fast zum geflügelten Wort avancierten Satz von *Götz Briefs* zu verwerfen, Kosten in Schach und Proportion hält, dient er langfristig der preisgünstigsten Versorgung der Konsumenten mit Gütern und Diensten. Ferner wird auch dem Interesse derjenigen gedient, die aktiv am Kapitalmarkt beteiligt sind; denn sie werden ihre Gelder in gut funktionierende Unternehmen stecken, in der Gewißheit, daß es beim besten Wirt am besten aufgehoben ist. Die Aktivzinsen der vielen größeren und kleineren Privatsparer können letztlich ebenfalls nur aus den Erträgen gut arbeitender Unternehmen gezahlt werden. Daß der Staat von gut gehenden Unternehmen ebenfalls profitiert, braucht nicht eigens hervorgehoben zu werden.

Um erfolgreicher Unternehmer zu sein, bedarf es in einer Konkurrenzwirtschaft der schöpferischen Phantasie und des Mutes zum Risiko, zwei Eigenschaften, die nach außen meist verborgen bleiben, weil sie sich — unter „streng geheim“ — vielfach programmatisch in den Konzeptionen der Unternehmensstrategie niederschlagen.

Schon *Schumpeter* wandte sich gegen die Unterschätzung der unternehmerischen Funktion, wenngleich er die Tendenz zu erkennen glaubte, daß diese Funktion immer mehr kollektiviert werden und auf Manager-Teams

übergehen würde. „Ein Wort über die Auffassung, die man heute so oft hören kann: Daß der Unternehmer nichts, die Organisation alles schaffe. Daß gleichsam niemandes Produkt sein Produkt sei — sondern des sozialen Ganzen . . . (Die Auffassung beruht) auf dem populären Vorurteil, daß nur der physisch Arbeitende wirklich schaffe und auf dem Eindruck, daß alle Elemente der Entwicklung so schön ineinandergreifen und jede Entwicklungsphase auf der vorhergehenden beruht. Das ist aber Resultat der einmal in Gang gebrachten Entwicklung und erklärt nichts. Auf das Prinzip ihres Mechanismus kommt es an“.<sup>3</sup>

Götz Briefs wendet sich gegen die landläufige und auch schon bei *Schumpeter* und in jüngerer Zeit bei *James Burnham* („Die Revolution der Manager“) anzutreffende Meinung, die Leistung des Unternehmers „sei heute kollektiv geworden; beim Unternehmer liege nicht mehr der schöpferische Akt, der die wirtschaftliche Entwicklung vorwärtstreibe; er sei zum Manager geworden. Hier ist etwas Halbes richtig und das andere Halbe falsch gesehen. Es gibt den Typus des Managers, der in seinem wohlarrondierten Bezirk ein bloßer Verwalter ist; es gibt, ebenso sicher, in Deutschland zum Beispiel 744 000 (1965!) mittlere und kleinere Unternehmer; und in anderen Industrienationen Millionen dieser Kategorie. Hier vollziehen sich neben den ins Auge stechenden Durchbrüchen technisch-wissenschaftlicher Großleistungen Millionen von kleineren Fortschritten und Neuerungen, die gewaltig zu Buch schlagen und sich sehr wohl neben den dramatischen Durchbrüchen des Fortschritts sehen lassen können“.<sup>4</sup>

### 3. Der Unternehmer in der Marktwirtschaft: Garant von Leistung, Wettbewerb und Freiheit

Unternehmer, Leistung und Wettbewerb bilden eine begrifflich zusammengehörende Trias. Wer hier Abstriche machen will, ist kein Unternehmer. Der Rahmen, in dem Leistung und Wettbewerb sich entfalten können, ist der Markt. Wer aus diesem Interaktions- und Strukturgeflecht ein Element eliminieren will, stellt damit die anderen automatisch in Frage. Er zerstört auch die Freiheit.

Aus diesem Grunde ist der Kampf gegen die „Leistungsgesellschaft“ identisch mit dem Kampf gegen die Marktwirtschaft, den Wettbewerb und die Freiheit der Produktion und des Verbrauchs. Auch das letztere muß man sehen und sagen. Gewiß gibt es ein unerleuchtetes, sich nur an Umsatzziffern oder Stückzahlen berauschendes „Leistungsdenken“. Aber das ist im Sozialismus vielleicht viel stärker verbreitet als im „kapitalistischen“ System.

Ernsthaft kann das simple Rezept der großen Leistungsverweigerung (*H. Marcuse*) keine echte Alternative sein. Oft sind es bezeichnenderweise genau dieselben, die auf der einen Seite die große Verweigerung predigen und dann auf der anderen Seite nach mehr Leistungen der öffentlichen Hand rufen, als ob diese in der Lage wäre, steigende kollektive Leistungen sozusagen wie ein Kaninchen aus dem Hut hervorzuzaubern.

Vielfach sind solche Modeansichten auch existentiell nicht ernst gemeint und gehören in das Reich der Schlagworte. Nicht ohne Ironie apostrophiert *Helmut Schoeck* in seinem Buch „Ist Leistung unanständig?“<sup>1</sup> *Heinrich Böll*, einen Erfolgsautor, einen Hochleistungsautor, der anderen die Leistungsverweigerung predigt, nicht ohne vorher eine Firma zu gründen, in der „die erschriebenen Millionen direkter und steuergünstiger“ für ihn arbeiten können.

Heinrich Böll ist übrigens ein Beispiel dafür, was Leistung und Erfolg für den Menschen zuwege bringen können, nämlich ein Leben in größerer Unabhängigkeit und Freiheit. Freiheit in ihren verschiedensten Bezügen (politisch, erzieherisch, wirtschaftlich) ist nicht zuletzt ein Ressourcenproblem. Arme Gesellschaften haben wenige Freiheitsspielräume; sie können sie sich einfach nicht „leisten“, weil sie zu wenig leisten. Eine Attacke gegen die Leistungsgesellschaft ist zugleich ein Angriff auf die menschliche Freiheit.

*Hans Günther Meissner* hat dazu treffend bemerkt: „Gerade die Freizeitgesellschaft ist eine Leistungsgesellschaft. Aber diese Leistung entsteht nicht mehr aus der Fron der Arbeit und den Zwängen der Sachverhalte, sondern aus den Freisetzungen an Produktivität, die erst in einer solchen Freizeitgesellschaft möglich werden . . . Zusätzliche Leistungsfähigkeit entsteht heute wesentlich aus einer größeren Freiheit, Unabhängigkeit und Ich-Integrität der handelnden Personen. Diese größere Freiheit, die ich als die wichtigste Voraussetzung der Produktivität in einer hochentwickelten Gesellschaft ansehe, führt gerade dazu, daß einzelne sich ein Stück Freiheit nehmen, von der die Mehrheit der Gesellschaft nicht einen Fortschritt an Produktivität erwartet. Wir müssen als Gesellschaft das Stück Anarchie, das mit der Freisetzung von neuen Freiheiten notwendig verbunden ist, nicht nur in Kauf nehmen, sondern verstehen lernen, daß dieses Stück Anarchie ein Teil unseres eigenen Schicksals ist, das andere für uns ausleben und das wir integrieren und nicht ausstoßen müssen, um die Stabilität der Gesellschaft insgesamt aufrechterhalten zu können, um ihren Fortschritt zu sichern. Nach allen Informationen, die wir aus dem kommunistischen Machtbereich haben, hängt die unzureichende wirtschaftliche Entwicklung — der Wettlauf mit der westlichen Welt ist schon lange ab-

gesagt worden — damit zusammen, daß für die erreichte Entwicklung der Wirtschaft und Gesellschaft im kommunistischen Bereich nichthinreichende Freiheiten gewährt werden, die zur Freisetzung von Produktivität führen würden“. <sup>2</sup>

Es scheint, daß wir in unserer Gesellschaft an einer Wendemarke unseres Weges in die Zukunft stehen. Enorme Leistungen aller haben zu einem materiellen Wohlstand geführt, mit dem wir noch nicht recht fertig zu werden wissen, insbesondere im Hinblick auf die Verteilung und die Verwendung. Der enormen Anstrengung folgt jetzt eine gewisse Erschlaffung, die zum Verdruß und zum Widerstand gegen das Leistungsstreben führt. In gewisser Weise ist das menschlich allzu verständlich. Unsere Hoffnung kann jetzt nur sein, daß wir zu einer ruhigeren Mittellage zwischen den Extremen hinfinden werden.

*Wilfrid Schreiber* — dem Unternehmer, der Marktwirtschaft und dem Leistungswettbewerb aus innerer Überzeugung zugetan — hat dieser Hoffnung beredten Ausdruck verliehen: „Die leichter und weniger mühevoll gewordene Art, den Lebensunterhalt zu verdienen, wird den Wirtschaftsprozess aus seiner heutigen Position als beherrschende Mitte des Sozialprozesses herauslösen <sup>3</sup> und mehr an den Rand des sozialen Geschehens drängen. Wie in Franz Werfels großem Zukunftsroman ‚Der Stern der Ungeborenen‘ wird das Wirtschaftliche mehr und mehr zur Selbstverständlichkeit, die sich immer geräuschloser vollzieht und immer weniger problemgeladen ist. Ich möchte es wagen, von einer schwindenden Relevanz des Wirtschaftlichen zu sprechen. Zwar wird das Leistungsprinzip immer die treibende Kraft des wirtschaftlichen und sozialen Fortschritts sein. Die Notwendigkeit, sich durch Leistung zu bewähren, wird bestehen bleiben, aber mehr und mehr den Charakter eines zermürbenden und entnervenden Wettrennens verlieren. Wenn Sie mir gestatten, durch Übertreibung zu verdeutlichen, was ich meine, so möchte ich voraussagen, daß die reicher gewordene Gesellschaft sich ein bißchen wohlthuenden Schlendrian leisten können. Der unablässige Druck des Schaffenmüssens um des bloßen Überlebens willen wird von ihr genommen sein. Freizeit, Muße, vergeistigte Existenz werden die Merkmale der neu gewonnenen Freiheit sein“. <sup>4</sup>

Es müßte zu denken geben, daß ausgerechnet dort, wo die Arbeit eine geradezu ideologische Mystifikation erfährt und die Aussichten auf das künftige „Reich der Freiheit“, in dem jeder nach seinen Fähigkeiten und in Lust und Freude ohne Zwang schaffen wird, tagein tagaus gepredigt werden, der Leistungsdruck und der politische Zwang den grauen Alltag

bestimmen. Und dennoch oder gerade deshalb ist das Ergebnis vergleichsweise kümmerlich.

Ein „Paradies auf Erden“, ein Schlaraffenland der unbegrenzten Möglichkeiten wird es niemals geben. Aber wenn irgendwo auf der Welt die Menschen sich nach und nach — und zwar durch Leistung! — immer mehr Freiheitsräume erobern konnten, dann ist es in den entwickelten Ländern mit einer leistungsfähigen Unternehmerschaft. Man müßte geradezu blind sein, wenn man die zum Teil erschreckenden Mißstände in der Frühzeit des „Kapitalismus“ und in manchen Entwicklungsländern nicht zur Kenntnis nehmen wollte; aber das sind nicht unkorrigierbare Geburtsfehler der Unternehmerwirtschaft, wie das Beispiel unserer eigenen Geschichte jeden Uneinsichtigen belehren könnte, wenn er nicht ideologisch verbohrt wäre.

Nicht ohne Interesse kann man auch zur Kenntnis nehmen, daß Schwedens Sozialdemokraten in der Vergangenheit (!) realistisch genug waren, die erstaunliche Leistungsfähigkeit der privaten Unternehmerwirtschaft für ihre sozialpolitischen Zwecke nutzbar zu machen. Und die schwedische Wählerschaft war ebenfalls gebildet und einsichtig genug, übertriebenen Sozialisierungsforderungen gegenüber auf der Hut zu sein. „Die Leitung der sozialdemokratischen Partei hat . . . Anlaß gehabt, sich daran zu erinnern, daß jedesmal, wenn die Partei eine Radikalisierung ihrer Politik deklariert hatte, ein Rückschlag bei der nächsten Wahl die Folge war, während in Perioden einer gemäßigten Politik die Popularität der Partei stieg“<sup>5</sup>. 1936 erhielt Schwedens Sozialdemokratie (seit 1920 an der Regierung) die Majorität im Reichstag, nachdem sie — entgegen den Sozialisierungsankündigungen in früheren Wahlkämpfen — diesmal vorsichtiger taktiert und erklärt hatte, daß „wir es als unsere Aufgabe betrachten, das Wirtschaftsleben in den Formen zu stützen und zu stimulieren, die jeweils am zweckmäßigsten sind, um die Volksversorgung zu sichern und zu erhöhen“.<sup>6</sup>

Schwedens bekannter Professor *Myrdal* hat einmal gesagt, die Sozialisierung habe in Schweden aufgehört, als die Sozialdemokraten zur Macht kamen, und es ist in der Tat erstaunlich, daß nach langen Jahrzehnten sozialdemokratischer Herrschaft die private Wirtschaft noch immer dominiert. Allerdings muß, wie *Browaldh* sagt, „gleichzeitig anerkannt werden, daß die hohe und progressive Besteuerung eine Art indirekter Sozialisierung enthalten hat. Sie hat zu einer Erweiterung des öffentlichen Sektors geführt, während gleichzeitig das Eigentum an den Produktionsmitteln allmählich ausgehöhlt worden ist. Daß das private Unternehmertum in Schweden sich unter solchen Verhältnissen gleichwohl hat behaupten

können, ist zweifellos ein Beweis für sein Anpassungsvermögen und die Lebenskraft, die in ihm wohnt“. <sup>7</sup>

Daß allerdings dem sozialdemokratischen „Wohlfahrtsstaat“ die Tendenz innewohnt — nach dem Rezept des „roten Jochen“ (*Steffen*) von Schleswig-Holstein: „Wir müssen an der Steuerschraube drehen, um einmal zu sehen, was die Wirtschaft aushält“ —, die Leistungsfähigkeit der privaten Wirtschaft über Gebühr zu strapazieren, das scheint auch Schweden in den letzten Jahren immer mehr bestätigen zu wollen. „Die Schweden zahlen mit Abstand die höchsten Steuern Europas, und immer mehr von ihnen erhalten aus diesen Mitteln gleichzeitig Sozialhilfe, um die Miete bezahlen zu können. Das trifft bereits für jede zehnte Arbeiterfamilie mit Kindern in Göteborg und für 40 Prozent der Bewohner eines typischen Neubauviertels in Malmö zu. Das System des Wohlfahrtsstaates ist in Schweden bereits so überdreht, daß es sich zunehmend selbst verzehrt und immer unsozialer wird“. <sup>8</sup>

Es besteht eine weitverbreitete Neigung unter Menschen, für alle Fehlentwicklungen Schuldige zu suchen und zu finden, Sündenböcke, wie man sagt. Es besteht ferner die Neigung, einzelne Fehlentwicklungen zu vergrößern und zu verallgemeinern, nach dem Motto: Pars pro toto! Läuft in der freien Marktwirtschaft — was übrigens kein ernst zu nehmender Mensch bestreiten wird — dieses oder jenes falsch oder nicht ganz nach Wunsch, dann bemächtigt sich einiger Ideologen die unwiderstehliche Versuchung, die ganze freie Wirtschaft zu verurteilen. Der Hauptschuldige — wir sahen es im Abschnitt über den „Unternehmer als Sündenbock und Sünder“ (o. S. 16 ff.) — ist in der Marktwirtschaft schnell gefunden: der „Kapitalist“. Er hat für alles gerade zu stehen, was in der Wirtschaft nicht wunschgemäß läuft.

Nun gibt es sicherlich, wie bei allen Kategorien von Menschen, so auch bei Unternehmern Böcke und Schafe, aber gewiß nicht nur Böcke, wie Ideologen und verschiedene Intellektuelle ihre Umwelt glauben machen möchten, wobei nur sie selbst eine rühmliche Ausnahme bilden. Und sicher ist auch, daß die Marktwirtschaft ein „Moralzehrer“ (*W. Roepke*) sein kann, wenn nicht eine entsprechende Ordnung und Gesetzgebung den zahlreichen Versuchungen, denen ein Unternehmer ausgesetzt sein kann, entgegenwirkt (Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb, Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, Arbeitsrecht, Sozialrecht usw.).

Aber andererseits darf man nicht Unternehmern und der Marktwirtschaft als solcher einseitig anlasten, was in Wirklichkeit Ausdruck der Schwäche und Labilität *aller* Menschen ist, auch etwa der Konsumenten. Gewiß gibt es Manipulationen durch Werbung, „Konsumzwang“, „Konsumterror“.

Aber ist das allein Schuld der Unternehmer und der Wettbewerbswirtschaft? Unter Konsumzwang, unter Konsumterror wird der Verbraucher nicht in erster Linie vom Unternehmer, nicht vom Wettbewerb gesetzt, sondern durch den Druck seiner sozialen Schicht, seiner Freunde und Bekannten. Der Unternehmer — das muß man zugestehen — nutzt diese Schwäche aus. Er ist nicht in erster Linie Erzieher zu einer besseren Verbrauchermoral. Übrigens: Im Sozialismus braucht man u. U. keine Reklame, keine Werbung; aber man muß dann auch die z. T. geringwertigen Standardwaren nehmen, die allein angeboten werden.

Die Frage nach der materiell-inhaltlichen Seite des Wohlstandes, des wirtschaftlichen Fortschritts ist nur zum geringen Teil eine (sittliche) Frage an den Einzelunternehmer. Sie ist vielmehr in erster Linie eine Frage an die Gesellschaft und an jeden einzelnen in ihr. In welchem Rahmen sich unternehmerische Initiative entfalten kann, darüber hat — immer unter Berücksichtigung elementarer Gesetze des kleinen Einmaleins des Wirtschaftens — die Gesellschaft zu befinden. Und Gesellschaften sind nach allen bisherigen Erfahrungen nicht schlecht gefahren, wenn sie sich für eine Marktwirtschaft als Rahmen entschieden haben.

Die Frage nach der inhaltlichen Seite des Wohlstands und des wirtschaftlichen Fortschritts stellt sich danach für den Unternehmer in der Marktwirtschaft wie folgt<sup>9</sup>:

Wo der Unternehmer den Rahmen eines Marktes vorfindet, der ihm, immer unvollkommen, die Wünsche von Konsumenten signalisiert, da wird man in aller Regel davon ausgehen können, daß die Befriedigung von Verbraucherwünschen eine (auch ethische) Rechtfertigung für den Unternehmer abgeben kann, dieses oder jenes zu produzieren und anzubieten.

Innerhalb des Rahmens einer Marktwirtschaft darf das Eigennutzprinzip auch vom ethischen Standpunkt aus in der Regel als wichtige Komponente in die Entscheidungen des Unternehmers einfließen. Wer die pluralistisch-demokratische Marktwirtschaft der zentralistisch-autoritären Planwirtschaft vorzieht, muß notwendigerweise ein Ja zum Eigennutz sagen, weil damit die Marktwirtschaft steht und fällt. Niemals jedoch kann der Eigennutz allgemein-sittlicher Grundsätze entraten, die sich aus der Rücksichtnahme auf das Gemeinwohl und auf die legitimen Interessen anderer ergeben. Keine Marktchance, und sei sie noch so verlockend, kann den verantwortlichen Unternehmer von seinem Gewissen beurlauben. Er würde damit seinen Berufsstand mit Recht in Verruf bringen.

Wenn man in diesem Sinne nach der materiell-inhaltlichen Seite des Fortschritts fragt, wie er vom Unternehmer zu verantworten ist, so könnte man — alter, aber immer noch brauchbarer Kategorisierung zufolge —

unterscheiden zwischen der Produktion und dem Vertrieb von Lebensnotwendigen (necessarium), Nützlichem (utile) und Angenehmem (delectabile).

Daß die Erzeugung von Lebensnotwendigem, die Versorgung mit wirtschaftlichen Gütern, die sich auf die Primärbedürfnisse der leiblichen Existenz des Menschen beziehen, keine ethischen Probleme aufwirft, liegt auf der Hand (sogar *Herbert Marcuse* hat nichts einzuwenden!). Hier gilt uneingeschränkt der alte Satz: *Primum vivere — dein philosophari!* Erst muß man leben, bevor man sich der Philosophie widmen kann!

Problematisch wird es, wenn es um die Befriedigung höherrangiger Bedürfnisse geht, um die Erzeugung und das Angebot von Nützlichem (utile) und Gefälligem (delectabile). Hier wird man den Unternehmer, der Marktchancen wahrnimmt, im allgemeinen exkulpieren können. Der Mensch lebt nicht vom Brot allein! Man wird daher den Unternehmer, der silberne oder gar goldene Löffel produziert, nicht mit moralisch erhobenen Zeigefinger auf Hunger und Elend in der Welt hinweisen können; denn es ist nicht Aufgabe des einzelnen Unternehmers, in seiner Produktions- und Absatzpolitik zeitliche und sachliche Prioritäten zu setzen, die nur in einem übergeordneten Rahmen gesetzt werden können. Warum sollte er, wenn nicht goldene Löffel, dann aber Zigaretten produzieren dürfen, die sehr gesundheitsschädlich sind? Nur, weil mehr Leute Zigaretten rauchen als goldene Löffel zu kaufen in der Lage sind?

Der freie Unternehmer ist eine Zentralfigur neben dem freien Konsumenten in der Marktwirtschaft. Die Marktwirtschaft ist jedoch aus sich selbst heraus nicht in der Lage, zeitliche und sachliche Prioritäten — etwa Aufteilung des Sozialprodukts zwischen „Kollektivbedarf“ und privaten Konsumwünschen, zwischen nationalem Eigenverbrauch und Entwicklungshilfe — zu setzen. Dies kann nur eine übergeordnete Wirtschaftspolitik tun, die durch ihr Handeln dem Unternehmer „Daten“ setzt, nach denen er sich richten muß.

Hier wird sich möglicherweise entrüsteter „moralischer“ Widerspruch regen oder der Vorwurf, hier werde allzu „liberal“ argumentiert. Aber es geht in diesem Kontext gar nicht um liberal oder weniger liberal, sondern um sachlogische Zusammenhänge. Liberal oder nicht liberal hat primär nichts mit dem Unternehmer zu tun, sondern mit der Gesamtordnung des gesellschaftlich-wirtschaftlichen Lebens. Der einzelne Unternehmer *muß* seine Marktchancen nutzen, sonst würde er gegen das Gesetz verstoßen, nach dem er angetreten ist. Eine andere Frage ist die, wie weit oder wie eng die offizielle Wirtschaftspolitik den Rahmen zieht, innerhalb dessen der Unternehmer seine Chancen wahrnehmen *kann*.

Eine Einschränkung materiell-inhaltlicher Art in bezug auf das „Was“ des wirtschaftlichen Fortschritts und der Ausnutzung der Marktchancen ist jedoch anzubringen. Wenn weiter oben gesagt wurde, keine Marktchance, und sei sie noch so verlockend, könne den Unternehmer ganz von seinem Gewissen beurlauben, dann gilt das auch für das inhaltliche Tun des Unternehmers. In bezug auf das Lebensnotwendige (*necessarium*) gibt es hier keine Schwierigkeiten. Aber schon beim Nützlichen (*utile*) und erst recht beim Gefälligen (*delectabile*) gilt, daß es, um von einem verantwortungsbewußten Unternehmer produziert und angeboten werden zu können, nicht gegen die guten Sitten und gegen die höheren Normen der Sittlichkeit verstoßen darf, daß es, mit anderen Worten, im Bereich des *honestum* (Ehrbaren) bleibe.

Deshalb ist das bloße Vorhandensein einer profitablen Marktchance an sich noch keine Rechtfertigung dafür, etwa pornographische Erzeugnisse anzubieten oder durch Waffenhandel die blutigen Auseinandersetzungen in den Unruheherden der Welt noch mehr anzuheizen. Diese beiden extremen Beispiele mögen veranschaulichen, daß auch das „Was“ unternehmerischen Handelns in einen größeren Rahmen von übergeordneten sittlichen Normen eingebettet ist. Allerdings scheint bei den genannten Beispielen auch schon der Begriff des Unternehmerischen *ad absurdum* geführt zu sein. Wenn unternehmerisches Handeln Kreativität bedeutet, die Schaffung einer besseren (materiellen und kulturellen) Welt, dann sind die beiden genannten Beispiele Ausdruck einer genauen Umkehrung des eigentlich Unternehmerischen, nämlich Demontage und Destruktion einer besseren Welt.

Es darf nicht verkannt werden — und in diesem Punkte sollten wir so „antiliberal“ sein, diesen Vorgang mit aller Entschiedenheit anzuprangern —, daß von manchen „Unternehmern“ gegen den Geist der Kreativität verstoßen wird, indem Unwerte produziert und vertrieben werden.

Abschließend wird man sagen können: Der Unternehmer hat die Vermutung für sich, unternehmerisch richtig und sittlich zu handeln, der die sich ihm anbietenden Marktchancen nutzt, wobei er jedoch im Hinblick auf das „Was“ seiner Produktion und seines Vertriebs an die höheren Normen des *honestum* gebunden ist.

Wenn man nicht — wie manche Intellektuelle — in den Fehler verfällt, von einzelnen unbestreitbaren und unbestrittenen Fehlleistungen verantwortungsloser Unternehmer fälschlich auf das Ganze zu schließen, dann wird man nicht umhin können anzuerkennen, daß die Unternehmerwirtschaft der entwickelten Länder nicht nur materielle Güter und Dienste in staunenswerter Fülle bereit gestellt hat, sondern gerade dadurch „ein

Kulturniveau ermöglicht hat, das früher das Vorrecht einer zahlenmäßig unbedeutenden Minderheit war. Wir glauben sogar behaupten zu können, daß der Durchschnittsmensch von sich aus heute mehr denn je bestrebt ist, sein Wissen zu erweitern und seinen Geschmack zu veredeln. Es muß somit unterstrichen werden, daß durch diese breite Anteilnahme fast aller Bevölkerungsschichten die Literatur, die Kunst und das Theater sehr viel unter dem Einfluß der Marktwirtschaft stehen“.<sup>10</sup>

*Karl Marx* hat übrigens — bereits sehr deutlich im „Kommunistischen Manifest“ — die Leistungsfähigkeit der „Bourgeoisie“ und ihrer Wirtschaftsverfassung („Produktionsverhältnisse“) anerkannt. „Die Bourgeoisie kann nicht existieren, ohne die Produktionsinstrumente, also die Produktionsverhältnisse, also sämtliche gesellschaftlichen Verhältnisse fortwährend zu revolutionieren. Unveränderte Beibehaltung der alten Produktionsweise war dagegen die erste Existenzbedingung aller früheren industriellen Klassen“.<sup>11</sup>

Im Sinne von Marx müßte man daraus schließen, daß viele der modernen „Leistungsverweigerer“ oder „Systemüberwinder“ wie „umgekehrte Archimedes“ sind, denen es mit ihrer Unternehmerfeindlichkeit nicht darauf ankommt, einen Punkt zu finden, von dem aus sie die Welt verändern können, sondern sie stillsetzen.

Alle Maßnahmen aber, die gegen die Funktionstüchtigkeit einer geordneten Marktwirtschaft unternommen werden, sind ein Anschlag auf die Freiheit der gegenwärtigen und die Erwartungen der kommenden Generation!

#### 4. Der „Profit“

##### a) Alle sind „profitstrebig“

Wir wollen nicht versuchen, auf Unternehmer hinzuweisen, die „sozial eingestellt“ sind, obwohl es ihrer nicht wenige gibt, sondern nüchtern und illusionslos gleich an den Anfang stellen: Unternehmer führen ihre Betriebe nicht aus purer Opferwilligkeit und edlem Altruismus, aber, und das ist wichtiger, sie brauchen es auch nicht. Wenn sie es tun — tant mieux!

Wir stellen ferner eine These an den Anfang, damit von vornherein alle Mißverständnisse ausgeräumt sind: Vorausgesetzt, ein Unternehmer hält sich innerhalb der Grenzen des honestum, wie wir es im vorhergehenden Abschnitt (vgl. S. 78 f.) entwickelt haben, so behaupten wir: Ein profitstrebig, ein profitbringender Unternehmer ist eben damit insoweit ein sozialer Unternehmer, wobei es auf den Effekt und nicht auf die Motiva-

tion ankommt. Damit soll keineswegs zugleich auch der Umkehrschluß richtig sein: Ein Unternehmer, der keinen Profit erwirtschaftet, ist unsozial. Es soll nur gesagt sein, daß der erfolgreiche Unternehmer sozial ist. Was nützt die „soziale“ Motivation eines Unternehmers, der damit seinen Betrieb ruiniert und die Leute aus der Arbeit bringt? Kirchliche und theologische Kreise vor allem, die vor aller Sachanalyse gleich zu moralisieren beginnen, möchten bei jeder Entscheidung und Handlung am liebsten immer zuerst „die gute Meinung“<sup>1</sup> erforschen.

Wenn in der unternehmerischen Wirtschaft etwas der Entideologisierung bedarf, dann ist es der „Profit“, der zum Fetisch aller Systemüberwinder seit *Karl Marx* geworden ist.

Doch sollten wir eigentlich nicht mehr vom Profit reden, weil dieser Begriff zum ideologischen Popanz aufgeblasen worden ist, sondern schlicht vom Gewinn. Mit Recht bemerkt *Götz Briefs*, „daß es keine Profitwirtschaft gibt, sondern nur eine Gewinn- und Verlust-Wirtschaft“.<sup>2</sup> Man braucht nur einen Arbeitnehmer zu fragen, ob er eine Gewinn- oder Verlust-Wirtschaft vorzieht, ob er lieber in einem Unternehmen arbeiten möchte, das Gewinn abwirft, oder in einem, das mit roten Zahlen arbeitet, dann steht die Antwort von vornherein fest. Hier gibt es für Ideologie keinen Pardon. „Die Kasse muß stimmen“, sagt der Arbeiter, und sie stimmt um so besser, je mehr sein Unternehmer mit Gewinn arbeitet.

Auch der Staat weiß es. So berichtete kürzlich ein in einer notleidenden Branche dennoch äußerst erfolgreicher Unternehmer eines mittelgroßen Betriebes, daß in den fünfziger Jahren, den Jahren des Aufbaus seines Unternehmens, sein Antrag auf ein damals mögliches Förderungsdarlehen von seiner Landesregierung negativ beschieden worden sei, indem der Sachbearbeiter argumentierte, er sei nicht förderungswürdig, da er wohl kaum die Aussicht biete, dem Staate jemals ein guter Steuerzahler zu werden. Von anderen, die damals gefördert wurden, redet heute niemand mehr, er dagegen zahlt brav seine Steuern, und nicht wenige. Auch beim Staat kann die Kasse nur stimmen, wenn die Wirtschaft floriert.

In Europa ist — im Gegensatz zu den Vereinigten Staaten — die Einstellung zum unternehmerischen Gewinn verklemmt<sup>3</sup>. In Amerika spricht man unbefangen von „Profit“, weil man keine marxistische Tradition hat, die das Auge trübt. Sogar die Gewerkschaften sind weit davon entfernt, den Profit oder Gewinn zu verketzern; sie fordern ihn als eigene Existenzgrundlage. *Götz Briefs* berichtet: „Die treue Mitarbeiterin des Gründers und langjährigen Präsidenten des amerikanischen Gewerkschaftsbundes, Samuel Gompers, Miß Thorne, sagte mir persönlich, Gompers hielte es für ein Verbrechen einer Firma, keinen Kapitalgewinn auf-

zuweisen, denn damit verliert die Gewerkschaft die Voraussetzung ihrer Existenz und Wirksamkeit“.<sup>4</sup>

Auch die Wissenschaft hat in Amerika ein viel unbefangeneres Verhältnis zur Wirtschaft und zum Gewinn. Die deutsche wissenschaftliche Tradition („Befleckt nicht die reine Wissenschaft und Forschung mit Profit“) hat in Amerika nie Fuß fassen können. Dort ist Wissenschaft ein Job, mit dem man Geld verdient wie mit jedem anderen.

Auch bei uns wird Wissenschaft, wird „Geist“ immer mehr in klingende Münze umgesetzt. Nur verführt die marxistische Verklemmung in diesem Lande mehr zu heuchlerischer Geheimniskrämerei. Und oft — so scheint es — werden linksintellektuelle Turnübungen um so kräftiger ausgeführt, je besser es um das eigene Portemonnaie steht. Linke Kritik als Alibi-Funktion?

Das dem „Kapitalisten“ gerade von Intellektuellen so gern angekreidete „profitsüchtige“ Handeln findet sich — da die menschliche Natur bei allen so ziemlich gleich ist — in seinen verschiedensten und oft nur weniger erkennbaren (weil nicht bilanzierungspflichtigen) Formen auch bei allen anderen Berufsgruppen, vom Lehrer bis zum Arzt, vom Professor bis zum Politiker, vom einfachen Arbeiter bis zum Gewerkschaftsboß. „Bei all diesen Menschen fließen Egoismus und Altruismus in einer sonderbaren Weise ineinander. Bei Lehrern und Professoren, die nach der Lösung eines wissenschaftlichen Problems streben, spielen sowohl Forschungsiebe als auch beruflicher Ehrgeiz (als auch wirtschaftliches Fortkommen; Verf.) eine Rolle. Kurz: der regelmäßig gegen die Unternehmer von seiten der Intellektuellen erhobene Vorwurf des Gewinnstrebens und Eigennutzes fällt auf letztere und auf alle von ihnen direkt oder indirekt gelenkten Menschen und Menschengruppen zurück“.<sup>5</sup>

#### b) Wie hoch sind die Unternehmergewinne?

Zur Entideologisierung des Gewinns gehört zunächst, daß man sich ein Bild über die ungefähre Höhe der Unternehmergewinne macht, da hierüber in der Öffentlichkeit z. T. phantastische Vorstellungen zu herrschen scheinen.

Leider gibt es keine brauchbare amtliche Gewinn-Statistik, und was in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung unter dem Posten „Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen“ figuriert (das Pendant dazu ist „Einkommen aus unselbständiger Arbeit“), hat — entgegen verbreiteter Ansicht — mit dem Unternehmergeinn im eigentlichen Sinne fast gar nichts zu tun; denn in diesem Posten stecken neben dem Gewinn im

engeren Sinne nicht nur noch weitere, keinesfalls als Gewinn zu qualifizierende Einkommensteile des Unternehmers, wie wir gleich sehen werden, sondern auch Vermögenseinkommen (Sparzinsen, Mieteinnahmen, Dividenden usw.) von vielen Millionen von Nichtunternehmern.

In der ökonomischen Theorie werden drei Einkommensarten unterschieden: *Arbeitslohn* (Lohn, Gehalt, Bezüge), *Zins* und *Unternehmergewinn*. Sie stellen Entgelte dar für den Einsatz der „Produktionsfaktoren“ Arbeit, Kapital und unternehmerische Leistung <sup>6</sup>.

Im Einkommen eines Unternehmers können alle drei Elemente stecken, müssen es aber nicht. Wichtig ist jedenfalls zu wissen, daß der Unternehmergewinn im engeren Sinne nicht identisch ist mit dem ausgewiesenen sog. Bilanzgewinn eines Unternehmens. In diesem stecken gewöhnlich alle drei Einkommensarten; zunächst der Zins für das im Unternehmen arbeitende Kapital (Eigenkapital); dann das Entgelt für die vom Unternehmer selbst und seinen mithelfenden Familienangehörigen im Unternehmen geleistete Arbeit (die auch ein Angestellter hätte leisten können), das den Unternehmerlohn darstellt; schließlich — nach Abzug der beiden eben genannten Einkommensarten — eine Restgröße, die den eigentlichen Unternehmergewinn darstellt.

Daß Zins für Eigenkapital und Unternehmerlohn rechnerisch nicht als Unternehmergewinn anzusprechen sind, liegt auf der Hand und kann ernsthaft auch nicht bestritten werden, unbeschadet der Tatsache, daß sie in der Steuerbilanz als solcher erscheinen <sup>7</sup>.

Wenn also der „Profit“ zum Stein des Anstoßes wird, dann kann es sich ernsthaft nur um die sogenannte „Restgröße“ handeln. Über diese Restgröße liegen keine statistisch zuverlässigen Unterlagen vor, weil, anders als bei den kontraktbestimmten „Einkommen aus unselbständiger Arbeit“, deren Gesamtmasse über die Lohnsteuerstatistik einigermaßen exakt erfaßt werden kann, die Restgrößen „Gewinn“ in der weitaus überwiegenden Zahl der Fälle rechnerisch gar nicht ermittelt werden. Welcher Bauer oder Zahnarzt — und auch sie sind ja Unternehmer — destilliert aus seinem „Reinerlös“ die Restgröße „Unternehmergewinn“ heraus?

Wir sind also weitgehend auf Schätzungen angewiesen, was die Gesamtsumme aller Unternehmergewinne in der Volkswirtschaft betrifft.

Es kommt darauf an, aus dem statistischen Komplex „Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen“ jene Residualgröße einigermaßen zuverlässig zu isolieren, die wir im eigentlichen und engeren Sinne als Unternehmergewinn bezeichnen können. Wir wollen das in Anlehnung an *Wilfrid Schreiber* tun, der seinerseits auf *Wilhelm Krelle* verweist, dessen Methoden aber noch etwas verfeinert hat <sup>8</sup>.

Nach Krelle kann zunächst die Abspaltung des Unternehmerlohnes aus dem Komplex so vor sich gehen: Man multipliziert die Anzahl aller Selbständigen und ihrer Familienangehörigen mit dem Durchschnittseinkommen aller Arbeitnehmer. Die Resultante wäre die Unternehmerlohnsomme der gesamten Volkswirtschaft. Schreiber hat diese „Schätzmethode“ übernommen, jedoch, um noch vorsichtiger zu sein, die mithelfenden Familienangehörigen nur als halbe Erwerbspersonen eingesetzt, ihre Arbeitsleistung also nur mit dem halben Durchschnittseinkommen der Arbeitnehmer bewertet. Nach dieser Berechnung beträgt der Anteil der Arbeit — also Arbeitnehmereinkommen plus Unternehmerlohn — am Volkseinkommen im Schnitt der Jahre rund 80 Prozent, nach Krelle sogar 85 Prozent. Der Rest von 20 bzw. 15 Prozent entfällt also auf Unternehmergewinn plus Vermögenszins“. <sup>9</sup> Schreiber folgert hieraus: „Kapitalisten und Unternehmer zusammen haben nicht mehr als ein Fünftel bis ein Siebtel des Volkseinkommens an sich gezogen, wobei schon jeder Besitzer eines Sparkontos oder eines Eigenheims zu den Kapitalisten zu zählen ist“. <sup>10</sup>

Ist die Abspaltung des Unternehmerlohns noch relativ leicht zu bewältigen, so stellen sich der Isolierung des eigentlichen Unternehmergewinns durch Abspaltung der Komponente Zins größere Schwierigkeiten in den Weg.

Während Zins plus Unternehmergewinne etwa 20 (nach Schreiber) bzw. nur 15 Prozent (nach Krelle) am gesamten Volkseinkommen ausmachen, schätzt Schreiber, daß im Jahre 1965 die Summe der Unternehmergewinne mit Gewißheit zwischen 5,5 und 11,3 Prozent des Volkseinkommens lag, wobei der Mittelwert von 8,4 Prozent der Wirklichkeit nahekommen dürfte. Dieser Mittelwert wäre im guten Konjunkturjahr 1965 gleich einem Zehntel der gesamten Arbeitsentgelte gewesen.

Im Rezessionsjahr 1967 lagen die Unternehmergewinne nach Schreiber zwischen 3,8 und 9,8, im Mittel also bei 6,8 Prozent des Volkseinkommens, sie betrug demnach nur noch ein Zwölftel der Lohnsumme des gleichen Jahres. Schreiber hat dann die geschätzten Unternehmergewinne wahlweise mit der Lohnsumme, mit dem Volkseinkommen und mit dem Bruttosozialprodukt zu Marktpreisen verglichen und ist dabei zu folgenden Resultaten gekommen:

„In den letzten Jahren vor der Rezession betrug die Summe aller Unternehmergewinne

etwa 10 % der Lohnsumme, also der Summe aller Bruttoarbeitsentgelte der Arbeitnehmer,

- oder 7—8 % des Volkseinkommens, in dem außer Löhnen und Gehältern auch die gesamten Zinseinkommen, die Unternehmerröhne und die Gewinne selbst enthalten sind,
- oder 5—6 % des Bruttosozialprodukts zu Marktpreisen, das außer dem Volkseinkommen auch die Abschreibungen und das Aufkommen an indirekten Steuern umfaßt.

Ich wiederhole: 5 bis 6 Prozent des Bruttosozialprodukts oder 7 bis 8 Prozent des Volkseinkommens oder rund 10 Prozent der Lohnsumme“. <sup>11</sup> Und er fügt hinzu: „So wenig ist das also. Lohnt sich um einer so kleinen Streitmasse willen eigentlich noch der Aufwand einer kommunistischen Weltrevolution? . . . Auch der krasseste Gesellschaftskritiker, der unentwegt im Unternehmergewinn einen räuberischen Ausbeutungsgewinn erblickt, wird schwerlich behaupten können, daß das Streitobjekt aufreizend groß ist und Anlaß zu sozialrevolutionärer Entrüstung gibt“. <sup>12</sup>

### c) Die Funktionen des Unternehmergewinns

Wir können hier nicht in extenso die volkswirtschaftlich bedeutsamen und unentbehrlichen Funktionen des Unternehmergewinns darlegen <sup>13</sup>. Wir wollen uns auf das Wesentliche beschränken.

Am einleuchtendsten ist die Funktion des Gewinns für die *Aufrechterhaltung der Vollbeschäftigung*, d. h. für eine Produktionshöhe, bei der die Produktionsanlagen und die Arbeitskräfte ausgelastet sind. Dies ist leicht nachzuweisen.

Die einzelnen Betriebe einer Branche der Volkswirtschaft arbeiten mit unterschiedlichen spezifischen Produktionskosten, was immer im einzelnen die Gründe dafür sein mögen. In einem solchen Falle kann aber ein gewinnloser Zustand kein gesamtwirtschaftliches Gleichgewicht herbeiführen. Vielmehr werden die kostengünstigeren Betriebe gegenüber den weniger günstig produzierenden Betrieben einen Differentialgewinn realisieren. Wäre das nicht der Fall, würde die Volkswirtschaft — freie Marktwirtschaft vorausgesetzt — zusammenbrechen. Es würden Betriebsstilllegungen und Arbeitslosigkeit folgen.

Die Aufrechterhaltung einer gegebenen gesamtwirtschaftlichen Produktion erfordert „die Deckung der makroökonomischen ‚Grenzkosten‘. Das heißt, es müssen jeweils die Produktionskosten der leistungsschwächsten Betriebe bzw. Arbeitsplätze mit den höchsten spezifischen Produktionskosten durch den Produktionserlös gedeckt werden. Vollbeschäftigung setzt dementsprechend voraus, daß der Produktionserlös die Produktionskosten auf den leistungsschwächsten Arbeitsplätzen, deren Aufrechterhaltung zur

Beschäftigung aller Arbeitskräfte notwendig ist, deckt. In diesem Falle müssen aber auf allen übrigen — intramarginalen — Arbeitsplätzen Differenzgewinne entstehen, deren Höhe der Differenz der spezifischen Produktionskosten entspricht. Die Summe dieser ‚Differentialgewinne‘ — der ‚makroökonomische Differentialgewinn‘ — muß zur Erzielung von Vollbeschäftigung jeweils eine ganz bestimmte Größe erreichen, die der Summe der Differenzen zwischen den spezifischen Produktionskosten bei den einzelnen Arbeitsplätzen entspricht“. <sup>14</sup>

Damit läßt sich nach *Schreiber* auch die Frage beantworten: „Wie hoch soll die volkswirtschaftliche Gewinnsumme, die Summe aller Unternehmergewinne, im Idealfall sein? Keineswegs soll sie eine Überlebensgarantie für untüchtige und glücklose Unternehmer sein. Aber ein bestimmtes Kriterium für die Größe der Unternehmergewinn-Summe läßt sich aus dem Gemeinwohl-Postulat der Vollbeschäftigung ableiten: die Unternehmergewinn-Summe soll so groß sein, daß der kostengünstigste Betrieb, dessen Nachfrage nach Arbeit gerade noch erforderlich ist, um das Arbeitsangebot voll zu absorbieren, also den Zustand der Vollbeschäftigung herbeizuführen und zu erhalten, gerade mit  $\pm$  Null davon kommt, also Anlaß hat, im Markt zu verbleiben“. <sup>15</sup>

So kommt dem Unternehmergewinn eine geradezu lebenswichtige Bedeutung für unser Wirtschaftssystem zu, indem er der Vollbeschäftigung dient. Eine weitere wichtige Funktion des Gewinns ist seine Signalwirkung oder *Lenkungsfunktion* in der Volkswirtschaft.

„Wenn eine Unternehmung hohen Gewinn erzielt, so ist dies nur der Ausdruck dafür, daß die Gesellschaft das Produkt dieser Unternehmung besonders dringend begehrt und mehr davon zu verbrauchen wünscht. Der Unternehmergewinn hat also auch eine sehr wichtige Signalwirkung. Er zeigt dem betreffenden Wirtschaftszweig an, daß es angezeigt ist, eine größere Produktmenge anzubieten, also seine Produktionskapazität durch Nettoinvestition zu vergrößern und entsprechend mehr Arbeitskräfte durch höheres Lohnangebot an sich zu ziehen. Angezeigt ist dies sowohl im Sinne des Gemeinwohls, das in jedem Zeitpunkt der Entwicklung eine bestimmte, sich ständig ändernde Produktionsstruktur erfordert, wie auch im Eigeninteresse der Unternehmungen, die ihren Gewinn zu maximieren trachten. Diese Übereinstimmung zwischen Gewinninteresse der Unternehmung und den Forderungen des Gemeinwohls ist die Stärke der freien Wirtschaft“. <sup>16</sup>

Auch im Ostblock ist seit einigen Jahren die Lenkungs- oder Steuerungsfunktion des Gewinns wiederentdeckt worden, wenngleich man es aus ideologischen Gründen vermeidet, diesen inkriminierten Begriff des Kapi-

talismus zu verwerten und statt dessen von „finanzwirtschaftlichen Steuerungsinstrumenten“ oder von „materieller Interessiertheit“ spricht. Das „Prinzip der Eigenerwirtschaftung von Investitionsmitteln“ (sprich: Gewinnerzielung) in der DDR seit 1967 soll einer größeren wirtschaftlichen Effektivität dienen. Doch schon sind aus ideologischen Gründen wieder Rückschritte zu verzeichnen, da eine Lockerung der Investitionsfinanzierung die zentralen Planpositionen erheblich durcheinander gebracht hat. Ferner hat der Unternehmergewinn eine wichtige Funktion als *Quelle der Fortschrittsfinanzierung* zu erfüllen.

Der Gewinn setzt das Unternehmen in den Stand der komparativen Investitionsüberlegenheit gegenüber weniger reüssierenden Konkurrenten. Die Innovation, die Rationalisierung schafft Gewinn, der Gewinn ermöglicht die mit Risiken behaftete weitere Innovation, so daß der Prozeß zu einem kumulativen Geschehen werden kann. Nur Innovation und Fortschritt ermöglichen positive Profitmargen, und nur diese setzen das Unternehmen in die Lage, weitere Innovationen zu wagen.

Der Gewinn ist auch wichtig, um den Unternehmen eine gesunde Eigenkapitalbasis zu verschaffen, die es krisenfest macht. Denn es wäre kaufmännisch ungesund, die Fremdkapitalquote auf mehr als 50 bis 60 %, allerhöchstens 65 % des gesamten Betriebskapitals anschwellen zu lassen. Eine überschuldete Unternehmung ist nicht mehr kreditwürdig<sup>17</sup>.

Schließlich und endlich ist der Gewinn im allgemeinen die *billigste Form der Investitionsfinanzierung*. Denn aus dem Motiv der Gewinnerzielung wird der private Investor immer wieder die ergiebigsten Investitionsmöglichkeiten aufzuspüren suchen. So „wird ein Höchstmaß an Rationalität der Investitionen erzielt, so daß die volkswirtschaftliche Investitionsquote insgesamt relativ klein gehalten werden kann“.<sup>18</sup>

Allerdings ist die Deckung der Produktionskosten durch den Produktionserlös und eine Gewinnmarge nur ein unabdingbares und lebenswichtiges Erfordernis des privatwirtschaftlichen Sektors einer Volkswirtschaft. Eine zentrale Verwaltungswirtschaft kann und wird immer wieder Ressourcen verschleudern, um die — durch ihr eigenes System verschuldet — gewinnlos oder gar mit Verlust arbeitenden Betriebe mit durchzuziehen. Dadurch erweist sich die zentrale Verwaltungswirtschaft im Vergleich mit der privaten Unternehmerwirtschaft als „gefährliches Ungeheuer“ von volkswirtschaftlich wertvollem Kapital. Deshalb ist „die Investitionsquote dort höher, der Arbeitnehmerkonsum muß stärker eingeschränkt werden“.<sup>19</sup>

Nicht nur in der sozialistischen Wirtschaft, auch in der freien Marktwirtschaft müssen ganze Versorgungszweige ohne Gewinn arbeiten (Verkehr, Gesundheitswesen, Schulen und Universitäten). Dies ist aber nur

möglich, wenn sie von gewinnträchtigen Unternehmen subventioniert werden können. Daher muß insgesamt die Volkswirtschaft nach dem Gewinnprinzip arbeiten, wenn sie wachsen und gleichzeitig Gemeinschaftsaufgaben mit finanzieren soll.

Die gängige Kritik am Gewinn, der in der kapitalistischen Wirtschaft erzielt wird, ist nach allem nur als Ausdruck der Ignoranz zu qualifizieren. Daher sind auch Bestrebungen gegenüber, die Gewinne über Gebühr zu beschneiden, äußerste Bedenken angebracht.

Manche möchten dem Unternehmer gegen die handelsübliche Kritik am Gewinnstreben beistehen, indem sie auf das ganze Motivbündel unternehmerischen Handelns hinweisen, in dem das Profitmotiv nur eines unter mehreren ist. Diese Sekundantendienste mögen gut gemeint sein. Als realistischer Ethiker bin ich jedoch der Ansicht: *Der* Unternehmer hat in einer dynamischen, wachsenden Wirtschaft die Vermutung für sich, pflichtgemäß gehandelt zu haben, der möglichst viel Mehrwert, das heißt Gewinn erwirtschaftet hat. Dies scheint mir angesichts der bedeutenden Gemeinwohlfunktionen, die der Gewinn nach unseren Darstellungen zu erfüllen hat, eine bare Selbstverständlichkeit zu sein. Ein sauberes Durchdenken der ökonomischen Zusammenhänge sollte dazu beitragen, den Begriff des Gewinns endlich aus der ideologischen Verkrampfung zu lösen, in die er durch *Karl Marx* geraten ist.

##### 5. Wer soll Unternehmer sein?

Die Frage „Wer soll Unternehmer sein?“ ist die Frage nach der Legitimation dessen, der in einer Gesellschaft die unternehmerischen Funktionen wahrnehmen soll. „Jede Wirtschaftsordnung muß sich darüber schlüssig werden, *wem* die Aufgabe übertragen werden soll, Kapital und Arbeit zu einem Produktionserfolg zu kombinieren. Denn diese Aufgabe muß *in jeder Volkswirtschaft* gelöst werden“. <sup>1</sup>

„Die Aktualität des Legitimationsproblems in der Unternehmerschaft ist kaum zu bestreiten. Ob es sich um Fragen der Betriebs- und Unternehmensverfassung, der Eigentumsordnung und Vermögensverteilung, der Heranbildung des Unternehmernachwuchses oder auch der Professionalisierung unternehmerischer Tätigkeit handelt — um nur die wichtigsten Punkte zu nennen —, stets sind, mehr oder weniger explizit, Legitimationsprobleme involviert“ <sup>2</sup>.

Von der Legitimation durch die Gesellschaft und deren Rechtsordnung ist zu unterscheiden die Frage, wie Unternehmer ihre Position selbst argumentativ zu legitimieren suchen. Nach *Max Weber* gibt es den „sehr allgemei-

nen Tatbestand des Bedürfnisses jeder Macht, ja jeder Lebenschance überhaupt, nach Selbstrechtfertigung“.<sup>3</sup>

Weber unterscheidet drei reine Typen (Idealtypen in seinem Sinne) der Begründung von Legitimität:

1. die *rationale*, die auf dem Glauben an die Legalität gesetzter Ordnungen ruht (diese kommt für den Unternehmer selbst nicht in Frage, da ja gerade diese Begründung in der Gegenwart das Problem ist und die Selbstrechtfertigung erst besonders notwendig erscheinen läßt);
2. die *traditionale*, die auf dem Glauben an die Unverbrüchlichkeit überkommener Traditionen oder doch des üblicherweise je praktizierten Herrkommens ruht;
3. die *charismatische*, die auf der gläubigen Hingabe an die Außeralltäglichkeit (Heiligkeit, Heldentum, Vorbildlichkeit, „Kreativität“) einer Person und der durch sie repräsentierten Ordnung ruht.

Unternehmer werden dazu neigen, nach traditionaler und/oder charismatischer Selbstrechtfertigung zu suchen. Die traditionale Begründung artikuliert sich im Aufweis jener Normen und Wertvorstellungen, die das Unternehmertum als Institution kennzeichnen. Die charismatische Komponente kommt indirekt mit ins Spiel, wenn die vom Unternehmer angestrebte traditionale Legitimation „veralltägliches Charisma“ (*Max Weber*) impliziert. „Die dem ‚großen Unternehmer‘, dem Firmengründer, dem selfmade-man zugesprochenen charismatischen, das heißt außeralltäglichen, wenn nicht übernatürlichen Qualitäten, die zunächst nur die Herrschaft von ausgewählten Individuen zu legitimieren vermochten, werden versachlicht, von der Einzelperson losgelöst und, im Interesse dauerhafter, insbesondere intergenerationeller Herrschaftsstabilisierung, unter institutionell fixierten Bedingungen für übertragbar und persönlich erwerbbar angesehen. Solche Bedingungen können sein das Eigentum für den ‚selbständigen Unternehmer‘, eine elitäre Erziehung zur ‚Führungspersönlichkeit‘ für solche Unternehmer, die sich nicht auf Charisma durch Bluts- oder Eigentumsvererbung berufen können, wie sie nach Weber den ‚geläufigsten Fall einer Versachlichung des Charisma‘<sup>4</sup> darstellt“.<sup>5</sup>

Wir brauchen uns bei der Selbstrechtfertigung des Unternehmers nicht länger aufzuhalten; denn sie hilft dem Unternehmer nicht recht weiter. In einer traditionslosen, mobilen, „offenen“ Gesellschaft findet eine traditionale Selbstrechtfertigung kaum noch Resonanz, und eine charismatische Legitimation dürfte in den meisten Fällen ebenfalls auf schwachen Füßen stehen.

Bleibt also nur die *rationale* Begründung der Legitimation unternehmerischen Handelns, die die (relative) Vernünftigkeit der legalen Ordnung darzutun hat.

Ein wichtiges Präjudiz für die Legitimation des Privatunternehmers ist die grundrechtlich gesicherte Privatautonomie im Bereich der Berufswahl und Berufsausübung. Art. 12 (Abs. 1) des Grundgesetzes bestimmt: „Alle Deutschen haben das Recht, Beruf, Arbeitsplatz und Ausbildungsstätte frei zu wählen. Die Berufsausübung kann durch Gesetz geregelt werden“. <sup>6</sup> Ein Unterfall dieser Freiheit der Berufsausübung ist die sog. „Gewerbefreiheit“.

Es ist äußerst wichtig, daß diese Freiheit der Berufswahl und -ausübung zu den grundrechtlich ausdrücklich geschützten Freiheiten gehört. Daraus ergibt sich, daß die Legitimation des Unternehmers in seiner privatautonomen Entscheidung ruht, Unternehmer sein zu wollen. Da weiterhin Art. 19 (Abs. 2) des Grundgesetzes bestimmt: „In keinem Fall darf ein Grundrecht in seinem Wesensgehalt angetastet werden“, sind allen gesetzgeberischen Versuchen, die Privatautonomie des Unternehmers durch „Mitbestimmung“ der Arbeitnehmer einzuschränken, dort Grenzen gesetzt, wo die Mitbestimmung diese Privatautonomie in ihrem „Wesensgehalt“ antastet. Das ist aber sicher dort der Fall, wo der Unternehmer nicht mehr das letzte und damit entscheidende Wort hat.

Da jedoch der ideologische Nebel seit Jahren immer dichter zu werden scheint, sind diese klaren grundrechtlichen Linien in Gefahr, immer mehr aus dem Gesichtskreis der Öffentlichkeit zu verschwinden. Während im Bereich der „sittlichen“ Grundrechte (Glaubens- und Bekenntnisfreiheit, Recht der freien Meinungsäußerung usw.) der Subjektivismus bis zum Exzeß durchexerziert wird, stehen die „sozialen“ Grundrechte (Freiheit der Berufswahl, Eigentum, Erbrecht usw.) in der Gefahr, immer stärker eingeschränkt zu werden, bis zu ihrer Auflösung.

Hier ist Vorsicht am Platze und immer wieder darauf hinzuweisen, daß die Freiheit nicht beliebig teilbar ist, und daß die Erdrosselung eines Freiheitsrechts leicht eine Kettenreaktion auslöst, in die andere Freiheitsrechte und schließlich alle Freiheitsrechte hineingezogen werden. Nicht per Zufall herrscht in den Ländern des Ostens mit zentraler Verwaltungswirtschaft auch politisch und rechtlich die Unfreiheit.

Zum privatautonomen Unternehmer gehört die freie Marktwirtschaft und zur Marktwirtschaft gehört der privatautonome Unternehmer, wie auch freie Gewerkschaften ohne ein freies Unternehmertum und ohne eine Marktwirtschaft keine Existenzgrundlage haben, sondern nur noch als „Transmissionsriemen“ einer totalitären Partei. Aus diesem Grund sollte

die weitaus überwiegende Mehrzahl aller Staatsbürger ein vitales Interesse am freien Unternehmertum haben.

Unsere Marktwirtschaft, unser sogenanntes „kapitalistisches System“, wenn man das partout lieber hört, ist sicher alles andere als ein Idealzustand, es ist auch alles andere als „gerecht“, wenn man es an höheren „metaphysischen“ Normen von Gerechtigkeit mißt. Aber eines kann man sicher nicht leugnen, wenn man von den frühkapitalistischen Zuständen unseres eigenen Landes im 19. Jahrhundert und den feudalkapitalistischen Verhältnissen mancher Entwicklungsländer heute absieht, daß es jemals in der Geschichte aller bekannten Gesellschaften eine „Oberschicht“, eine „Elite“ wie die heutigen „Kapitalisten“ gegeben hätte, die, zugegebenermaßen nicht auf Grund besonderer Moral, sondern gezwungen durch das „System“ als solches und seine „Sachzwänge“, dem Ganzen dienen *mußte*, nolens volens.

*Franz Böhm* hat dies sehr anschaulich dargestellt. Nach ihm kann „man in der geschichtlichen Wirklichkeit viele Anhaltspunkte für die Behauptung finden, daß es der marktwirtschaftlichen Ordnung in erstaunlichem Grade gelungen ist, den Besitz der Besitzenden aus den Taschen der Besitzenden in den industriellen Produktionsprozeß zu leiten und die Besitzenden zu veranlassen, gleichsam mit hängender Zunge alles, was nicht niet- und nagelfest ist, in Unternehmungen zu investieren. Es ist sehr unwahrscheinlich, daß jemand in der gesamten bekannten Geschichte eine gesellschaftlich begünstigte Schicht aufzeigen kann, die, dem eigenen Trieb und Vorteil gehorchend, nicht der Not, mit solchem Eifer ihren eigenen Reichtum dazu verwendet hätte, den Lebensstandard der Masse ihrer weniger begünstigten Mitbürger zu verbessern und Daseinsmöglichkeiten für eine steigende Zahl von Menschen zu schaffen. Das System der marktwirtschaftlichen Bewährungsanreize hat sich als sehr erfolgreich erwiesen. Ist es jemals einer früheren Zeit gelungen, ihre Oberschicht so vollkommen in den Dienst der Gesamtgesellschaft und des Staats hinabzudomestizieren, wie es der unsrigen mit den millionenreichen Privatpersonen unserer Tage gelungen ist? Wo ist das Zittern, wo der Schrecken, die uns erfassen, wenn wir in den Zeitungen oder Illustrierten den Namen eines unserer in- oder ausländischen Wirtschaftsprominenten lesen? Und wo stößt man in den Illustrierten auf das Konterfei eines dieser Großen? Graben unsere Redakteure nicht stattdessen die Nachfahren ehemaliger oder die Mitglieder exotischer Herrenschichten aus, wenn sie uns den Schauer frommer oder verzückter Autoritätsfurcht in die Gebeine jagen wollen?“<sup>7</sup>

Bisher ist keine praktikable Alternative aufgewiesen worden, in der Freiheit und Effizienz in so eklatanter Weise kombiniert werden konnten wie

in der Marktwirtschaft mit ihrem privatautonomen Unternehmertum. Daß die „Gerechtigkeit“ dabei zu wünschen übrig läßt, kann und soll nicht bestritten werden. Ohne Zweifel hat *F. Böhm* recht, wenn er bemerkt, „daß bei großen Kapitaleinkommen und bei großen Unternehmergewinnen ein progressiv wachsender Teil dieser Einkommen *allein durch Reichtum* verdient wird“. <sup>8</sup> Die Frage ist jedoch, welchen Grad an Ungleichheit im Einkommen wir hinzunehmen bereit sind <sup>9</sup> als Preis für eine unbestritten erfolgreiche Wirtschaft, und zweitens, was getan werden kann und muß, um das produktive Vermögen breiter zu streuen. Wäre dies eine Utopie, dann müßten wir entweder vor der „Ungerechtigkeit“ kapitulieren oder — eine andere Alternative gibt es nicht — wir müßten auf ein freies Unternehmertum, auf eine freie Marktwirtschaft, auf die Gewerbefreiheit und damit auf eines unserer wichtigsten Grundrechte verzichten. Nach allen Erfahrungen müßten wir dann aber auch auf weitere Freiheiten verzichten.

Zwischen den beiden Alternativen: Abschaffung der Marktwirtschaft, Abschaffung des privatautonomen Unternehmertums einerseits, Verstaatlichung oder Vergesellschaftung des gesamten wirtschaftlichen Geschehens andererseits gibt es nur noch eine Möglichkeit: Die soziale Domestikation der wirtschaftlichen Führungsschichten. „Soweit das rein Ökonomische in Frage steht, ist dieser Dressurakt der marktwirtschaftlichen Ordnung bereits früher schon in bemerkenswertem Grad gelungen. Unsere Aufgabe ist es, diesen Erfolg im Bereich des Sozialen und Politischen zu erweitern und zu festigen“. <sup>10</sup>

## 6. Der Unternehmer und seine Mitarbeiter

Befragen wir zunächst wieder die öffentliche und vor allem die „veröffentlichte“ Meinung.

Daß in der veröffentlichten Meinung (sehr viel deutlicher als in der öffentlichen Meinung) mit dem Unternehmer negative Assoziationen verbunden werden, haben wir bereits ausführlich dargelegt. Hier ist dieses Thema näherhin noch insoweit zu spezifizieren, als dem Unternehmer — abgesehen von seiner Qualifikation als „Kapitalist“ und „Profitgeier“ — vor allem menschliche Defizienzen angelastet werden.

*Scheuch* hat aus seinen Beobachtungen über den Unternehmer im Spiegel der Massenmedien das Resultat ermittelt: „Als Menschen sind sie unfreundliche alte Männer. Vor allem haben sie unendlich viel Macht über einzelne andere Personen. Sie leben also erstens ganz anders als wir, und der Reichtum wird von ihnen egoistisch genutzt. Sie sind autonom gegenüber Bezügen, die für andere gelten. Der aufwendige Lebensstil ist in der

Darstellung die dritte Eigenschaft, die Größe der Macht die vierte und die Unerfreulichkeit als Mensch die fünfte Eigenschaft. Schließlich ist sechstens das kulturelle Niveau beklagenswert niedrig“.<sup>1</sup> „Selten wird der Unternehmer in der Funktion der Entscheidungen über leitendes Personal gezeigt, und dann durchweg eher strafend als fördernd“.<sup>2</sup>

Menschliche Unzulänglichkeiten verbindet auch die öffentliche Meinung (Fernbild, Stereotyp) mit dem Unternehmer. „Im Stereotyp vom Unternehmer dominieren zwei Züge, und zwar erstens ein Zug von Tüchtigkeit und zweitens ein Zug, den man mit Abwesenheit von Wärme und Sympathie umschreiben kann. Die Figur des Unternehmers wird keinesfalls unsympathisch vorgestellt, aber gekennzeichnet durch das Fehlen von lebendigen Elementen — von Wärme, von Freundlichkeit, von Sympathie. Die Ambivalenz ist offenkundig und zeigt sich auch in der Widersprüchlichkeit einiger Vorstellungen“.<sup>3</sup> Aus einer Befragung des Jahres 1963 teilt *E. Noelle-Neumann* mit: 41 Prozent antworteten: „Haben wenig Zeit für ihre Familie, führen meist kein richtiges Familienleben“. Sie fügt hinzu: „Wenn man sich den hohen, alles andere übertreffenden Wert des Familienlebens bei der Bevölkerung vergegenwärtigt, weiß man, wieviel Distanz und wieviel Fremdheit gegenüber dem Unternehmer mit dieser zuletzt erwähnten Aussage ausgedrückt wird“. 46 Prozent antworteten damals: „Sind nur deshalb freundlich, weil sie den Arbeitnehmer heute brauchen, sonst keine Arbeitskräfte finden“.<sup>4</sup>

Offenbar sind menschliche Unzulänglichkeiten aber nicht nur ein typisches Charakteristikum des Unternehmers. Eine kürzliche Umfrage unter ausländischen Arbeitnehmern hat zutage gefördert, daß diese zwar manches an unserer Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung schätzen, z. B. die sozialen Einrichtungen aller Art, die relative Sicherheit des Arbeitsplatzes, unsere „Ordnungsliebe“, unseren „Fleiß“ usw., daß sie uns aber für gefühlskalt, wenig kontaktfreudig halten, für Leute, die nicht recht zu leben wissen.

Es ist unverkennbar, daß neben Fragen der Rentabilität, der Produktivitätssteigerung, des Gewinns, des Wachstums, also neben der Entwicklung der „Meßgrößen“, an denen sich der „Erfolg“ eines Unternehmens messen läßt, die Frage nach der personengerechten Prozeßgestaltung des Wirtschaftens ein immer größeres Gewicht erhält. Damit gewinnt der „menschliche Faktor“, das Personalwesen und die Personalführung, eine wachsende Bedeutung. Man kann wohl davon ausgehen, daß die Grundprobleme des Wirtschaftens und der unternehmerischen Entscheidungen immer mehr zu Problemen der menschenwürdigen und personengerechten Führung als zu solchen des Eigentums werden. Man wird realistisch

genug sein müssen, um zu erkennen, daß man den meisten Menschen nicht mit der ständigen Proklamation der „großen“ politischen und wirtschaftlichen Freiheiten imponieren kann, mit Marktwirtschaft, privater Initiative und privatem Produktiveigentum, sondern daß es der überwiegenden Mehrheit eher um die zahlreichen „kleinen Freiheiten“ (V. Muthesius) des Alltags geht, auch um jene Freiheitsgrade im Betrieb und im Unternehmen, die den Menschen den Eindruck und das Gefühl verschaffen, als Mitarbeiter ernst genommen zu werden und einen wirklichen „Status“ zu haben.

Der Mensch, der Mitarbeiter darf dem Chef nicht als unbequemer Störer erscheinen, als der entscheidende Störungsfaktor des betrieblichen Leistungsprozesses, den man am besten durch Maschinen und Automaten ersetzt.

Zugegebenermaßen gibt es einige schwer zu beseitigende Handicaps im Umgang mit den Mitarbeitern, wenn das Unternehmen größer wird. Der Kontakt wird oberflächlicher, flüchtige Kontakte schaffen „Nummern“<sup>5</sup>. Der erfolgreiche, tüchtige Unternehmer neigt leichter dazu, seine Mitarbeiter zu überfordern, die weniger leistungsfähigen als „Ballast“ zu werten, den man in der Zeit des Arbeitskräftemangels nun einmal in Kauf nehmen muß.

Dennoch kann man es in gewisser Weise als „kopernikanische Wende“ im Denken des Unternehmers bezeichnen, wenn sich immer mehr die Überzeugung und die Einsicht Bahn gebrochen haben, daß „Unternehmensführung und Personalpolitik . . . nicht nur nicht zu trennen, sondern überhaupt kaum unabhängig voneinander zu betrachten (sind). Das ist nur zu einem sehr kleinen Teil dadurch bedingt, daß alle Personalfragen durch den akuten Mangel an Arbeitskräften mit einer allein daraus schon resultierenden gewissen Überbetonung sehr im Vordergrund stehen. Es handelt sich vielmehr um eine grundsätzliche Neubewertung der Zusammenhänge“.<sup>6</sup>

Man scheut sich fast, hier das schöne Wort des Dienstes und des Dienens einzuführen. Dennoch gehört das Dienen-Können zur „Kunst des Führens“. Manche Schwierigkeiten im Unternehmen dürften einfach daraus resultieren, daß nicht echt geführt wird, weil der Geist des Dienens nicht vorhanden ist.

Die Qualität des Dienstes zeigt sich beim Unternehmer in einer doppelten Hinsicht, darin, daß er das Wohl seiner Mitarbeiter im Auge hat und auch darin, daß er sein Unternehmen gut leitet. Beide Zielsetzungen können, richtig verstanden, nicht voneinander isoliert gesehen werden.

Grundvoraussetzung einer dienenden Haltung ist die Achtung vor der Würde des Mitarbeiters, auch des allerletzten Hilfsarbeiters. Wir beginnen heute langsam zu begreifen, „daß die Menschen gar nicht so sehr mit Gehalts- und Statusfragen beschäftigt sind; sie sind vielmehr an der Anerkennung interessiert, die man durch innere Anteilnahme gewinnt; sie wollen fühlen, daß sie einen Beitrag leisten, daß ihre Meinungen gefragt sind und daß sie in ihren Ideen ermutigt werden“. <sup>7</sup> Aus diesem Grunde ist es außerordentlich wichtig, daß Fähigkeiten und Talente von Mitarbeitern erkannt werden und entsprechend zum Einsatz kommen. Der gute Unternehmer muß daher die Zeit finden, seine Mitarbeiter wirklich kennenzulernen.

Der letzte Sinn des Wirtschaftens, dem auch der Unternehmer verpflichtet ist, kann nur die Entfaltung des Humanums sein. Es darf nicht mehr wahr sein, was Papst Pius XI. 1931 in seinem sozialen Rundschreiben „Quadragesimo anno“ beklagte: „Während der tote Stoff veredelt die Stätten der Arbeit verläßt, werden die Menschen dort an Leib und Seele verdorben“ (QA, 135).

Die sich immer mehr Bahn brechende Neubewertung des „menschlichen Faktors“ erfordert von der Unternehmensführung ein Umdenken und in stärkerem Maße die Entwicklung moralischer Qualitäten neben den technisch-kommerziellen Fähigkeiten. Je größer das Gewicht eines Unternehmens ist, desto herausragender müssen die sittlichen Qualitäten seiner Führer sein und desto mehr muß auf die menschlichen Aspekte bei der Ausbildung der Spitzenkräfte geachtet werden. Es ist an der Zeit, daß, wie es in den USA in den Fakultäten für Betriebswirtschaft (business administration) bereits geschieht, auch bei uns eigene Vorlesungen über Ethik im Geschäftsgebaren angeboten werden.

Wir wollen versuchen, einige *Postulate* zu formulieren, ohne deren Beobachtung heute eine erfolgreiche Personalführung und damit auch Unternehmensleitung nicht mehr realisiert werden kann. Dabei nehmen wir nicht in Anspruch, Vollständigkeit zu erzielen.

— Ein guter und auf der Höhe der Zeit stehender Unternehmer muß — das ist Grundvoraussetzung aller Menschenführung — zunächst „Herr über seine Zeit“ und nicht „Sklave seines Terminkalenders“ sein. Dies erreicht er am ehesten, wenn er sich nicht selbst für völlig unentbehrlich hält und meint, alles selbst tun zu müssen;

— der Unternehmer braucht innere Harmonie, die ihm nur ein gesunder Rhythmus von Arbeit und Muße, Verstand und Gemüt vermitteln kann. Hektisches Hin- und Hergetriebensein untergräbt nicht nur die Gesundheit und das innere Gleichgewicht, sondern auch die Autorität;

- echte Autorität kann sich nicht auf das „Führerprinzip“ gründen, sondern nur auf die innere Anerkennung durch die Mitarbeiter. Autorität aus innerer Anerkennung kann auf bequeme Ja-Sager verzichten, schätzt vielmehr die Civilcourage und die eigenständigen Ideen und Vorschläge der Mitarbeiter;
- kooperativer Stil und partnerschaftliche Gesinnung zeichnen den modernen Unternehmer aus. Wer sich darum müht, kann in Einzelfällen dann auch energisch auf die nötige Disziplin pochen, wenn Mitarbeiter nicht kooperationswillig sind;
- die Kooperation sollte nicht nur mit materiellen Anreizen erstrebt, sondern mit geistigen Führungsmitteln erreicht werden. Auch eine zu sklavische Bindung und Abhängigkeit sollte vermieden werden;
- die Achtung vor der Menschenwürde des Mitarbeiters zeigt sich u. a.
- in der (freiwilligen) Begründung für Anweisungen, die ihm erteilt werden;
- im Schutz der Privatsphäre vor betrieblichen Eingriffen;
- in der möglichst umfassenden Information;
- in der Schaffung von Möglichkeiten zur Weiterbildung und zum Aufstieg im Betrieb;
- im Schutz des einzelnen gegenüber Kollegen (etwa des Jüngeren gegenüber den Älteren und umgekehrt).

Es muß die in Unternehmerkreisen aus der Vergangenheit vielleicht noch tief eingewurzelte Vorstellung revidiert werden, Team-Arbeit und Team-Entscheidungen wären gleichbedeutend mit Führungs- und Entscheidungsschwäche. Wenn sich ein Unternehmer als stark erweisen will, dann hat er dazu im Team die beste Gelegenheit, wenn er sich nämlich durch Sachkenntnis, durch Mut und Entscheidungsfreudigkeit als überlegen ausweisen kann. „Die Rolle des Unternehmers würde dann nicht mehr so sehr darauf fixiert sein, Entscheidungen zu treffen, als vielmehr darauf, die Entscheidungsprozesse in einer Unternehmung zu organisieren und als integrierende Kraft in den Einzelentscheidungen zu wirken. Ich bin mir klar darüber, daß sich für das Unternehmerverhalten daraus dann ganz neue Rolleninhalte entwickeln würden. Diese Rolleninhalte werden sicherlich sehr viel mehr sozial geprägt sein, als dies bisher im Selbstverständnis der Unternehmer hervorgetreten ist.“<sup>8</sup>

*Heinrich Nordhoff*, verstorbener ehemaliger Vorstandsvorsitzender der Volkswagen AG, unbestritten ein Vollblutunternehmer, hat die Aufgabe der Personalführung einmal allgemein so formuliert:

- „— das Wecken aller Fähigkeiten der Mitarbeiter
- ihre Zuweisung zu den Aufgaben, denen sie am besten gewachsen sind
- die Teambildung und
- die Heranziehung der Mitarbeiter zur Beratung, zum Mitdenken und Mitverantworten“.<sup>9</sup>

Nordhoff schließt seine Ausführungen über „Unternehmensführung und Personalpolitik“ mit den Worten: „Den Wert eines Unternehmens machen nicht Gebäude und Maschinen und auch nicht seine Bankkonten aus. Wertvoll an einem Unternehmen sind nur die Menschen, die dafür arbeiten, und der Geist, in dem sie es tun. Maschinen kann man nach Katalog kaufen, so schön und teuer, wie man sie bezahlen kann; aber den Geist, den Stil, das Unwägbarere eines Unternehmens kann man für kein Geld der Welt kaufen — das muß man selber schaffen, und da fehlt es allerdings nicht an Verzweiflungen und Beglückungen und nicht an schlaflosen Nächten, aber das ist die Aufgabe, die wahrhaft des Schweißes der Edlen wert ist“.<sup>10</sup>

Die menschliche Herausforderung des Unternehmers vermindert keineswegs die Leistungskraft des Unternehmers, es stärkt sie vielmehr. Neben der Produktion materieller Güter ist die „Produktion von Vertrauen“ die beste Unternehmenspolitik, und ein gesundes Unternehmen muß auf zwei Beinen stehen, einem ausreichenden Eigenkapital und einem erheblichen Fundus an Vertrauenskapital.

Die wirklich schwierige, aber auch lohnende Aufgabe des verantwortlichen Unternehmers liegt darin, das labile Gleichgewicht zwischen wirtschaftlicher Leistungskraft und Wahrung des Humanums in seinem Unternehmen optimal zu bewirken. Wenn ihm das nicht gelingt, werden andere, von außen kommende Kräfte sich um die Erstellung dieses Gleichgewichts bemühen. Ob mit mehr Erfolg, das ist allerdings die Frage.

### 7. Unternehmer und Schule (Bildung)

Wer von den Angehörigen der älteren und mittleren Generation erinnert sich nicht mehr der gar nicht so weit zurückliegenden Jahre, als die Jugend — noch unter dem frischen Eindruck und dem Schock der großen Verführung zwischen 1933 und 1945 — sich ins Getto des „Ohne mich“ zurückzog, sich „am Nullpunkt engagierte“ (*Karl Bednarik*), sich als „skeptische Generation“ (*Helmut Schelsky*) präsentierte?

Diese Zeiten sind vorüber. Man engagiert sich wieder, wenigstens zu einem Teil. Schule und Universität werden nicht mehr nur — wie für

die aus der Kriegsgefangenschaft heimgekehrten Studenten, die mit knurrendem Magen in notdürftig gegen Wind und Regen abgeschirmten, aber hundskalten Mansardenbuden bei „Hindenburglichtern“ über ihren Kollegnachschriften brüteten, weil es keine Bücher gab — als Sprungbrett zum „bürgerlichen“ Beruf betrachtet, sondern unter dem Gesichtspunkt der „gesellschaftlichen“ Relevanz dessen befragt, was an ihnen geschieht, insbesondere in den sogenannten Humanwissenschaften, der Soziologie, Politologie, Pädagogik usw..

Gesellschaftliches Engagement ist „in“, nicht allein an den Universitäten — hier nur schon ein paar Jahre länger. Aber was an den Universitäten geschieht, sickert mit einem time-lag von nur wenigen Jahren bis in die Oberschulen und Gymnasien, in die Berufsschulen und auch in die Hauptschulen durch. So ist es selbstverständlich, daß heute an allen Schulen oft und viel über gesellschaftliche und auch wirtschaftliche Vorgänge gesprochen wird, aber, wie *E. Noelle-Neumann* meint, „in einer informellen Art und in spontan von jungen Lehrern und Schülern improvisierten Diskussionen, die weitgehend auf das Bewußtmachen des Klassenkampfes fixiert sind, den man für das bestimmende Prinzip hält“. <sup>1</sup>

Was speziell den Unternehmer und sein Bild in den Köpfen von Schülern und Studenten betrifft, so hängt dieses Bild neben den Einflüssen der veröffentlichten Meinung vor allem auch von der Fähigkeit ab, die Marktwirtschaft in ihrem Funktionsgefüge zu begreifen und ihre sozialstaatliche Relevanz zu erkennen. Mit der Marktwirtschaft steht der Unternehmer infrage, und mit beiden steht und fällt das Leistungsprinzip. Nun hat unsere „Leistungsgesellschaft“ ohne Zweifel einige menschliche Defizienzen im Gefolge gehabt. Der Zwang, aus Trümmern und Ruinen, aus dem Chaos, das der Krieg hinterlassen hatte, wieder einen Kosmos zu schaffen, hat unsere Aufmerksamkeit und unsere Kräfte in einem solchen Maße für das „rein“ Wirtschaftliche absorbiert, daß wir — Unternehmer, Arbeitnehmer, Wissenschaftler — darüber versäumt haben, bereits frühzeitig genug nach dem „Cui bono?“ — nach dem Stellenwert des Wirtschaftens im Gesamt der menschlichen Existenz als einer kulturellen Existenz zu fragen.

So ist ein Vakuum entstanden, das die ältere Generation vielleicht deshalb nicht so stark empfindet, weil ihr der materielle Wohlstand der Gegenwart — verbunden mit dem stolzen Gefühl, an seiner Schaffung nicht unbeteiligt gewesen zu sein — im Vergleich mit den Entbehrungen der eigenen Jugendzeit und der Kriegs- und unmittelbaren Nachkriegsjahre als ein kostbares und daher erhaltenswertes und ständig zu mehrendes Eldorado erscheinen mag.

Aber die Jugend empfindet dieses Vakuum. Jugend ist heute wie eh und je idealistisch veranlagt, ihr Werterleben ist romantisch und ästhetisch bestimmt. Die Bärte und Frisuren à la Oberammergau passen eher ins Zeitalter der „blauen Blume“ als ins 20. Jahrhundert. Darüber darf auch der unterkühlte, quasi-wissenschaftliche Jargon nicht hinwegtäuschen; denn es ist ja nicht der Jargon der „Eigentlichkeit“ des Realismus, sondern der des Idealismus.

Aufforderungen wie die *Herbert Marcuses* zur „großen (Leistungs-)Verweigerung“ müssen bei jungen Menschen — und zwar nicht nur, weil sie einem Hang zur Bequemlichkeit entgegenkommen — auf bereiten Boden fallen. *Gerhard Szczesny* meint: „Die Welt der jugendlichen Neolinken ist die alte romantische Welt des Knabenalters: sie wollen spielen oder spektakuläre Taten tun, nicht aber acht Stunden täglich an einer Maschine stehen, an einem Schreibtisch sitzen, irgendeine banale und mühselige Kleinarbeit verrichten“.<sup>2</sup>

Kann nun eine breite schulische Unterrichtung und Information über das Funktionieren der marktwirtschaftlichen Ordnung und über den Unternehmer als eine ihrer zentralen Figuren Remedur schaffen?

Gewiß ist Information und Kenntnis eine äußerst wichtige Vorbedingung für vorurteilsfreies Denken und Urteilen. Und deshalb müßte eine sach- und fachkundige Unterrichtung über gesellschaftliche und wirtschaftliche Vorgänge heute in der Prioritätenliste der Lehrinhalte weit oben rangieren. Darüber besteht unter Kennern der Problemlage kein Zweifel. Daß die exakte Kenntnis der Daten des 1. und 2. Punischen Krieges heute vielleicht nicht ganz so wichtig ist wie etwa die Einsicht in das Funktionieren einer modernen Demokratie, darüber sollte man sich bald verständigen können.

Aber gewarnt werden muß — trotz „wissenschaftlicher Zivilisation“ (*Schelsky*) — vor einem zu naiven und gläubigen Optimismus in die „Wunderwaffe“ Information und Kenntnisvermittlung über komplexe sozial-wirtschaftliche Zusammenhänge, wie man ihn immer wieder antreffen kann. Im Bericht über seine Befragung 1970, den wir schon des öfteren heranzogen, sagt *Schmölders*: „Erst von einer Verbesserung der Information . . . läßt sich eine entsprechende Verbesserung des Unternehmerbildes in der deutschen Öffentlichkeit erhoffen . . .“. Noch uneingeschränkter wurde dieser Optimismus von *Wilhelm Weisser* auf dem Symposium der Walter-Raymond-Stiftung vom 6.—8. Mai 1971 artikuliert: „Ganz besondere Bedeutung messe ich der Lehrerausbildung zu. Sowohl bei dieser wie auch in den Lehrplänen der Schulen sollten wir zu einer objektiven Darstellung unserer Gesellschaftsordnung kommen. Es bedürfte überhaupt

keiner besonderen Imagepflege für den Unternehmer, wenn genügend Aufklärung über eine marktwirtschaftliche Ordnung vorhanden wäre. Dann ergeben sich diese Dinge von selber“. <sup>3</sup> (!!)

Ob und in welchem Umfang Information und Wissensvermittlung durch die Schule Erfolg haben, das hängt nicht zuletzt davon ab, in welchem Ausmaß bereits Einstellungen, Stereotype, „Glattformeln“ das Denken der Schüler bestimmen. Es ist schwierig, bereits fest eingeschliffene Einstellungen zu korrigieren, abzubauen; bessere Chancen hat ihre Beeinflussung im Stadium der Entstehung. Zu der unrealistischen Hoffnung, Einstellungen durch Informationen zu korrigieren, sagt *E. Noelle-Neumann* mit Recht: „Der Zusammenhang zwischen Einstellung und Information besteht oft gerade im umgekehrten Sinne“ . . . „Erst kommt die Einstellung, dann die Information. Information, die nicht zur Einstellung (die meist von langer Hand her entwickelt ist) paßt, wird abgewertet; zum Teil kommt es auch zur Aufnahme der Information, aber die Einstellungen bleiben unberührt, die Arbeit, den Widerspruch aufzulösen, wird nicht geleistet, der Widerspruch wird ignoriert“. <sup>4</sup>

Daraus zieht *E. Noelle-Neumann* den Schluß: „Wir müssen uns nun fragen, was wir für Konsequenzen daraus ziehen, wenn man auf dem direkten Weg über bessere Informationen offenbar wenig ändern kann. Ich glaube, die Konsequenz daraus ist klar. Es muß mit der Bemühung wesentlich früher eingesetzt werden, nämlich zu einem Zeitpunkt, zu dem sich die Einstellungen erst bilden — und nicht schon fest ausgebaut sind als psychologischer Besitz. Die Verteidigung der Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung muß in der Schule ansetzen. Nur in der Schule besteht die Chance, daß Information auch die Einstellung beeinflusst. Das Bündnis mit Pädagogen und Kulturpolitikern muß planmäßig gesucht werden“. <sup>5</sup>

Allerdings sind auch gegenüber den Möglichkeiten der Schule, durch Information, durch Wissensvermittlung Einstellungen zu stiften oder Vorurteile abzubauen, heute Reserven angebracht. Dies liegt daran, daß schon der bloße Versuch eines Lehrers, Wissen zu vermitteln, rationale Argumente auf den Tisch zu bringen, vielfach als autoritärer Lehrstil diffamiert wird. Schüler und Studenten fordern die „Diskussion“, noch bevor der Lehrer sich zu Wort gemeldet hat. In dem oben zitierten Symposium der Walter-Raymond-Stiftung wußte *Hugo Möller* von der Pädagogischen Hochschule Göttingen dazu folgendes zu berichten: Das mit Abstand größte und breiteste Stück der modernen erziehungswissenschaftlichen Literatur ist „dem Begriff des sogenannten autoritären Lehrstils gewidmet. Sicher ist da viel Wahrheit erhoben worden; auf der anderen Seite aber hat es dazu geführt, daß mit diesem Bumerang scheinbar unangreifbarer

erfahrungswissenschaftlicher Beweisführung jeder Lehrer, der auch nur wagt, in die Diskussion einzugreifen oder Informationen dagegenzustellen, von vornherein des Autoritären nicht nur verdächtigt, sondern bezichtigt wird. Es kommt Psycho-Terror dazu. Ich habe gerade im letzten Sommer interessante Beobachtungen gemacht, wie diese Welle etwa von Göttingen heraus über die Gymnasien jetzt ins Land bis in die letzte Landschule vorgedrungen ist. Bei den Göttinger Studienräten herrscht geradezu Angst vor der Schülerschaft. Unter solchen Bedingungen wird die Möglichkeit der Schule, durch Informationen solche Stereotypen oder ‚Glattformeln‘ — ich finde diesen Ausdruck sehr treffend — abzubauen, noch wesentlich geringer als bisher“.<sup>6</sup>

Sicher liegen hier Versäumnisse der staatlichen Schulbehörden vor, aber man sollte sie nicht überbewerten. Im Grunde handelt es sich um ein sozialpsychologisches Problem. Die soziale Atmosphäre ist mit linken und links-liberalen Stereotypen geschwängert. Der Ausruf eines Fünfjährigen: „Papi, du bist ein Kapitalistenschwein!“ — „Warum denn, mein Kind?“ — „Weil du einen Mercedes 300 fährst“, ist nur Symptom dieser ideologischen Umweltverschmutzung.

Die Schule wird, soweit sie sich noch nicht selbst an dieser Umweltverschmutzung beteiligt, hier kaum Remedur schaffen können. Gegen Stereotype, gegen „Glattformeln“, gegen die „fausses idées claires“ (*A. de Tocqueville*), die zwar einleuchtenden, aber nichtsdestoweniger falschen Ideen, kann die Schule durch Information allein nicht ankommen. Dies ist ein gesamtgesellschaftliches Problem, an dem alle Einsichtigen und Verantwortlichen mitarbeiten müssen.

### 8. Unternehmer und Kirche

Wenn hier einfach von „Unternehmer und Kirche“ die Rede ist, dann soll der Klarheit halber gleich festgestellt werden, daß mit Kirche die katholische Kirche (und Theologie) gemeint ist.

Kirche und Theologen haben — von allerdings bedeutenden Ausnahmen abgesehen — seit ihren frühesten Zeiten mit der Figur des Unternehmers (früher Händler, Kaufmann) nichts Rechtes anzufangen gewußt. Wenn sie sich mit ihm befaßten, dann fast immer moralisierend und mit einem negativ-appellativen Unterton. Das hat sich bis in die jüngste Vergangenheit hinein nicht wesentlich geändert.

Indem Kirche und Theologen sich ihre Interpretamente von Anfang an jeweils dort „ausborgten“ (vom Platonismus über den Aristotelismus bis hin zum Neomarxismus), wo sie sie vorfanden (was im übrigen nicht

illegitim ist), standen sie ständig in der Versuchung, auch die ideologischen Kapriolen dieser geistigen „Hilfstruppen“ getreulich zu kopieren. Der eifernde Unmut eines *Platon* oder *Aristoteles* gegen den „Chrematismus“, das Gelddenken im Wirtschaftsleben, paßte oder schien jedenfalls gut zur Lehre *Jesu* über „die Reichen“ zu passen. Der Fehlstart der klassischen Nationalökonomie und in seinem Gefolge der Marxismus mit seiner Mehrwert- und Ausbeutungstheorie lieferte im gesellschaftlichen Klassenkonzept eine elegante Möglichkeit, das biblische „Kollektiv des Unheils der Reichen“ nunmehr mit dem kollektiven Unheil der „Kapitalistenklasse“ des 19. und 20. Jahrhunderts ineins zu setzen.

Daß dies keine maliziöse oder subjektivistische Interpretation ist, wird von niemand Unverdächtigerem bestätigt als von *Joseph Höffner*, dem Erzbischof von Köln, früher über zwei Jahrzehnte Ordinarius für Christliche Gesellschaftslehre. „Es ist erstaunlich, daß die sozialen Auseinandersetzungen in Deutschland lange Zeit so geführt worden sind, als gebe es in der Wirtschaft nur die beiden Funktionen des Kapitals und der Arbeit. Die Vernachlässigung der schöpferisch-leitenden Unternehmerfunktion liegt zu einem guten Teil darin begründet, daß der marxistische Klassenkampf beim Dualismus zwischen Kapital und Arbeit ansetzte. Die katholische Soziallehre hat sich verhältnismäßig selten mit dem *typisch Unternehmerischen* befaßt. Ihr Interesse galt mehr dem Eigentum und der ausführenden Arbeit. Wo das Kaufmännisch-Unternehmerische angesprochen wurde, geschah es häufig mit einem unverhohlenen Mißtrauen“.<sup>1</sup>

Ähnlich äußert sich auch *Johannes Messner*: „In der kirchlichen Soziallehre kommt der Unternehmer im eigentlichen Sinn nicht vor, sie kennt nur den Arbeitgeber, den einen Partner im Arbeitsvertrag. Meistens, wenn in Dokumenten der kirchlichen Soziallehre vom Arbeitgeber gesprochen wird, geschieht es mit Ermahnungen zur Gerechtigkeit hinsichtlich der Arbeitsbedingungen. Auffallenderweise ist dies in den kirchlichen Sozialdokumenten noch der Fall in einer Zeit, in der die Gewerkschaften längst die Machtstellung besitzen, um in Gleichberechtigung mit dem Arbeitgeber die Arbeitsbedingungen zu vereinbaren“.<sup>2</sup>

Kirchlich orientierte Unternehmer und ihnen nahestehende Wissenschaftler haben die Distanz auch noch der jüngeren kirchlichen Soziallehre zum Unternehmer mit Bedauern zur Kenntnis genommen. „Die christliche Soziallehre ist“, wie *Wilfrid Schreiber* mit Recht moniert, „ursprünglich — abgesehen von der Mitwirkung einzelner Unternehmerpersönlichkeiten, z. B. Franz Brandts — ohne und daher ein bißchen auch in Frontstellung gegen den Unternehmer entstanden. Das war keineswegs vorteilhaft, weder für die Lehre noch für die Unternehmer“.<sup>3</sup> Und *Peter H. Werhahn*,

selbst auch international engagierter christlicher Unternehmer, stellt mit Bedauern fest: „Noch 1961 wurden zu der aus Anlaß der 30jährigen Erinnerung an ‚Quadragesimo anno‘ erfolgten feierlichen Verkündigung der Enzyklika ‚Mater et Magistra‘ Vertreter der katholischen Arbeiterschaft als offizielle Gäste eingeladen — nicht aber die katholischen Unternehmer. Um so bedeutsamer ist es, daß der Präsident der UNIAPAC<sup>4</sup> im vorigen Jahre (1964) zum Auditor beim Konzil ernannt wurde, um als Ratgeber vor allem bei der Abfassung des Schemas XIII<sup>5</sup> mitzuwirken“.<sup>6</sup> Es liegt nicht allein an den Unternehmern, wenn das Verhältnis zwischen ihnen und der Kirche, von einigen kirchlich engagierten Unternehmern abgesehen, kühl und distanziert erscheint. Unternehmer fühlen sich angesichts zunehmender Angriffe auch von theologischer Seite auf ihre Person und die Funktionsbedingungen einer unternehmerischen Wirtschaft (privates Produktiveigentum, Marktwirtschaft, Gewinnerzielung, eindeutige Leitungsbefugnisse im eigenen Unternehmen usw.) durch das Schweigen der Kirche weitgehend im Stich gelassen. Mancher Unternehmer fühlt sich als Paria nicht nur in der Gesellschaft, sondern auch in seiner Kirche.

Andererseits stößt es bei Unternehmern auf ein gewisses Kopfschütteln, wenn alle ihre *Sach*probleme durch voreiliges und kurzschlüssiges *Moralisieren*, manchmal ohne hinreichende Kenntnisse, verstellt werden. Sehr treffend hat der unvergessene *Wilhelm Röpke*, der auch von der sittlichen Seite des Wirtschaftens viel verstand, mehr als mancher Nur-Ethiker, davor gewarnt, aus dem Unternehmer einen moralischen Helden oder einen Heiligen machen zu wollen. Wenn vom „Dienst am Kunden“ gesprochen werde, dann müsse man in der Wirtschaft an „den scheibenschendenden Tankwart und nicht an die hl. Elisabeth“ denken<sup>7</sup>.

Wenngleich die Kirche und ihre Soziallehre den Unternehmer und seine soziale Funktion bis heute nicht ausdrücklich thematisiert hat (von geringen „Spurenelementen“ abgesehen), so lassen sich in den kirchlichen Lehrschreiben und in Ansprachen der letzten Päpste doch recht zahlreiche Punkte finden, die auf die wesentlichen *Grundlagen unternehmerischer Wirtschaft* abheben und damit die Existenz des Unternehmers positiv implizieren. Dies gilt z. B. besonders von den Aussagen über das private Produktiveigentum, über den Vorrang der privaten Initiative im Wirtschaftsleben, über Marktwirtschaft und Wettbewerb. Hier sind die Aussagen recht eindeutig, wenn auch nicht „liberal“, sondern „sozial“.

Es ist nicht möglich, hier in extenso die Einstellung der *kirchlichen Soziallehre*, soweit sie vom päpstlichen Lehramt entfaltet worden ist, zur Marktwirtschaft, zum Privateigentum und zum Unternehmer darzustellen. Wir

wollen daher, in geraffter und thesenhafter Form, nur einige besonders markante Punkte herausstellen<sup>8</sup>:

*These 1:* Die kirchliche Soziallehre hat seit Leo XIII. bis in die Gegenwart zahlreichen Pressionen widerstanden, den „Kapitalismus“ als solchen zu verurteilen. Sie weiß, daß alles, was sie über die Bedeutung der privaten Initiative im Wirtschaftsleben gesagt hat, logisch und in der Realität nur in einer — allerdings sozialtemperierten — „kapitalistischen Wirtschaftsweise“ möglich ist.

Sie hat, zumindest für einige entwickelte Industrieländer, den Wandel der kapitalistischen Wirtschaft zu größerer sozialer Gerechtigkeit und Humanität ausdrücklich und lobend anerkannt und tadelt diejenigen, die diesen Wandel nicht wahrhaben wollen (U-G 3264). Es wird lobend auf die Sozialpolitik, auf den Ausbau des Arbeitsrechts und auf andere gesetzgeberische Maßnahmen zu Gunsten der Arbeiter hingewiesen (U-G 3264). Den unverbesserlichen und unbelehrbaren Kritikern wird unverblümt beschieden, daß sie weit hinter der heutigen sozialen Wirklichkeit zurückstehen (Ansprache Papst Pauls VI. an den christlichen Unternehmerverband Italiens — UCID — vom 8. 6. 1964). Nach der Überwindung des hemmungslosen Liberalismus droht heute die Gefahr des gegenteiligen Exzesses (U-G 6423).

*These 2:* Privateigentum steht dem Menschen von Natur aus zu. Kaum eine andere Wahrheit wird von der kirchlichen Sozialverkündigung so oft und so nachdrücklich eingeschärft (RN 7, 9, 19; QA 44, 45, 49; U-G 506, 628, 709, 732, 734, 4399; MM 108, 109, 112, 114; PT 21). Es wird durch die Autorität des Evangeliums bestätigt (MM 129).

*These 3:* Privateigentum ist die Voraussetzung privater Initiative und Unternehmungslust im Wirtschaftsleben (U-G 734, 3265; MM 109); es grenzt die Verantwortlichkeiten gegeneinander ab (U-G 507, 3265) und ist deshalb auch an Produktionsmitteln zu fordern (QA 53; U-G 6093; MM 113; PT 21). Wo keine freie Wirtschaft besteht, ist es auch um die politischen Freiheiten schlecht bestellt (MM 109, 110).

*These 4:* Privateigentum trägt zur Selbstdarstellung der Person bei (GS 71), schützt Freiheit und Würde des Menschen und fördert die Familie (RN 9; U-G 507, 732; MM 111, 112; PT 21; GS 71) und ist ein Element der Gesellschaftsordnung (U-G 734, 736). — Heute haben die Ansprüche an die Träger der Sozialversicherung die ehemalige Sicherheitsfunktion privaten Vermögens in großem Maße übernommen (MM 105; GS 71). Doch sollte daneben die zusätzliche Sicherung aus Eigentum und Vermögen nicht zu gering veranschlagt werden (U-G 4399; GS 71).

*These 5:* Privateigentum ist vornehmlich Frucht der menschlichen Arbeit, das Produkt angespannter Tätigkeit der Kräfte des Körpers und des Geistes (RN 7; QA 52; U-G 732; MM 112).

*These 6:* Gott hat die Erde mit allem, was sie enthält, dem ganzen Menschengeschlechte zur Nutznießung übergeben (RN 7; QA 45; U-G 506; GS 69; PP 22). Das steht jedoch dem Privateigentum nicht entgegen (RN 7).

*These 7:* Der Gemeinwidmung der irdischen Güter muß jedwede rechtliche Eigentumsgestaltung dienen, d. h. auch das Privateigentum hat neben seiner individuel-

len eine soziale Funktion (RN 7, 19; QA 45, 50; U-G 6093; MM 119, 120; PT 22; GS 69, 71; PP 22). Der Sozialfunktion des Eigentums wird durch Investitionstätigkeit hervorragend gedient (QA 51; U-G 3349).

*These 8:* Die Kirche hat sich seit ihren frühesten Zeiten für den Kaufmanns- (Unternehmer-) Beruf interessiert. Sie weiß um den hohen sittlichen Wert (und die Gefahren) dieses Berufes (U-G 2528; Ansprache Papst Pauls VI. an die UCID vom 8. 6. 1964). Der Berufsstand des Unternehmers ist unentbehrlich (ebenda). Es ist Ausdruck der Würde der menschlichen Person, im Bewußtsein eigener Verantwortung wirtschaftliche Unternehmungen zu betreiben (PT 20).

*These 9:* Die manchmal reservierte Haltung der Kirche (z. B. im Zusammenhang mit der Wuchergesetzgebung) hatte zum Ziel, Gewinn und wirkliche Leistung des Kaufmanns (Unternehmers) in ein richtiges Verhältnis zueinander zu bringen (U-G 2528). Johannes XXIII. beklagt, „daß in den wirtschaftlich fortgeschrittenen Ländern Leistungen von geringerer Bedeutung oder fraglichem Wert nicht selten hohe und höchste Entgelte erzielen, die ausdauernde und werteschaaffende Arbeit ganzer Schichten arbeitsamer und ehrbarer Bürger dagegen allzu niedrig entgolten wird“ (MM 70).

*These 10:* Die Funktion des privaten Unternehmers verkörpert in überragender Weise den Geist freien Unternehmertums, dem die bedeutenden Fortschritte auf industriellem Gebiet zu verdanken sind (U-G 6175). Der Staat soll die Voraussetzungen für die Entfaltung privaten Unternehmergeistes im Rahmen der sittlichen Ordnung und des Gemeinwohls schaffen (U-G 3378).

*These 11:* Die kirchliche Sozialverkündigung hat stets jene Unternehmensform am meisten geschätzt, in der privater Unternehmergeist sich am optimalsten entfalten kann (U-G 3379).

*These 12:* Die kirchliche Sozialverkündigung hält daran fest, daß auch der Großbetrieb — „soweit nicht zwingende Gründe des Gemeinwohls entgegenstehen“ — im Bereich der freien Initiative belassen werden kann (U-G 3379). Um das den Arbeitern verständlich zu machen, müssen ihnen die Schattenseiten des staatlichen Superkapitalismus bewußt werden, und sie müssen auch im Großbetrieb ihre Verantwortung angemessen zum Ausdruck bringen können (ebenda).

*These 13:* Vom Unternehmer, insbesondere vom Inhaber eines kleineren oder mittleren Unternehmens, wird erwartet, daß er wirkliche Führungsqualitäten besitze und Vertrauen zu schaffen vermöge (U-G 6177). Dies erfordert vielseitige Begabung, einen wendigen Charakter und eine großzügige innere Einstellung (ebenda).

*These 14:* Die private Unternehmung ist ihrer Natur nach keine Gesellschaft, so daß die Beziehungen der in ihr tätigen Glieder nach den Regeln der austeilenden Gerechtigkeit bestimmt werden müßten (U-G 3348).

*These 15:* „Der Eigentümer der Produktionsmittel, wer immer es sei — Privateigentümer, Produktivgenossenschaft oder Stiftung —, muß, stets innerhalb der Grenzen des öffentlichen Wirtschaftsrechts, Herr seiner wirtschaftlichen Entschlüsse bleiben“ (Pius XII.) (U-G 3349).

*These 16:* Wenngleich die Wirtschaft in erster Linie das Betätigungsfeld privater Initiative ist, kann doch in gewissen Fällen aus Gemeinwohlgründen eine Wirt-

schaftsführung durch die öffentliche Hand geboten sein (sog. „Sozialisierungsbescheid“) (QA 114, 115). Falsch jedoch wäre es, die Wirtschaft grundsätzlich als Aufgabe des Staates zu betrachten und daher durchgehende Verstaatlichung zu fordern (U-G 3347).

*These 17:* Der Gewinn kann nicht das „fast“ ausschließliche Ziel des Unternehmers sein, wenn damit unmenschliche Ausbeutung, Versklavung des Menschen unter die Maschine und der Verlust unersetzlicher Werte verbunden sind. Auch wenn Gewinn und wirkliche Leistung zu sehr auseinanderklaffen, geschieht Unrecht (U-G 6092; MM 70).

*These 18:* Zu übermäßiges Bedachtsein auf eigene Vorteile trübt manchmal den Blick für die Wahrnehmung von Gleichgewichtsstörungen und Ungerechtigkeiten (U-G 6177).

*These 19:* Aufgabe des Unternehmers ist es in erster Linie, zu investieren und Arbeitsplätze zu schaffen (U-G 3293, 3349). Wer dazu in der Lage ist, es aber unterläßt oder gar dringend benötigtes Kapital seiner Volkswirtschaft entzieht oder vorenthält, schädigt das Gemeinwohl (GS 65).

*These 20:* Der einzelne Unternehmer muß sich in den Sinn- und Ordnungszusammenhang der gesamten Volkswirtschaft einordnen (U-G 3379, 6092, 6176).

*These 21:* Die wahren Interessen des Unternehmers und des Arbeitnehmers fallen nur scheinbar auseinander. Im tiefsten Grunde stimmen sie überein. Es kommt darauf an, die rein wirtschaftlichen Gesichtspunkte der Produktion Überlegungen unterzuordnen, die von der spirituellen Natur des Menschen, von seinen berechtigten geistigen Anliegen ausgehen. Aktives Interesse des Arbeiters an seinem Unternehmen ist zu wecken (U-G 6170). Durch eine menschliche Gestaltung des Betriebslebens dient der Unternehmer langfristig auch seinen eigenen Interessen (U-G 3366).

*These 22:* Die kirchliche Sozialverkündigung lobt den Zusammenschluß christlich gesonnener Unternehmer, denen es neben der technisch-wirtschaftlichen Organisation ihrer Unternehmungen um eine optimale menschliche Gestaltung des Betriebs- und Wirtschaftslebens geht (U-G 3357 — 3366; vgl. auch GS 72).

*Papst Paul VI.* hat in seiner Rede an die christlichen Unternehmer Italiens (UCID) vom 8. Mai 1964 anerkennende Worte für die „Männer der Wirtschaft“ gefunden, wie er sie nennt. Aber unüberhörbar ist auch hier das katholische Ressentiment aus einer langen Vergangenheit. Was mögen sich die Teilnehmer der Audienz wohl gedacht haben, wenn der Papst sie mit folgenden Sätzen konfrontierte: „Den Ausdruck christlich in die Formel einzuschalten, die Eure Tätigkeit definiert, ist nicht so einfachhin möglich; das ganze ideologische System, das Euch trägt, gerät dadurch in Schwierigkeit (entra in sofferenza)“. Weil die religiösen Kräfte in der modernen Wirtschaftsorganisation nicht zum Tragen kommen, sind Unruhe und Unzufriedenheit die Folge, zusammen mit „jenem sonderbaren Ergebnis Eures Mühens, nämlich der Abneigung, wie Wir sagen möchten, die sich gegen Euch erhebt, gerade von jenen, denen Ihr Eure neuen Arbeits-

angebote gemacht habt“. Der Papst fragt: „Sagt man nicht von Euch, daß Ihr Kapitalisten und die einzig Schuldigen seid?“ Er kommt zum Schlusse: „Es muß etwas grundlegend Fehlerhaftes, radikal Ungenügendes im System selbst sein, das zur Ursache sozialer Reaktionen wird“. Er fährt fort: „Es ist wahr, daß jene vielen, die vom Kapitalismus in Begriffen reden, die im vorigen Jahrhundert Geltung hatten, beweisen, daß sie hinter der Wirklichkeit der Dinge zurückgeblieben sind“. Tatsache sei aber, daß „das wirtschaftlich-soziale System, das der Manchesterliberalismus geschaffen hat und das noch immer fortbesteht in der Idee des einseitigen Produktionsmittelbesitzes und der sich nach dem vorwiegend privaten Gewinn richtenden Wirtschaft, nicht das Vollkommene, nicht der Friede und nicht die Gerechtigkeit ist, wenn es die Menschen noch immer in unüberbrückbar gegensätzliche Klassen teilt und die Gesellschaft durch tiefe, sie zerreißen und quälende Zwistigkeiten kennzeichnet, die kaum im Zaum gehalten werden durch die Rechtsordnung (legalità) und durch den augenblicklichen Waffenstillstand nach Art eines Vergleiches in dem systematischen und unerbittlichen Kampf, der sonst zur Überwältigung (sopraffazione) einer Klasse durch die andere führen müßte“.

*Johannes Messner* hat diese etwas dialektische Ansprache des Papstes wie folgt kommentiert: „Das Bestehen von Mängeln in der heutigen Volkswirtschaft, wie sie der Papst rügt, dürfte kaum bestritten werden. Ebenso unbestritten dürfte aber auch sein, daß in der verbandspluralistischen Gesellschaft sich der Egoismus nicht nur aufseite der Unternehmer findet. Und wenn von dem die heutige Gesellschaft kennzeichnenden „*unerbittlichen Kampf*“ gesprochen wird, dürfte wieder unbestritten sein, daß Macht in diesem Kampf nicht nur der Unternehmenseite zur Verfügung steht, daß sich vielmehr auch Organisationsmacht aufseite der Arbeitnehmerschaft findet, die hinter der ersteren an Gewicht sicher nicht zurückbleibt. Der dringend zu wünschenden Neuordnung, von der der Papst spricht, scheint nur gedient zu sein, wenn man die Interessendynamik und die Machtdynamik der heutigen Gesellschaft in ihrer vollen Wirklichkeit sieht und nach der einen Seite ebenso den Appell zur Einsicht und zur Friedensbereitschaft richtet wie nach der anderen. Tatsächlich steht der scharfen Wendung, in der der Papst über die unüberbrückbar gegensätzliche, zerreißen Klassenspaltung der heutigen (der Papst spricht von der hochindustrialisierten) Gesellschaft spricht, die Bemerkung Johannes' XXIII. (MM 97) gegenüber, wonach auf Grund der Gesamtarbeitsverträge zwischen den Arbeitnehmer- und Arbeitgeberverbänden die ersteren ‚die Arbeiter nicht mehr in den Klassenkampf treiben, sondern sie zu sozialer Partnerschaft anleiten‘. Auch müßte die Interessenlage realistisch in dem

Sinn gesehen werden, daß, solange die Menschen sind wie sie sind, Interessengegensätze in der unternehmerischen Wirtschaft schlechthin unvermeidlich sind. Nicht nur bilden sie einen Motor des wirtschaftlichen und sozialen Fortschritts, sie werden auch bestehen, wenn einmal die Arbeiterschaft durch eigentumspolitische Maßnahmen am Produktionsvermögen beteiligt sein wird, dies allerdings nur so lange, als die freiheitliche Wirtschaft auf Grund von Privateigentum und Privatinitiative besteht“.<sup>9</sup>

Um zu einer Entkrampfung des Verhältnisses von Kirche/Theologie einerseits und Unternehmerschaft andererseits zu kommen, bedarf es der Geduld, bedarf es des besseren Kontaktes und des besseren gegenseitigen Kennenlernens. Regelmäßige Kontakte auf regionaler Ebene sollten es ermöglichen, die Sprache und die Gedankengänge des anderen besser zu verstehen und in die eigenen Überlegungen einzubeziehen. Es sollte begonnen werden, Kirchen, Unternehmer und Gewerkschaften gemeinsam berührende Probleme aufzudecken, zu analysieren und Wege zu ihrer Überwindung zu suchen. Dabei sollte in erster Linie der Mensch, wie er wirklich bedroht ist und tatsächlich leidet, im Auge behalten werden, nicht aber irgendwelche ideologisch zubereitete Idealvorstellungen von einer unerreichbaren konflikt- und problemfreien Gesellschaft.

Zum Schluß, so meine ich, dürfte noch folgende Mahnung angebracht sein: Ein erheblicher Teil des sozialen Katholizismus, auch und nicht zuletzt in Deutschland, sollte sehr bald ernsthaft überlegen, ob er nicht eine Korrektur seiner Einstellung zu unserer freiheitlichen Wirtschaftsordnung vornehmen muß. Das gebieten nicht nur die Sachargumente, das gebieten auch Redlichkeit und Ehrlichkeit. Sich aus taktischen Gründen, wie es manchmal den Anschein hat, auf die Seite der jeweils stärkeren Bataillone zu schlagen, hat der soziale Katholizismus nicht nötig. Er sollte es aber endlich auch deutlicher und profilierter zur Kenntnis geben!

### 9. Die Selbstdarstellung des Unternehmers

Es ist ohne Zweifel manches an der Behauptung richtig, der Unternehmer sei selbst das erste Hindernis für eine Korrektur seines lädierten Ansehens in der Gesellschaft. Das erste, nicht das wichtigste; denn gegen die säkulare Wirtschaftsfremdheit und Unternehmerfeindlichkeit gerade der jeweils führenden geistigen „Eliten“, gegen dieses sozialpsychische magische Relikt aus grauer Vorzeit kann der Unternehmer auch nicht mit der raffiniertesten Public Relations-Strategie ankommen.

Sicher falsch für die Gegenwart dürfte die Diagnose von *E. Noelle-Neumann* sein, in Wirklichkeit interessiere „die Unternehmer das Unter-

nehmerbild in der Öffentlichkeit nicht. Das Unternehmerbild der Öffentlichkeit steht zu sehr in einem Mißverhältnis zu ihrem Selbstverständnis, als daß es sie interessieren könnte. Ein anderer Grund ist der, daß der Unternehmer nicht empfindlich ist“. <sup>1</sup>

Hier scheint Noelle-Neumann wohl selbst Opfer eines Vorurteils oder Stereotyps zu sein, des Stereotyps vom „dickfelligen“, vom „harten“ Unternehmer. Unternehmer sind — das klingt banal, ist aber genau der springende Punkt aller Mißverständnisse und Feindseligkeiten gegenüber dem Unternehmer — in erster Linie Menschen, Menschen wie jeder von uns. Und darum sind Unternehmer auch empfindlich, oft sogar dünnhäutig wie mancher von uns. Ein Charakterogramm „der“ Unternehmer würde — falls man es mit hinreichender Genauigkeit erstellen könnte — wahrscheinlich eine Zufallsstreuung von guten und weniger guten Eigenschaften erbringen, die sich kaum vom Charakterogramm anderer Zeitgenossen unterscheiden. Wenn man das erst einmal unseren ideologisch programmierten Mitbürgern einhämmern könnte, wäre schon viel gewonnen. Daß dieselben Leute, die sich — mit Recht — über Rassismus und jegliche Art von gesellschaftlicher Diskriminierung aufregen, die Unternehmer als Minderheit weiterhin pauschal diskriminieren, ist ein schlechter Witz.

Dem Unternehmer genügt es auch nicht mehr allein, wenn ihm Tüchtigkeit bescheinigt wird. Für die Adepten *Herbert Marcuses* ist ja gerade das unanständig.

Auch *Karl Marx* hat mit Bewunderung der Leistungen des Unternehmers nicht gegeizt, wenn sein Lob auch nicht dem Unternehmer *comme tel*, sondern, entsprechend seinem Jargon und seiner mangelhaften Einsicht, der „Bourgeoisie“, den „Kapitalisten“ galt.

Der Unternehmer möchte auch als Mensch gewertet werden und geschätzt sein. Viele Gespräche mit Unternehmern im kleinen Kreis oder unter vier Augen lassen dies immer wieder erkennen.

Was es dem Unternehmer oft unendlich schwer macht, „Mensch zu sein“ und zu bleiben, ist einfach sein harter Job. Das war wohl auch der Grund dafür, weshalb manche frommen Kirchenmänner, wie z. B. der hl. Chrysostomus, Erzbischof von Konstantinopel um die Wende vom 4. zum 5. Jahrhundert, meinten, Kaufleute könnten wohl kaum ohne Sünde leben. Sie drückten so in moraltheologischer Terminologie aus, was wir heute mit dem Begriff des „totalen Unternehmers“ bezeichnen würden, der in seinem Humanum defizitär geworden ist, der seinem Beruf sklavisch verfallen ist.

*Werner Sombart* hat den „totalen Unternehmer“ treffend geschildert: „Nun wird aber das Handeln des modernen Wirtschaftsmenschen in ganz

unkantischer Weise keineswegs nur durch das Pflichtbewußtsein bewegt, sondern — so seltsam es klingt — doch auch durch die Liebe. Freilich einer eigentümlichen Abart der Liebe, nämlich der Liebe zu seinem Geschäft. Psychologisch werden wir uns diese Pervertierung der geistigen Haltung damit erklären müssen, daß in der Seele des Unternehmers infolge eines Übermaßes von Arbeit und insonderheit von Beschäftigung mit geschäftlichen Dingen, die ihm für nichts anderes Zeit läßt, alle übrigen Seiten verkümmern, daß Natur, Kunst, Literatur, Staat, Freunde, Familie keine Reize mehr auszuüben vermögen, daß er infolgedessen von einem unerträglichen Gefühl der Leere und Öde ergriffen wird, sobald er aus der schützenden, wärmenden, belebenden Welt der Zahlen heraustritt. In dieser Welt der Geschäfte hingegen findet er alles, was ihn erfrischt, ermuntert, beglückt; er empfindet sie als seine wahre Heimat, als den Jungbrunnen, aus dem er neue Kräfte schöpft, als die Quelle, die den Verdurstenden neu belebt“. <sup>2</sup>

Es bedarf keines besonderen Scharfsinns, um zu erkennen, daß das Verfallensein an die Wirtschaft, an das Unternehmen, auch der Religiosität nicht gerade förderlich ist. „Wer während sechs Tagen in der Woche mit allen Fasern seines Herzens dem Mammon dient und um das goldene Kalb tanzt, der wird im allgemeinen wenig bereit sein, am siebenten Tage einen völligen Kurswechsel zu vollziehen. Er läßt dann eben den lieben Gott einen guten Mann sein und kümmert sich weniger um sein Seelenheil als um den Stand der Börsenkurse“. <sup>3</sup>

Nicht für alle Unternehmer, die sich noch religiös betätigen, gilt die pessimistische Darstellung, die *Johann Schasching* gegeben hat: „Wenn schon Religion, dann höchstens als unverbindliche Privatsache. Als Museumsstück einer vergangenen, unerleuchteten Zeit. Eventuell auch als Verbrämung des nun einmal nicht mehr sentimentalischen Wirtschaftsalltags. Etwa zur Abrundung des Sonntags. Aber sie muß draußen gelassen werden, wenn man am Montag wieder das Geschäftslokal betritt“. <sup>4</sup>

Richtig ist aber sicher, daß manche durchaus religiös empfindende Unternehmer ihr Christentum arg im Verborgenen halten. Ihr Vorbild könnte fast der biblische Joseph von Arimathäa („ein reicher Mann“, „ein angesehenener Ratsherr“, „der ein Jünger Jesu war, aber aus Furcht vor dem Juden nur im geheimen“ [!]) oder auch Nikodemus (ebenfalls ein angesehenener und wohl reicher Mann „der einst des Nachts [!] zu ihm gekommen war“) sein.

Aber damit haben wir bereits einen Punkt berührt, der für die Selbstdarstellung des Unternehmers nicht unbedeutend ist. Unternehmer gehen, mit ihrem Unternehmen verheiratet, nicht gern aus sich heraus. Ihr Kon-

takt zu einer breiteren Öffentlichkeit ist meist unterentwickelt. Sie kapseln sich zu sehr ab. Dies nicht nur, wie manche meinen, aus Überheblichkeit, sondern vielfach aus — Scheu! Dadurch entsteht ein Flair der Exklusivität und der Distanz, aus Distanz Fremdheit, aus Fremdheit Mißtrauen, aus Mißtrauen Spannung.

Die Distanz zur Politik ist viel beklagt worden. Nun gibt es gewiß stichhaltige Gründe für die Unabkömmlichkeit des Unternehmers, vor allem solange er sein Geschäft wesentlich selbst in Gang halten muß. Aber auch hier gilt, was wir bereits im Zusammenhang von Menschenführung und Unternehmenspolitik sagten: Der Unternehmer muß „Herr seiner Zeit“ bleiben und darf nicht zum Sklaven seines Terminkalenders werden.

*Wilfrid Schreiber* hat, wie auch sonst so häufig, den Nagel auf den Kopf getroffen, wenn er den Unternehmern zu bedenken gibt: „Wenn sich die Unternehmer und insbesondere die christlichen nicht auch gesellschaftspolitisch engagieren, ist die Gefahr groß, daß die Politik über ihre Köpfe hinweg gemacht wird. Denn sie sind die kleine Minderheit. Neun Zehntel der wahlberechtigten Bürger sind Nicht-Unternehmer. Wenn die Unternehmer ihre Zahlenschwäche nicht durch überlegenes Denken, verstärkte Initiative und lebendigere Aktivität kompensieren, werden sie früher oder später politisch überspielt“.<sup>5</sup>

Der Unternehmer hat, wie übrigens jeder Mensch mehr oder weniger, einerseits auf Grund seiner zum Teil etwas eindimensionalen wirtschaftlichen Betätigung und andererseits auf Grund seiner exponierten Stellung alle Veranlassung, sich immer wieder als Mensch zu überprüfen und überprüfen zu lassen. Ihm werden sittliche Qualitäten abverlangt, die man nicht von jedermann erwartet. Er muß etwas leisten und soll dennoch nicht protzen — er muß tüchtig sein und soll dennoch menschlich bleiben!

Was die publizistische Selbstdarstellung des Unternehmers, seiner Funktionen und seiner Leistung, in der Öffentlichkeit betrifft, so muß er hier weitgehend selbst seinen Mann stehen. Er muß dies mit Geschick und Überzeugungskraft tun.

Unternehmer sollten nicht in den Irrtum verfallen zu glauben, sie könnten dem Publikum mit Deklamationen über den beispiellosen geschichtlichen Beitrag des freien Unternehmertums zur Hebung des wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Standards der Völker imponieren. Auf Festversammlungen mag man so etwas noch hingehen lassen. Aber im nüchternen Alltag wirkt es überzeugender, wenn Unternehmer ganz schlicht zugeben, daß sie diesen Beitrag, den im übrigen ja nur wenige bestreiten, sozusagen praeter intentionem, unbeabsichtigt geleistet haben. Es ist keine

Schande oder sollte es nicht sein, wenn man zugibt, daß die Intentionen des Unternehmers primär auf Gewinn, auf Rentabilität des von ihnen eingesetzten bzw. treuhänderisch verwalteten Kapitals zielen. Durch eine List der Idee werden diese Gewinne zur Voraussetzung des beispiellosen Aufstiegs der Wirtschaft. Auch wenig unternehmerfreundliche Instanzen wissen das sehr genau. So haben die Gewerkschaften in der BRD keineswegs ganz unrecht, wenn sie von einer Periode der „Gewinntolerierung“ gewerkschaftlicherseits nach dem Kriege sprechen, um den raschen Wiederaufbau der Wirtschaft zu ermöglichen. Und ein Körnchen Weisheit steckt auch in der angeblichen Bemerkung eines hohen kommunistischen Wirtschaftsfunktionärs, der gesagt haben soll, wenn einmal die ganze Welt kommunistisch sein werde, müsse man wenigstens in einem Lande den Kapitalismus erhalten, damit man nach Bedarf immer einmal sich erkundigen könne, wie man rentabel wirtschaftet, d. h. mit Gewinn. Was wir brauchen, ist eine Entideologisierung des Gewinns!

Unternehmer können von Moralisten nicht viel erwarten. Was sie jedoch mit Fug und Recht von ihnen erwarten und auch kategorisch fordern sollten, ist dies, daß nicht — wie es in letzter Zeit auch im kirchlichen und theologischen Lager so sehr üble Sitte geworden ist — ihre Funktion und ihre Stellung innerhalb unserer Wirtschaftsgesellschaft schief und einseitig dargestellt werden. Im übrigen liegt die Hauptarbeit bei den Unternehmern selbst. Sie gelten nun einmal mit Recht als die Exponenten des „kapitalistischen“ Systems. Das sind sie in der Tat, und dazu müssen und können sie stehen, ohne rot zu werden. Wenn Unternehmer bei jeder Anschuldigung in volle Deckung gehen, werden sie die Schlacht bald verloren haben.

Die wirtschaftlichen Sachargumente, die Unternehmern zur Verfügung stehen, können durch Ethik nicht ersetzt werden. Sie sind in sich überzeugend genug, so daß es einer selbstbewußten, in sich geschlossenen Unternehmerschaft ein Leichtes sein sollte, über gezielte Public Relations-Arbeit aus dem Teufelskreis von Anschuldigung und Selbstverteidigung herauszukommen. Ständige Verteidigung ohne Gegenangriffe ist auf die Dauer self-defeating. Unternehmer haben die Sachargumente auf ihrer Seite. Man sollte auch die Urteilskraft der Arbeiterschaft nicht unterschätzen. Wer ihnen mit sachlichen Argumenten auseinandersetzen vermag, wo ihre wirklichen Interessen langfristig am besten aufgehoben sind, der wird ihr Ohr haben und nicht die selbsternannten oder berufsmäßigen „Arbeiterfreunde“, die ihre Köpfe mit *fausses idées claires*, mit zwar einleuchtenden, aber nichtsdestoweniger falschen Ideen zu verwirren suchen.

## ANMERKUNGEN

(Literaturhinweise Seite 126 f)

## VORWORT (S. 7)

<sup>1</sup> *Dieter Fertsch-Roever*, Unternehmer — Prügelknaben der Nation. Ein Aufruf an den politischen Unternehmer, Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) Nr. 130 v. 8. Juni 1971, 20. Ferner *ders.* u. *Heribert Juchems*, Der häßliche Unternehmer, Köln 1972.

<sup>2</sup> Ebenda (Art. der FAZ).

<sup>3</sup> Vgl. die unmißverständliche Drohung des ersten Vorsitzenden des DGB, *Heinz Oskar Vetter*, in Gegenwart von Bundeskanzler *Brandt* auf der Kundgebung zum 1. Mai 1971 in Hannover, wonach der Tag nicht mehr fern sei, da die Arbeitnehmer „wie ein Mann aufstehen werden“. DGB-Nachrichtendienst v. 29. April 1971.

<sup>4</sup> *Günter Schmölders*, Das Bild vom Unternehmer in der Bundesrepublik. FAZ Nr. 214 v. 16. September 1970, 19. — Ferner *ders.*, Unternehmerbild — Insgesamt sehr positiv, in: DIALOG. Magazin für Politik und Wirtschaft, 2. Jg., 8 (1971), 58 ff.

<sup>5</sup> Vgl. *Hans Wolfram Gerhard*, Die wirtschaftlich argumentierende Judenfeindschaft, in: *Karl Thieme* (Hrsg.), Judenfeindschaft. Darstellung und Analysen, Fischer-Bücherei, Bd. 524, Frankfurt/Main u. Hamburg 1963, 80 ff.

## I. DER UNTERNEHMER ZWISCHEN MAGIE, RELIGION UND IDEOLOGIE

## 1. Der Unternehmer als Magier (S. 9)

<sup>1</sup> *Dieter Claessens*, Rolle und Macht. Grundfragen der Soziologie, Bd. 6, München 1968, 46. — Vgl. auch *Karl Mannheim*, Das konservative Denken, in: Wissenssoziologie, hrsg. v. *Kurt H. Wolff*, Soziologische Texte, Bd. 28, Neuwied 1964, 412.

<sup>2</sup> *Émile Durkheim*, Les formes élémentaires de la vie religieuse. Presses Universitaires de France, Paris 1912, <sup>4</sup> 1960, 594—616; Schlußkapitel abgedruckt in deutscher Übersetzung in *F. Fürstenberg* (Hrsg.), Religionssoziologie, Soziologische Texte, Bd. 19, <sup>2</sup> Neuwied 1970, 35—55; hier 38.

<sup>3</sup> *Fritz Redlich*, Der Unternehmer als „dämonische“ Figur; in: Der Unternehmer. Wirtschafts- und sozialgeschichtliche Studien, Göttingen 1964, 45 ff.

<sup>4</sup> *Paul Tillich*, Das Dämonische. Ein Beitrag zur Sinndeutung der Geschichte, Tübingen 1926.

<sup>5</sup> *Fritz Redlich*, a.a.O., 45.

<sup>6</sup> Ebenda, 46.

<sup>7</sup> *Max Weber*, Soziale Schichtung und Religiosität, aus: Wirtschaft und Gesellschaft, GdS 111, <sup>3</sup> Tübingen 1947, Kap. IV, § 7 (Stände, Klassen und Religion), 267—282; 286—296; abgedruckt in *F. Fürstenberg*, a.a.O., 133—178; hier 135.

<sup>8</sup> Über dem Portal eines Gutsspeichers in Eckersdorf, Grafschaft Glatz (Schlesien), las man Ciceros Lobpreisung: „Ex omnibus autem rebus quibus aliquid acquiritur, nihil est agricultura melius, nihil jucundius, nihil homine, nihil libero (!) dignius“.

<sup>9</sup> Vgl. *Helmut Schoeck*, Der Neid. Eine Theorie der Gesellschaft, Freiburg 1966, Kap. „Neidfurcht als Problem der Entwicklungsländer“, 57 ff.

<sup>10</sup> Ebenda, 70. — Nach *Belshaw* muß sich der, der, weil unvermeidlich, zum Führer erhoben wurde, dauernd fragen: „Wie sieht mein Leben durch die neidischen Augen der Geführten aus?“ „Ein Führer darf nicht zu auffallend erfolgreich sein, darf sich keine aufwendige Lebenshaltung gönnen, damit er nicht Eifersucht erweckt, die zum neidischen Schadenzauber (envious sorcery — eine Art Gegenmagie; Verf.) gegen ihn führen könnte. Aus diesem Grund setzt sich kein Führer offen über andere Leute. Er kann sein Prestige am besten vergrößern, wenn er seinen Wohlstand mit anderen teilt. Für jeden wirtschaftlichen Fortschritt, den er macht, soll er, Stück für Stück, den Lebensstandard seiner Umgebung erhöhen“. C. S. *Belshaw*, In Search of Wealth, in: American Anthropologist Memoir, Februar 1955, 80; zit. nach *Schoeck*, a.a.O., 71.

<sup>11</sup> *Wilhelm Gerloff*, Geld und Gesellschaft. Versuch einer gesellschaftlichen Theorie des Geldes, Frankfurt/Main 1952, 113.

<sup>12</sup> Ebenda, 114.

<sup>13</sup> *Siegfried Wendt*, Der Einfluß des Geldes auf das Ethos des Wirtschaftens, in: Spannungsfelder der evangelischen Soziallehre, Aufgaben und Fragen vom Dienst der Kirche an der heutigen Gesellschaft, hrsg. v. *Friedrich Karrenberg* u. *Wolfgang Schweitzer*, Hamburg 1960, 258.

<sup>14</sup> *Adam Müller* (1779—1829) war wohl der bedeutendste Vertreter der wirtschaftlichen romantischen Schule.

<sup>15</sup> *Adam Müller*, Elemente der Staatskunst, Berlin 1809, hrsg. v. *J. Baxa*, 1922, I, 298 f.

<sup>16</sup> *Othmar Spann*, Die Haupttheorien der Volkswirtschaftslehre, <sup>26</sup> Heidelberg 1949, 103.

<sup>17</sup> Ebenda, 105.

<sup>18</sup> *Hans Wolfram Gerhard*, a.a.O., 119. — Mit dem letzten Satz will *Gerhard* korrigierend sagen, daß es nicht stimmt, „daß die Juden als Händler das ganze Mittelalter hindurch verachtet waren“. Ebenda.

<sup>19</sup> Ebenda, 116.

<sup>20</sup> Ebenda, 115.

<sup>21</sup> Ebenda, 96.

<sup>22</sup> *Lars Clausen*, Behauptung der Magie, in: Religion, Kultur und sozialer Wandel. Internationales Jahrbuch für Religionssoziologie, Bd. 5 (1969), 148.

<sup>23</sup> Ebenda, 142.

<sup>24</sup> Ebenda, 147.

<sup>25</sup> *Hans Freyer*, Der Mensch in der gesellschaftlichen Ordnung, in: Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft, 110. Bd. (1954), 2.

<sup>26</sup> Vgl. *Lars Clausen*, a.a.O., 146.

<sup>27</sup> Ebenda, 151 f.

<sup>28</sup> *Dieter Fertsch-Roever*, Art. der FAZ, s. Vorwort, Fußn. 1.

<sup>29</sup> *Alfons Auer*, Magie, III, Moralthologisch, in: Lexikon für Theologie und Kirche, 2. Aufl., Bd. 6, Sp. 1278 f.

<sup>30</sup> *Otto B. Roegele*, Diskussionsbeitrag zu *Erwin K. Scheuch*, Das Bild der Wirtschaft in nichtwirtschaftlichen Sendungen der Massenmedien, in: Wirtschaft und öffentliche Meinung, Veröffentlichungen der Walter-Raymond-Stiftung, Bd. 14, Köln 1972, 135 ff.; hier 173.

<sup>31</sup> Vgl. *J. Haeckel*, Zauber, in: LThK, 2. Aufl., Bd. 10, Sp. 1314, und *J. G. Ziegler*, in: LThK, Bd. 10, Sp. 1314/15.

## I. 2. Der Unternehmer als Sündenbock und Sünder (S. 16)

<sup>1</sup> W. Kornfeld, Versöhnungstag, in: LThK, Bd. 10, Sp. 737.

<sup>2</sup> M. Stenzel, Azazel, in: LThK, Bd. 1, Sp. 1158.

<sup>3</sup> So im Henochbuch, das im semitischen Original zwischen 170 v. Chr. und Christi Geburt als apokryphes Sammelwerk unterschiedlicher Teile entstand.

<sup>4</sup> Vgl. H. W. Gerhard, a.a.O., 81. — Vgl. die Bulle Papst Pius' V. vom Jahre 1569: „Hebraeorum gens sola quondam a Domino electa“ und den „Antisemiten-Katechismus“ von Theodor Fritsch vom Jahre 1893, 11—17.

<sup>5</sup> Allerdings muß man auch gleich hinzufügen, daß es bei den am besten mit den wirtschaftlichen Verhältnissen vertrauten Scholastikern eine durchaus nüchterne und sachliche bis wohlwollende Einstellung zum Handel und zum Kaufmann gab. Es ist kein Zufall, wenn nicht Theologen vom Schreibstuhl und vom Katheder, sondern die großen Beichtväter und Volksprediger des Quattrocento, wie Bernhardin von Siena (1380—1444) und Antonin von Florenz (1389—1459), die mitten im Leben standen und mit offenen Augen durch die Welt gingen, besonders warme Worte der Anerkennung für die Tätigkeit des Kaufmanns fanden. In der spanischen Spätholistik gilt dasselbe für Ludwig Molina (1535—1600). Vgl. Wilhelm Weber, Wirtschaftsethik am Vorabend des Liberalismus, Münster 1959, bes. 94 ff.

<sup>6</sup> Thomas von Aquin, Summa Theologiae, II—II, qu. 77, a. 4, in corpore.

<sup>7</sup> Dominikus Soto, De justitia et jure, lib. VI, qu. 2, art. 2.

<sup>8</sup> Dominikus Bañez, Decisiones de jure et justitia, qu. 77, a. 4, p. 363. — Ein Benefizium ist ein mit einer nutzungsfähigen Vermögensmasse auf Dauer errichtetes Kirchenamt für Kleriker.

<sup>9</sup> Johannes Medina, De restitutione et contractibus, qu. 30, p. 195 B.

<sup>10</sup> Rudolf Krämer-Badoni, Geistige Voraussetzungen unternehmerischer Public Relations. Festvortrag auf der gemeinsamen Bundestagung der Fachverbände Buchdruck und Zeitungsdruck in der BVG vom 6. bis 8. Oktober 1966 in Hannover, hrsg. v. Fachverlag für das graphische Gewerbe GmbH, München, o. J., o. S.

<sup>11</sup> Ebenda.

<sup>12</sup> Dom Helder Pessoa Câmara, Deutschland schuldet der Welt ein Beispiel, in: Sonderdruck KAB-Verbandstag Würzburg 71, o. O., passim. — Immerhin ist Dom Helder ehrlich und realistisch genug, menschliche Schwächen und Versuchungen nicht nur auf einer Seite zu suchen: „Leider ist aber die Situation ernst, denn der Egoismus regiert und er schafft Ungerechtigkeit, wohin man blickt. Dabei ist es besonders traurig, daß der Egoismus nicht Monopol bestimmter Schichten ist: Gelänge es den heute Unterdrückten, sich morgen aus dem Elend zu befreien und reich und mächtig zu werden, so würden aus Unterdrückten Unterdrücker“, Ebenda, 21.

<sup>13</sup> Vgl. Pastoralkonstitution über die Kirche in der Welt von heute (Gaudium et Spes), Nr. 69.

<sup>14</sup> Vgl. Hans Barion, Das konziliare Utopia — Eine Studie zur Soziallehre des II. Vatikanischen Konzils, in: Säkularisation und Utopie. Ernst Forsthoff zum 65. Geburtstag. Stuttgart 1967, 187—233.

<sup>15</sup> So konnte die Joint Conference „World Council of Churches and Uniapac“, Rotterdam, 6th—7th June 1968, fragen und antworten: „Question 5: In their official statements, do the Churches take sufficient account of economic reali-

ties . . .? — The Churches are inclined to see economic phenomena . . . primarily as matters of justice and overlook their role as indicators of basic realities . . . Regrettably, official statements are often made by the Churches on socio-economic matters without prior consultation with the business community".  
Second Draft — Integrated Report; unveröffentlichtes Manuskript.

<sup>16</sup> Carlo Coccioli, *Himmel und Erde* (Il cielo e la terra, 1950; deutsch), 1. Aufl. 1958 (Fischer-Bücherei, Hamburg).

### I. 3. Der Unternehmer im Fangnetz von Vorurteil, Unkenntnis und Ideologie (S. 22)

<sup>1</sup> Jean Pierre Hamilius, Verstehen Intellektuelle die Marktwirtschaft? In: FAZ Nr. 223 v. 29. September 1970, 15. — Als Prototyp des Intellektuellen betrachtet J. A. Schumpeter den Journalisten. Doch kannte er noch nicht jene „kritischen“ Studenten, die heute als Initiatoren und Mitläufer die Fahne der „Systemüberwindung“ schwingen, auch nicht jene Schriftsteller und Literaten, die oft nur um so eifriger sich in linken Pflichtübungen tummeln, je mehr die von ihnen kritisierte Gesellschaft ihnen zu Publizität, ja sogar Ansehen und nicht selten auch zu materiell nicht uninteressanten Positionen verholfen hat und weiterhin verhilft. — Nach Schumpeter sind Intellektuelle Menschen, „die a) die Macht des gesprochenen und geschriebenen Wortes handhaben, b) keine Kenntnisse aus erster Hand besitzen, wie sie nur tatsächliche Erfahrung geben kann, und c) sich durch eine kritische Haltung auszeichnen, welche aus der Situation der Intellektuellen als Zuschauer und Außenseiter, aber auch aus der Tatsache entsteht, daß ihre größeren persönlichen Erfolgsaussichten in ihrem tatsächlichen oder möglichen Wert als Störungsfaktor liegen“. — Heinz-Dietrich Ortlieb, *Die verantwortungslose Gesellschaft oder wie man die Demokratie verspielt*, München 1971, 101 f.

<sup>2</sup> J. P. Hamilius, ebenda. — Zwar gibt es auch in sogenannten sozialistischen Ländern eine relativ hohe Produktion von Intellektuellen, aber eine gesteuerte Produktion, und diese wieder um einen beachtlichen Preis, nämlich um den eines verhältnismäßig geringen Standards der arbeitenden Bevölkerung. In den entwickelten Industrienationen des Westens dagegen muß die arbeitende Bevölkerung nicht für ihre Intellektuellen darben, im Gegenteil: wir können uns sogar den Luxus erlauben oder erlauben ihn uns doch, im Interesse der Freiheit der Berufswahl auch solche Intellektuelle zu produzieren, die wir entbehren könnten, z. B. jene Kritiker unserer „Leistungsgesellschaft“, die es ohne diese Gesellschaft gar nicht gäbe, weil wir sie uns dann gar nicht „leisten“ könnten.

<sup>3</sup> Ebenda.

<sup>4</sup> Erwin K. Scheuch, *Das Bild der Wirtschaft in nichtwirtschaftlichen Sendungen der Massenmedien*, a.a.O., 143.

<sup>5</sup> Ebenda, 155.

<sup>6</sup> Wilhelm Röpke, *Ethik und Wirtschaftsleben*, in: *Wirtschaftsethik heute*, Hamburg 1956, 7.

<sup>7</sup> Johannes Messner, *Das Unternehmerbild in der katholischen Soziallehre*, Beiträge zur Gesellschaftspolitik, hrsg. v. Bund Katholischer Unternehmer e.V., Köln 1968, 9. — Auch in der protestantischen Sozialethik der Gegenwart spielt die Frage nach der Funktion des Unternehmers keine Rolle. In dem (Auswahl-)Band „Appell an die Kirchen der Welt“ über die Weltkonferenz für Kirche und Gesellschaft (World Conference on Church and Society) des Jahres 1966 in Genf,

hrsg. v. Ökumenischen Rat der Kirchen, Kreuz-Verlag Stuttgart 1967, findet sich in dem ausführlichen Register (283—289) nichts zum Stichwort „Unternehmer“. Nur einmal taucht der Begriff „Unternehmenskapital“ auf, und dann bezeichnenderweise im Zusammenhang der Beteiligung der Arbeitnehmer daran. Das Verteilen, bevor man sich Gedanken über die Produktion gemacht hat, liegt der protestantischen Sozialethik, wie es scheint, ebenso sehr wie der katholischen.

<sup>8</sup> Ebenda, 4.

<sup>9</sup> Vgl. mein Buch: Geld und Zins in der spanischen Spätscholastik, Schriften des Instituts für Christliche Sozialwissenschaften der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, Bd. 13, Münster 1962, bes. 61—69; ferner meinen Aufsatz: Die scholastisch-kanonistische Zinsmoral und die Kreditschöpfungspraxis des modernen Bankensystems, in: Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft, 122. Bd., 2. Heft, April 1966, 258—271.

<sup>10</sup> Kein Geringerer als *J. A. Schumpeter*, dem wir die „Wiederentdeckung“ des Unternehmers zu Beginn unseres Jahrhunderts verdanken, konnte darauf aufmerksam machen: „Die ‚reine‘ Wirtschaftswissenschaft, die sie (die Scholastiker; Verf.) ihren weltlichen Nachfolgern vererbten, war nahezu in ihrem ganzen Umfang eigene Schöpfung . . . Und nicht nur das: es will sogar scheinen, daß die Fundamente, die sie für eine brauchbare und wohlgefügte Sammlung analytischer Werkzeuge und Lehrsätze legten, gesunder waren als manche nachfolgende Arbeit, in dem Sinne, daß ein beachtenswerter Teil der Wirtschaftswissenschaft des späten 19. Jahrhunderts (in teilweiser Korrektur der klassischen Nationalökonomie; Verf.) von diesen Fundamenten aus schneller und mit weniger Mühe hätte entwickelt werden können als tatsächlich zu seiner Entwicklung notwendig war, und daß einiges von jener nachfolgenden Arbeit deshalb ein zeit- und kraftraubender Umweg war“. *History of Economic Analysis*, Oxford University Press, 2. Aufl. London 1955, 97 (eigene Übersetzung aus dem Englischen).

<sup>11</sup> *Johannes Messner*, a.a.O., 2.

<sup>12</sup> Ebenda, 3 f.

<sup>13</sup> Vgl. *Fritz Redlich*, „Unternehmer“ und „schöpferischer Unternehmer“: Ursprung und Begriffe, a.a.O., 225—232.

<sup>14</sup> *Götz Briefs*, Der verkannte Unternehmer, in: Sonderdruck der FAZ v. 17. Juli 1965.

<sup>15</sup> *Johannes Messner*, a.a.O., 3.

<sup>16</sup> Schumpeter verwendet hier den Begriff „Kapitalismus“ wertneutral als technisch-funktionalen Begriff.

<sup>17</sup> *J. A. Schumpeter*, Konjunkturzyklen, I, Grundriß der Sozialwissenschaft, Göttingen 1961, 111 f.

<sup>18</sup> *O. Spann*, a.a.O., 92 f.

<sup>19</sup> Nach Kathpress-Dokumentation, 1964, Nr. 136.

<sup>20</sup> Siehe den Weg, den die Katholische Arbeiterbewegung Italiens in den letzten Jahren gegangen ist.

<sup>21</sup> Vgl. zu diesem ganzen Komplex *Anton Rauscher* (Hrsg.), Ist die katholische Soziallehre antikapitalistisch? Beiträge zur Enzyklika „*Populorum progressio*“ und zur Offenburger Erklärung der Sozialausschüsse, Köln 1968; darin mein Beitrag: Christliche Soziallehre — von jeher „antikapitalistisch“? 155—164.

<sup>22</sup> Selbst *Marx*, wengleich er nur den Kapitalisten kannte und nicht den Unternehmer, hat den Zusammenhang zwischen privatem Erwerbstreben (bei ihm mit den Begriffen „Profit“ und „Ausbeutung“ assoziiert) und gesamtwirtschaftlicher

Entwicklung frühzeitig erkannt: „Die Bourgeoisie hat in ihrer kaum hundertjährigen Klassenherrschaft massenhaftere und kolossalere Produktionskräfte geschaffen als alle vergangenen Generationen zusammen. Unterjochung der Naturkräfte, Maschinerie, Anwendung der Chemie auf Industrie und Ackerbau, Dampfschiffahrt, Eisenbahn, elektrische Telegraphen, Urbarmachung ganzer Weltteile, Schiffbarmachung der Flüsse, ganze aus dem Boden hervorgestampfte Bevölkerungen — welches frühere Jahrhundert ahnte, daß solche Produktionskräfte im Schoße der gesellschaftlichen Arbeit schlummerten“. Kommunistisches Manifest, 1848.

<sup>23</sup> *Oswald von Nell-Breuning*, Kapitalismusproblem und Kapitalismuskritik, in: Schweizerische Rundschau, 28. Jg. (1929), H. 10, 881 f.

<sup>24</sup> *J. P. Hamilius*, a.a.O. — „Sogar von Goethe selbst wissen wir, daß das Gewinnmotiv den höchsten geistigen Leistungen ‚keineswegs fremd‘ ist. Erst durch ein günstiges Angebot *Cottas*, seines Verlegers, erhielt er den letzten Anstoß, seinen ‚Faust‘ zu vollenden. Kein Geringerer als Schiller hatte hinter Goethes Rücken *Cotta* gegenüber seine Befürchtungen geäußert, Goethe lasse seinen Faust, an den er schon viel Mühe und Aufwand verwendet hatte, ‚ganz liegen, wenn er nicht von außen und durch verlockende Offerten veranlaßt‘ werde, ‚sich noch einmal an diese Arbeit zu machen und sie zu vollenden . . .‘ In seinem Brief an *Cotta* unterstreicht Schiller: ‚Er (Goethe) rechnet freilich auf einen großen Profit (!), weil er weiß, daß man in Deutschland auf dieses Werk sehr gespannt ist. Sie können ihn, das bin ich überzeugt, durch glänzende Anerbietung dazu bringen, dieses Werk in diesem Sommer auszuarbeiten‘. — Ebenda.

<sup>25</sup> Ebenda.

<sup>26</sup> Ebenda.

<sup>27</sup> Das endgültige Ergebnis wurde für Herbst 1971 in dem Buch „Der verlorene Untertan“, Econ-Verlag, angekündigt.

<sup>28</sup> *Günter Schmolders*, Das Bild vom Unternehmer in der Bundesrepublik, a.a.O.

<sup>29</sup> Vgl. weiter oben die Ausführungen zur Magie.

<sup>30</sup> *Franz Greiß*, Macht und Ethos des Unternehmers, in: Rheinischer Merkur, Beilage „Deutschland-Ausgabe 1961“, 17. — Wer allerdings hier über den durch Werbung und Reklame erzeugten „Konsumzwang“ lamentiert, dem sei — wenn er überhaupt die Gelegenheit dazu bekommt — angeraten, einmal für eine Stunde in einem staatlichen Warschauer Schuhladen die Leute beim Schuhkauf zu beobachten. Was hier dem Käufer — von „Kunden“ kann selbstverständlich nicht die Rede sein — an geballter Macht des zentralisierten Wirtschaftsapparates und der sozialistischen Verkäuferinnen entgegentritt, spottet jeder Beschreibung.

<sup>31</sup> Eigene Übersetzung aus *Philippe de Woot*, Essai sur la fonction de l'entreprise dans une perspective chrétienne. Document de travail (Nicht ediertes Manuskript), 7.

<sup>32</sup> *J. A. Schumpeter*, Konjunkturzyklen, I, 115.

<sup>33</sup> Ebenda.

<sup>34</sup> Ebenda.

<sup>35</sup> *Philippe de Woot*, a.a.O., 34.

<sup>36</sup> Grundsätzliche Überlegungen zur Frage der Mitbestimmung der Arbeitnehmer. — Vorlage des Sozialausschusses der Evangelischen Kirche von Westfalen. Dokumentation, hrsg. v. der Evangelischen Aktionsgemeinschaft für Arbeitnehmerfragen in Deutschland, o. J., Ziffer 63.

<sup>37</sup> Ebenda.

<sup>38</sup> In: Das Mitbestimmungsgespräch, Nr. 10, 1964, 89.

<sup>39</sup> Außerdem straft die tatsächlich erfolgte Verteilung zwischen „Kapital“ und „Arbeit“, wenn man sie in ihrem Trend seit 1960 vor allem betrachtet, die Behauptung Lügen, der Verteilungsprozeß werde einseitig zugunsten der Unternehmer gesteuert. Vgl. dazu *Wilfrid Schreiber*, Gemeinwohlorientiertes Eigentum, in: Gesellschaftspolitische Kommentare, 1. 12. 1967.

<sup>40</sup> *R. Krämer-Badoni*, a.a.O.

<sup>41</sup> *Werner Schöllgen*, Das sittlich Gute und das ökonomisch Richtige. Eine moraltheologische Grundlegung, in: Ökonomischer Humanismus, Schriftenreihe des Bundes Katholischer Unternehmer, N. F. 8, Köln, o. J. (1960), 57.

<sup>42</sup> *Wilfrid Schreiber*, Warum BKU? In: Bund Katholischer Unternehmer. Grundsätze und Ziele (Werbeschrift), o. J., o. S.

<sup>43</sup> *O. von Nell-Breuning*, Kapitalismus und Kapitalismuskritik, a.a.O., 881.

<sup>44</sup> Ebenda, 882.

## II. DIE HERKUNFT HEUTIGER UNTERNEHMER UND IHR BILD IN DER ÖFFENTLICHKEIT

### 1. Woher kommen die Unternehmer heute? (S. 41)

<sup>1</sup> *Wolfgang Eichler*, Gedanken zur Bildung und Bildungspolitik, in: Unternehmer und Bildung, Festschrift zum 60. Geburtstag von *Ludwig Vaubel*, Köln und Opladen 1968, 79.

<sup>2</sup> *J. A. Schumpeter*, Konjunkturzyklen, I, 112.

<sup>3</sup> *Max Kruk*, Die Herkunft der deutschen Unternehmer, in: FAZ Nr. 55 v. 6. März 1971, 17.

<sup>4</sup> *David S. Landes*, A Note on Cultural Factors in Entrepreneurship, in: Explorations in Entrepreneurial History I, Cambridge 1949, 8 f.

<sup>5</sup> *Neil J. Smelser*, Soziologie der Wirtschaft, Grundfragen der Soziologie, hrsg. v. *Dieter Claessens*, Bd. 13, München 1968, 155.

<sup>6</sup> *Max Kruk*, a.a.O.

<sup>7</sup> *Natalie Rogoff*, Recent Trends in Occupational Mobility, Glencoe 1953.

<sup>8</sup> *Franz Böhm*, Der Zusammenhang zwischen Eigentum, Arbeitskraft und dem Betreiben eines Unternehmens, in: Das Unternehmen in der Rechtsordnung, Festgabe für *Heinrich Kronstein* aus Anlaß seines 70. Geburtstages am 12. September 1967, hrsg. v. *Kurt H. Biedenkopf* u. a., Karlsruhe 1967, 11 ff., hier 22 f.

<sup>9</sup> S. Anmerkung 3 dieses Abschnitts. — Die Ergebnisse der Befragung sind inzwischen ausführlich unter dem Titel erschienen: Die großen Unternehmer — Woher sie kommen, wer sie sind, wie sie aufstiegen, Frankfurt a.M. 1972. — Im folgenden wird aber, wenn nicht anders vermerkt, weiter nach dem Aufsatz in der FAZ zitiert.

<sup>10</sup> *M. Kruk*, a.a.O. — „1662 von den 2053 Befragten, also mehr als 80 Prozent, haben sich der Mühe unterzogen, die sechs Seiten des Bogens mit ihren rund 50 Fragen auszufüllen, meist mit minutiöser Genauigkeit und vielfach unter Beifügung erläuternder Ausführungen in gesonderten Schreiben“. Ebenda.

<sup>11</sup> Ebenda.

<sup>12</sup> Ebenda.

<sup>13</sup> Ebenda.

<sup>14</sup> So in einer Sendung des Hessischen Rundfunks über „Die neuen Herrscher“ v. 31. März 1970; zit. bei *M. Kruk*, a.a.O.

<sup>15</sup> *M. Kruk*, a.a.O.

<sup>16</sup> *Benno Biermann*, Die soziale Struktur der Unternehmerschaft. Demographischer Aufbau, soziale Herkunft und Ausbildung der Unternehmer in Nordrhein-Westfalen, Stuttgart 1971.

<sup>17</sup> Ebenda, 20.

<sup>18</sup> Ebenda, 165.

<sup>19</sup> Ebenda, 169.

<sup>20</sup> Ebenda, 192.

## II. 2. Das Bild des Unternehmers in der Öffentlichkeit (S. 47)

<sup>1</sup> *Günter Schmölders* hat in der bereits zitierten, von ihm geleiteten Untersuchung über „das Unternehmerbild in der Bundesrepublik“ die letztere Unterscheidung vorgenommen. Er erklärt das so: „Sehr bedeutsam ist der Unterschied zwischen dem Unternehmerfern- und dem Unternehmernahbild, wie man es nennen könnte; während es sich beim Fernbild in erster Linie um ein mehr oder weniger unreflektiertes massenpsychologisches Stereotyp handelt, enthält das individuelle Nahbild vom Unternehmer die eigenen Erfahrungen, die der einzelne in seinem beruflichen oder privaten Leben im Umgang mit konkreten Unternehmerpersönlichkeiten gemacht zu haben glaubt“. A.a.O. — Die Ergebnisse der Schmölders-Befragung sind inzwischen auch in *Günter Schmölders* (Hrsg.), *Der Unternehmer im Ansehen der Welt*, Bergisch Gladbach 1971, 12 ff., erschienen, wo sich weitere interessante Studien zum Bild des Unternehmers in vielen Ländern und bei verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen (Gewerkschaften, Intellektuelle) finden.

<sup>2</sup> *Eduard Baumgarten*, Öffentliche Meinung, in: *Staatslexikon*, 6. Aufl., 1960, Bd. 5, Sp. 1189.

<sup>3</sup> Ebenda, 1184.

<sup>4</sup> *R. Krämer-Badoni*, a.a.O. — Die von mir im Zitat mit (!) versehenen Begriffe oder Begriffsgruppen sind nur schriftstellerische Umschreibungen oder Varianten dessen, was wir sonst öffentliche Meinung nennen.

<sup>5</sup> Vgl. Anm. 1 dieses Abschnitts.

<sup>5a</sup> Der Verfasser gesteht, daß ihm an dieser Stelle nicht ganz wohl zumute ist; denn er fühlt, er könne hier möglicherweise selbst allzu gängigen Stereotypen aufsitzen, nämlich, daß „die Fernsehanstalten“ „fast immer“ „ein schlechtes Bild“ „des Unternehmers“ zeichnen. Er möchte sich gern eines anderen und besseren belehren lassen, wenn das möglich wäre. Aber er schildert hier Eindrücke, die er auch mit anderen teilt.

<sup>6</sup> *Erwin K. Scheuch*, a.a.O., 144 f.

<sup>7</sup> *R. Krämer-Badoni*, a.a.O.

<sup>8</sup> Vgl. Anm. 1 dieses Abschnitts.

<sup>9</sup> Neben dem bereits herangezogenen Aufsatz „Das Bild des Unternehmers in der Bundesrepublik“ und dem unter Anm. 1 dieses Abschnitts zitierten Buch können wir uns noch stützen auf *Günter Schmölders*, *Unternehmerbild* — Insgesamt sehr positiv, in: *DIALOG*, Magazin für Politik und Wirtschaft, 2. Jg., H. 8/1971, 58–59. — Vgl. des weiteren *Elisabeth Noelle-Neumann*, *Unternehmerbild und öffentliche Meinung*, in: *Wirtschaft und öffentliche Meinung*, a.a.O., 179 ff.

<sup>10</sup> *G. Schmölders*, *Das Bild . . .*, a.a.O.

<sup>11</sup> Ebenda.

<sup>12</sup> Ebenda.

<sup>13</sup> Ebenda.

<sup>14</sup> *E. Noelle-Neumann*, a.a.O., 179.

<sup>15</sup> Ebenda, 192.

<sup>16</sup> Ebenda, 196.

<sup>17</sup> *Günter Schmolders*, Unternehmerbild — Insgesamt sehr positiv, a.a.O., 59.

<sup>18</sup> Ebenda.

### III. ENTIDEOLOGISIERUNG DES UNTERNEHMERS

#### 1. Wer ist Unternehmer? (S. 58)

<sup>1</sup> Jahrbuch der öffentlichen Meinung 1947—1955 (Hrsg. v. *E. Noelle u. E. P. Neumann*), Allensbach/Bodensee, Verl. für Demoskopie 1956, 100.

<sup>2</sup> *G. Schmolders*, Das Bild vom Unternehmer in der Bundesrepublik, a.a.O.

<sup>3</sup> *B. Biermann*, a.a.O., 9.

<sup>4</sup> Bei *Schumpeter* ist der Unternehmer im Rahmen seiner „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“ (1911) als dasjenige wirtschaftliche Agens definiert, das der Motor dieser Entwicklung ist, als die eigentliche dramatis persona auf der wirtschaftlichen Bühne.

<sup>5</sup> *B. Biermann*, a.a.O., 7.

<sup>6</sup> Ebenda, 9.

<sup>7</sup> Ebenda, 10.

<sup>8</sup> Ebenda, 11 f.

<sup>9</sup> Vgl. oben den Abschnitt: Woher kommen Unternehmer heute? 41 ff.

<sup>10</sup> *Joseph A. Schumpeter*, Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung, Berlin 1952, 111.

<sup>11</sup> Ebenda, 100 f.

<sup>12</sup> *Ders.*, Konjunkturzyklen, I, a.a.O., 110.

<sup>13</sup> Ebenda, 95.

<sup>14</sup> Ebenda, 111.

<sup>15</sup> *Heinrich Nordhoff*, Unternehmensführung und Personalpolitik im Wandel unserer Zeit. Sonderdruck, Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, Wiesbaden, o. J., 12; Unterstreichungen im Original.

<sup>16</sup> *Franz Böhm*, Der Zusammenhang zwischen Eigentum, Arbeitskraft und dem Betreiben eines Unternehmens, a.a.O., 30.

<sup>17</sup> So § 1 der Gewerbeordnung für das Deutsche Reich, 1869.

<sup>18</sup> *F. Böhm*, Die rechtliche Problematik der paritätischen Mitbestimmung; in: Mitbestimmung, hrsg. u. eingel. von *Götz Briefs*, Seewald Verlag Stuttgart 1967, 121 ff., hier 165.

<sup>19</sup> Ebenda, 164.

<sup>20</sup> Ebenda.

<sup>21</sup> *Ders.*, Menschenwürde und Marktwirtschaft. Ein Briefwechsel über die Mitbestimmung. Sonderdruck der FAZ v. 3. Januar 1967.

<sup>22</sup> *Ders.*, Der Zusammenhang . . ., a.a.O., 31.

<sup>23</sup> *J. A. Schumpeter*, Konjunkturzyklen, I, a.a.O., 112.

<sup>24</sup> Ebenda, 112, Anm. 37.

<sup>25</sup> *Fritz Redlich*, *Der Unternehmer*, a.a.O., 177.

<sup>26</sup> *G. Schmölders*, *Das Bild vom Unternehmer in der Bundesrepublik*, a.a.O.

### III. 2. Was hat ein Unternehmer zu tun? (S. 69)

<sup>1</sup> *E. Noelle-Neumann*, *Unternehmerbild und öffentliche Meinung*, a.a.O., 192 f.

<sup>2</sup> *E. K. Scheuch*, *Das Bild der Wirtschaft in nichtwirtschaftlichen Sendungen der Massenmedien*, a.a.O., 141 f.

<sup>3</sup> *J. A. Schumpeter*, *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*, 228, Anm. 18.

<sup>4</sup> *G. Briefs*, *Der verkannte Unternehmer*, a.a.O.

### III. 3. Der Unternehmer in der Marktwirtschaft (S. 71)

<sup>1</sup> Verlag Fromm, Osnabrück 1971.

<sup>2</sup> *Hans Günther Meissner*, *Krise der Gesellschaft — Krise der Führungskräfte*. Unveröff. Referat, geh. auf der Jahrestagung des Bundes Katholischer Unternehmer (Juniorengruppe) am 19. Juni 1971 in Schloß Rheinhartshausen b. Eltville, Manuskript (erhältlich bei der Geschäftsstelle des BKU, Köln), 5 f.

<sup>3</sup> Das bekannte Wort *Walter Rathenau*: „Die Wirtschaft ist unser Schicksal!“ wird in gewisser Weise immer mehr relativiert werden.

<sup>4</sup> *Wilfrid Schreiber*, *Unser heutiger Standort in der sozialen Entwicklung*. Unveröff. Vortrag vor der Jahrestagung des Bundes Katholischer Unternehmer e.V. in Bad Neuenahr am 15. Oktober 1971, Manuskript (erhältlich bei der Geschäftsstelle des BKU, Köln), 15.

<sup>5</sup> *T. Browaldh* (Direktion der Aktiebolaget Svenska Handelsbanken, Stockholm), *Die Sozialisierungsfrage in Schweden*; in: *Sozialisierung, Unternehmerinitiative und Produktivität in Europa*. Lebendige Wirtschaft, Bd. 8, Darmstadt 1955, 209 ff., hier 220.

<sup>6</sup> Zit. ebenda, 216.

<sup>7</sup> Ebenda, 221.

<sup>8</sup> *Claus Gennrich*, *Inflation und Steuern fressen den Wohlfahrtsstaat*; in: *FAZ* Nr. 162 v. 17. Juli 1971, 13.

<sup>9</sup> Vgl. hierzu auch meinen Aufsatz: *Unternehmer im Entscheidungsprozeß*; in: *Menschen im Entscheidungsprozeß*, hrsg. v. *A. Klose* und *R. Weiler*, Wien, Freiburg, Basel 1971, 265 ff.

<sup>10</sup> *J. P. Hamilius*, a.a.O.

<sup>11</sup> *Kommunistisches Manifest*, 1848.

### III. 4. Der „Profit“ (S. 79)

<sup>1</sup> Die Joint Conference „World Council of Churches and Uniapac“, Rotterdam 6th — 7th June 1968, eine Studienkonferenz von großen Unternehmern und beiden Kirchen, stellt dies bedauernd in ihrem Bericht fest: „The Churches are inclined to see economic phenomena such as prices, employment or levels of prosperity, primarily as matters of justice and overlook their role as indicators of basis realities“. — Second Draft — Integrated Report (Unveröff. Manuskript).

<sup>2</sup> *G. Briefs*, *Der verkannte Unternehmer*, a.a.O.

<sup>3</sup> Vgl. *Siegfried Sterner*, Das Schlagwort von der Lücke; in: FAZ Nr. 121 v. 25. Mai 1968, 17.

<sup>4</sup> *G. Briefs*, Der verkannte Unternehmer, a.a.O.

<sup>5</sup> *J. P. Hamilius*, a.a.O.

<sup>6</sup> Vgl. zum Ganzen die knappe und ausgezeichnete Darstellung von *Wilfrid Schreiber*, Die gesellschaftlichen Funktionen des Unternehmergewinns, Beiträge zur Gesellschaftspolitik, Nr. 2, hrsg. vom Bund Katholischer Unternehmer e.V., Köln 1968.

<sup>7</sup> Rechnerisch sähe die Sache so aus:

Unternehmergewinn = Bilanzgewinn  $\div$  (Zinsen für Eigenkapital + Unternehmerlohn).

<sup>8</sup> Vgl. *W. Schreiber*, a.a.O., 3 ff.

<sup>9</sup> Ebenda, 3.

<sup>10</sup> Ebenda.

<sup>11</sup> Ebenda, 4.

<sup>12</sup> Ebenda, 5.

<sup>13</sup> Vgl. auch dazu *W. Schreiber*, a.a.O., 6 ff.; ferner *Hans-Joachim Rüstow*, Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Unternehmergewinns — Eine Differentialgewinn-Theorie; in: Der Mensch im sozioökonomischen Prozeß, Festschrift für *Wilfrid Schreiber* zum 65. Geburtstag, Berlin 1969, 165 ff.

<sup>14</sup> *H. J. Rüstow*, a.a.O., 168 f.

<sup>15</sup> *W. Schreiber*, a.a.O., 8.

<sup>16</sup> Ebenda, 15.

<sup>17</sup> Ebenda, 16.

<sup>18</sup> *Wolfgang Frickehöffer*, Gesellschaftspolitische Folgerungen in einer freiheitlichen Ordnung, Schriftenreihe der Aktionsgemeinschaft Soziale Marktwirtschaft (ASM), hrsg. v. *Franz Böhm* u. a., H. 8, Ludwigsburg 1969, 22.

<sup>19</sup> Ebenda.

### III. 5. Wer soll Unternehmer sein? (S. 87)

<sup>1</sup> *Franz Böhm*, Der Zusammenhang zwischen Eigentum, Arbeitskraft und dem Betreiben eines Unternehmens, a.a.O., 35.

<sup>2</sup> *B. Biermann*, a.a.O., 24.

<sup>3</sup> *Max Weber*, Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriß der verstehenden Soziologie. Studienausg., hrsg. v. *Johannes Winkelmann*, Köln-Berlin 1964, 701.

<sup>4</sup> Ebenda, 854.

<sup>5</sup> *B. Biermann*, a.a.O., 23 f.

<sup>6</sup> Vgl. zu diesem Fragenkreis auch die Ausführungen auf S. 64 f.

<sup>7</sup> *F. Böhm*, Der Zusammenhang . . ., a.a.O., 37 f.

<sup>8</sup> Ebenda, 33.

<sup>9</sup> Dies ist allerdings in einer immer mehr dem Egalitarismus zuneigenden Gesellschaft ein schwieriges Problem. Am Egalitarismus könnte, unter dem Druck des Neides, einmal unsere freiheitliche Gesellschaftsordnung Schiffbruch erleiden.

<sup>10</sup> *F. Böhm*, Der Zusammenhang . . ., a.a.O., S. 44.

### III. 6. Der Unternehmer und seine Mitarbeiter (S. 91)

<sup>1</sup> *E. K. Scheuch*, Das Bild der Wirtschaft in nichtwirtschaftlichen Sendungen, a.a.O., 137 f.

<sup>2</sup> Ebenda, 143.

<sup>3</sup> E. Noelle-Neumann, Unternehmerbild und öffentliche Meinung, a.a.O., 181 f.

<sup>4</sup> Ebenda, 182.

<sup>5</sup> Vgl. *Eduard Gaugler*, Katholisches Menschenbild und Mitarbeiterführung im Betrieb, Sonderdruck aus „die sendung“, 4/65, bes. 4 ff.

<sup>6</sup> *Heinrich Nordhoff*, Unternehmensführung und Personalpolitik im Wandel unserer Zeit. Sonderdruck, Wiesbaden, o. J., 2 f.

<sup>7</sup> A. E. C. Drake, Die Kunst des Führens; in: Rheinischer Merkur Nr. 46 v. 14. November 1969, 37.

<sup>8</sup> H. G. Meissner, a.a.O., 13.

<sup>9</sup> H. Nordhoff, a.a.O., 20 f. — Vgl. zum Ganzen auch *Herbert Lehmann*, Probleme der Menschenführung im modernen Arbeitsleben. Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft zur Förderung der Arbeitsbeziehungen in Baden-Württemberg, H. 13, Stuttgart, o. J. Ferner *Hans-Hermann Groothoff*, Zum Pöblem „Führung“ in der modernen Gesellschaft; in: Unternehmer und Bildung. Festschrift zum 60. Geburtstag von *Ludwig Vaubel*, Köln und Opladen 1968. Ferner *Hanns Martin Schleyer*, Führung in der Wirtschaft; in: Führung in einer freiheitlichen Gesellschaft, Veröffentlichungen der Walter-Raymond-Stiftung, Bd. 11, Köln und Opladen 1969, 113 ff

<sup>10</sup> H. Nordhoff, a.a.O., 23.

### III. 7. Unternehmer und Schule (S. 96)

<sup>1</sup> E. Noelle-Neumann, Unternehmerbild und öffentliche Meinung, a.a.O., 187. — Welche Sumpfdotterblumen des „Klassenkampfes“ auf den Spielwiesen der Radikalen an unseren „Hohen“ Schulen wachsen, dafür stehe als Beispiel folgende „Schöpfung“:

Der Vati geht in die Fabrik  
zur Arbeit, und das ist sehr lieb,  
er schuftet dort von früh bis spät  
für'n Boß, der in'ner Villa lebt.  
Nach Feierabend sind wir froh,  
daß Vati kommt, da sagt er: „So,  
jetzt will ich erst mal Ruhe ha'm  
nach all dem Scheißschlamasselkram,  
nach all dem Scheißschlamasselkram!“

Die Kinder verstehen, daß ihr Vater nach der Arbeit immer kaputt ist, und sie sind sehr sauer auf den Boß, daß er ihren Vater immer kaputt macht. Eines Tages, als schon alle Kinder in die Schule gehen, singen sie ihrem Vater ein Lied:

Ab sechs wir in die Schule geh'n  
zum Lernen und zum Stillesteh'n;  
wir lernen dort von früh bis spät  
gehorden und wie's Rechnen geht: 1, 2, 3.  
Nach Schulschluß aber sind wir froh,  
da sagen wir den Eltern: „So!  
Jetzt woll'n wir erst mal Ruhe ha'm“.  
Der Vater staunt nicht schlecht und spricht:  
„Ja, gefällt euch denn die Schule nicht?“

„Die Schule schon, doch nicht der Drill,  
wir müssen tun, was der Lehrer will:  
Wir sollen schweigen, doch Interesse zeigen.  
Wir sollen nicht reden, doch Antwort geben,  
die Ohren spitzen, sonst bleiben wir sitzen.  
Wer macht 'nen Klecks, der kriegt 'ne Sechs.  
Hände aus den Taschen nehmen,  
beim Grüßen ha'm wir aufzustehen.  
Im Schulhaus soll'n wir leise sein  
und draußen dürfen wir nicht schrei'n“.

„Ja, Menschenkind, das ist ja wie in der Fabrik, nur, daß ihr da kein Geld für kriegt!“ „Und“, sagen die Kinder, „daß wir keinen Boß haben, dem das nützt“. „Doch“, sagt Vati, „doch, denn wenn ihr mal größer seid und aus der Schule kommt, dann geht ihr in die Fabrik arbeiten. Und wem gehört die Fabrik?“ „Dem Boß!“ „Und wem nützt es, wenn die Arbeiter immer gehorchen und sich nicht wehren?“ „Dem Boß!“ „Und wo lernt man das Gehorchen?“ „In der Schule!“

Da sagte der Vati: „Das ist richtig,  
denn wem das ganze nützt, ist wichtig.  
Ihr sollt nicht lärmern und nicht schrei'n,  
ihr sollt wie eure Väter sein.  
Ihr sollt gehorchen und nicht fragen,  
ihr sollt mal reichlich Früchte tragen,  
damit der Boß noch reicher wird  
und ihm die ganze Stadt gehört“.

„Schluß jetzt!“ riefen da die Kinder, „jetzt reicht's aber! Das erzählen wir unseren Mitschülern — und den Lehrern“. Und ihrem Vater sagten sie, daß er jetzt endlich mal mit seinen Kollegen den Boß wegzagen soll. Und von dem Geld, das der Boß in einem Jahr gekriegt hätte, bauen sie sich dann eine schöne neue Schule, mit Spielplatz und Werkräumen, und mit vielen Lehrern. Und da sie dann ja viele Lehrer haben, können sie auch viel lernen und werden sehr schlau. Und man muß schon sehr schlau sein, wenn man sich nicht mehr von einem Boß ausbeuten lassen will.

Aus: „Semesterspiegel“, Univ. Münster, Nr. 132, Okt. 1972.

<sup>2</sup> *Gerhard Szczesny*, Abschied von der Linken; in: FAZ Nr. 186 v. 14. August 1971 (Wochenendbeilage).

<sup>3</sup> *Wilhelm Weisser*, Diskussionsbeitrag zu *E. Noelle-Neumann*, Unternehmerbild und öffentliche Meinung, a.a.O., 215 f.

<sup>4</sup> *E. Noelle-Neumann*, ebenda, 194 f.

<sup>5</sup> Ebenda, 195.

<sup>6</sup> *Hugo Möller*, Diskussionsbeitrag zu *E. Noelle-Neumann*, a.a.O., 217 f.

### III. 8. Unternehmer und Kirche (S. 100)

<sup>1</sup> *Joseph Höffner*, Das Unternehmerbild in der katholischen Soziallehre. Vortrag vor dem Gesprächskreis „Kirche und Wirtschaft“ in Münster am 30. Januar 1968 (unveröff. Manuskript).

<sup>2</sup> *Johannes Messner*, a.a.O., 1 f.

<sup>3</sup> *Wilfrid Schreiber*, Warum BKU? In: Bund Katholischer Unternehmer. Grundsätze und Ziele (Werbeschrift), o. J., o. S.

<sup>4</sup> Internationaler Verband Christlicher Unternehmer mit Sitz in Brüssel.

<sup>5</sup> Das „Schema XIII“ war der dem Zweiten Vatikanischen Konzil zur Beratung vorliegende Entwurf zur späteren „Pastoralkonstitution über die Kirche in der Welt von heute“.

<sup>6</sup> *Peter H. Werhahn*, Unternehmerische Verantwortung und ökumenisches Denken, Münster 1965, 15.

<sup>7</sup> *Wilhelm Röpke*, Ethik und Wirtschaftsleben, a.a.O., 15.

<sup>8</sup> Die im nachfolgenden Text verwendeten Sigla bedeuten: GS = Pastoralkonstitution über die Kirche in der Welt von heute (Gaudium et Spes), 1965; MM = Enzyklika „Mater et Magistra“ Papst Johannes' XXIII., 1961; PP = Enz. „Polorum progressio“ Papst Pauls VI., 1967; PT = Enz. „Pacem in terris“ Papst Johannes' XXIII., 1963; QA = Enz. „Quadragesimo anno“ Papst Pius' XI., 1931; RN = Enz. „Rerum novarum“ Papst Leos XIII., 1891; U-G = A. F. Utz — J. F. Groner, Aufbau und Entfaltung des gesellschaftlichen Lebens. Soziale Summe Pius' XII., Freiburg (Schweiz), 3 Bände, o. J. (Die Ziffern zu U-G beziehen sich auf die durchlaufenden Nummern am Seitenrand).

<sup>9</sup> *J. Messner*, a.a.O., 24.

### III. 9. Die Selbstdarstellung des Unternehmers (S. 107)

<sup>1</sup> *E. Noelle-Neumann*, Unternehmer und öffentliche Meinung, a.a.O., 195.

<sup>2</sup> *Werner Sombart*, Kapitalismus; in: Handwörterbuch der Sozialwissenschaften.

<sup>3</sup> *Emil Küng*, Ist die Wirtschaft neutral? In: Rheinischer Merkur Nr. 42 v. 19. Oktober 1962. — Hierher gehört auch die Feststellung der Pastoralkonstitution des Konzils: „Nicht wenige Menschen, namentlich in den wirtschaftlich fortgeschrittenen Ländern, sind von der Wirtschaft geradezu versklavt, so daß fast ihr ganzes persönliches und gesellschaftliches Leben von ausschließlich wirtschaftlichem Denken bestimmt ist, und dies ebenso in Ländern, die einer kollektivistischen Wirtschaftsweise zugetan sind, wie in anderen“ (Gaudium et Spes, 63).

<sup>4</sup> *Johann Schasching*, Katholische Soziallehre und modernes Apostolat, Innsbruck 1956, 25.

<sup>5</sup> *W. Schreiber*, Warum BKU? A.a.O.

## LITERATURHINWEISE

- Biermann, Benno*: Die soziale Struktur der Unternehmerschaft. Demographischer Aufbau, soziale Herkunft und Ausbildung der Unternehmer in Nordrhein-Westfalen, Stuttgart 1971.
- Böhm, Franz*: Der Zusammenhang zwischen Eigentum, Arbeitskraft und dem Betreiben eines Unternehmens; in: Das Unternehmen in der Rechtsordnung. Festgabe für Heinrich Kronstein aus Anlaß seines 70. Geburtstages am 12. September 1967, hrsg. v. Kurt Biedenkopf u. a., Karlsruhe 1967, 11 ff.
- Clausen, Lars*: Behauptung der Magie; in: Internationales Jahrbuch für Religionssoziologie, Bd. 5 (1969), Köln und Opladen 1969, 141 ff.
- Fertsch-Roever, Dieter (u. Juchems, Heribert)*: Der häßliche Unternehmer, Köln 1972.
- Greiß, Franz*: Macht und Ethos des Unternehmers; in: Rheinischer Merkur. Beilage zur „Deutschland-Ausgabe 1961“.
- Groothoff, Hans-Hermann*: Zum Problem „Führung“ in der modernen Gesellschaft; in: Unternehmer und Bildung. Festschrift zum 60. Geburtstag von Ludwig Vaubel, Köln und Opladen 1968.
- Hamilius, Jean Pierre*: Verstehen Intellektuelle die Marktwirtschaft? In: FAZ Nr. 223 v. 29. September 1970.
- Höffner, Joseph*: Das Unternehmerbild in der katholischen Soziallehre. Vortrag vor dem Gesprächskreis „Kirche und Wirtschaft“ in Münster am 30. Januar 1968 (Unveröff. Manuskript).
- Juchems, Heribert (s. Fertsch-Roever, Dieter)*
- Krämer-Badoni, Rudolf*: Geistige Voraussetzungen unternehmerischer Public Relations. Festvortrag 1966 in Hannover, hrsg. v. Fachverlag für das graphische Gewerbe GmbH, München, o. J., o. S.
- Kruk, Max*: Die großen Unternehmer. Woher sie kommen, wer sie sind, wie sie aufstiegen, Frankfurt a. M. 1972.
- Messner, Johannes*: Das Unternehmerbild in der katholischen Soziallehre. Beiträge zur Gesellschaftspolitik, hrsg. v. Bund Katholischer Unternehmer e.V., Köln, Nr. 3, Köln 1968.
- v. Nell-Breuning, Oswald*: Kapitalismusproblem und Kapitalismuskritik; in: Schweizerische Rundschau, 28. Jg. (1929), H. 10.
- Noelle-Neumann, Elisabeth*: Unternehmerbild und öffentliche Meinung; in: Wirtschaft und öffentliche Meinung. Veröff. der Walter-Raymond-Stiftung, Bd. 14, Köln 1972, 179 ff.
- Nordhoff, Heinrich*: Unternehmensführung und Personalpolitik im Wandel unserer Zeit. Sonderdruck. Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, Wiesbaden, o. J.
- Rauscher, Anton (Hrsg.)*: Ist die katholische Soziallehre antikapitalistisch? Köln 1968.
- Redlich, Fritz*: Der Unternehmer. Wirtschafts- und sozialgeschichtliche Studien, Göttingen 1964.
- Röpke, Wilhelm*: Ethik und Wirtschaftsleben; in: Wirtschaftsethik heute, Hamburg 1956.
- Rüstow, Hans-Joachim*: Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Unternehmergewinns. Eine Differentialgewinn-Theorie; in: Der Mensch im sozio-ökonomischen

Prozeß. Festschrift für Wilfrid Schreiber zum 65. Geburtstag, Berlin 1969, 165 ff.  
*Schasching, Johann*: Katholische Soziallehre und modernes Apostolat, Innsbruck 1956.

*Scheuch, Erwin K.*: Das Bild der Wirtschaft in nichtwirtschaftlichen Sendungen der Massenmedien; in: *Wirtschaft und öffentliche Meinung*, Veröff. der Walter-Raymond-Stiftung, Bd. 14, Köln 1972, 135 ff.

*Schmölders, Günter*: Der Unternehmer im Ansehen der Welt, Bergisch-Gladbach, 1971.

*Schreiber, Wilfrid*: Die gesellschaftliche Funktion des Unternehmergewinns. Beiträge zur Gesellschaftspolitik. Hrsg. v. Bund Katholischer Unternehmer e. V., Köln, Nr. 2, Köln 1968.

*Ders.*: Warum BKU? In: *Bund Katholischer Unternehmer. Grundsätze und Ziele* (Werbeschrift), o. J., o. S.

*Schumpeter, Joseph A.*: *History of Economic Analysis*, Oxford Univ. Press, 2. Aufl. London 1955.

*Ders.*: *Konjunkturzyklen, I und II* (Aus dem Englischen), Grundriß der Sozialwissenschaft, Göttingen 1961.

*Ders.*: *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*, 5. Aufl. Berlin 1952.

*Weber, Wilhelm*: *Kapitalismus und Unternehmer in katholischer Sicht*. Beiträge zur Gesellschaftspolitik, hrsg. v. Bund Katholischer Unternehmer e. V., Köln, Nr. 1, Köln 1968.

*Ders.*: *Unternehmer im Entscheidungsprozeß*; in: *Menschen im Entscheidungsprozeß*, hrsg. v. A. Klose und R. Weiler, Wien, Freiburg, Basel 1971, 265 ff.

*Werhahn, Peter H.*: *Unternehmerische Verantwortung und ökumenisches Denken*, Münster 1965.

# **GESELLSCHAFT KIRCHE – WIRTSCHAFT**

Herausgegeben von der Internationalen Stiftung Humanum, Lugano

## **Band 1**

Reinhard Veller

Dialog zwischen Kirche und Wirtschaft

1973, 90 Seiten, kt. DM 12,—, ISBN 3-7756-7551-5

## **Band 2**

Reinhard Veller

Theologie kirchlicher Industrie- und Sozialarbeit

1973, ca. 220 Seiten, kt. ca. DM 25,—, ISBN 3-7756-7550-7

## **Band 3**

Kirche und Wirtschaftsgesellschaft, Sendereihe Radio Vaticana  
ca. 480 Seiten, kt. ca. DM 24,—, ISBN 3-7756-7552-3, in Vorbereitung

## **Band 4**

Marktwirtschaft und soziale Verantwortung

Dr. B. Gemper, im Auftrag der Evangelischen Akademie Loccum

1973, ca. 450 Seiten, kt. ca. DM 25,—, ISBN 3-7756-7553-1

## **Band 5**

Oeconomia Humana

Wirtschaft und Gesellschaft auf dem II. Vatikanischen Konzil

1973, 574 Seiten, kt. DM 24,—, ISBN 3-7756-7554-X

## **Band 6**

Auswirkungen und Berechtigungen von Arbeitskonflikten in unserer Zeit  
Internationale Konferenz Zürich

ca. 184 Seiten, kt. ca. DM 22,—, ISBN 3-7756-7555-8, in Vorbereitung

## **Band 7**

Wilhelm Weber

Der Unternehmer

Eine umstrittene Sozialgestalt zwischen Ideologie und Wirklichkeit

1973, 128 Seiten, kt. DM 19,—, ISBN 3-7756-7556-6

**HANSTEIN**