

Universität Konstanz, SS 21

Fachbereich: Philosophie

Seminar: Business Ethics

Dozent/in: Prof. Dr. Susanne Burri

**Sind Luxusgüter unmoralisch?**  
**Eine Kritik am „*Market Failures Approach*“**  
**von Joseph Heath am Beispiel von Luxusgütern**

Vorgelegt von:

Noah Meier, 01.07.21

Matrikelnummer: 01/845898

Mail: [noah.meier@uni-konstanz.de](mailto:noah.meier@uni-konstanz.de)

## **Inhaltsverzeichnis**

<b>1. Einleitung</b>	<b>-----S.1</b>
<b>2. “<i>Market Failures Approach</i>” von Joseph Heath</b>	<b>-----S.2</b>
<b>3. Kritik am „<i>Market Failures Approach</i>“</b>	<b>-----S.8</b>
<b>4. Mögliche Einwände gegen die Kritik</b>	<b>-----S.12</b>
<b>5. Konklusion</b>	<b>-----S.15</b>

## 1. Einleitung

In der nachfolgenden Arbeit setze ich mich mit Joseph Heaths Theorie der Wirtschaftsethik auseinander. In der Wirtschaftsethik („*Business Ethics*“) setzt sich die Moralphilosophie damit auseinander welchen Normen die wirtschaftliche Praxis unterliegt. Heath argumentiert in seiner Theorie, die er „*Market Failures Approach*“ oder kurz „*MFA*“ nennt, gegen die Gegner der Wirtschaftsethik. Diese Gegner, von denen Heath spricht, sehen bereits in dem Wort „*Wirtschaftsethik*“ ein Oxymoron und behaupten, dass die wirtschaftliche Betätigung grundsätzlich nicht moralisch sein kann. In seiner Moraltheorie der Wirtschaftsethik argumentiert Heath dafür, dass die wirtschaftliche Betätigung moralisch sein kann. Dafür baut Heath seine Moraltheorie auf einigen Grundkonzepten der Wirtschaftswissenschaften auf, wie unter anderem das Prinzip der „*Effizienz*“, das zentral für Heaths Moraltheorie ist.

In der Folgenden Arbeit werde ich zunächst Heaths „*Market Failures Approach*“ vorstellen und den Hergang seiner Theorie aus den Grundkonzepten der Wirtschaftswissenschaften nachverfolgen. Danach möchte ich das Beispiel der Luxusgüter vorstellen, anhand dessen ich meine Kritik an Heaths Theorie aufbauen will. Das Beispiel der Luxusgüter dient dazu einen Fall vorzustellen, der laut Heaths *MFA* keine moralischen Probleme nach sich ziehen sollte, aber unserer Intuition nach trotzdem unmoralisch erscheint. In meiner Kritik beziehe ich mich auf die Analysen von Thorstein Veblen über den menschlichen Konsum und die Forschungsergebnisse von Laurie Simon Bagwell und B. Douglas Bernheim, die Veblens Analyse des menschlichen Konsums im Kontext der Wirtschaft interpretieren.

Die nachfolgende Arbeit formuliert eine Kritik an Heaths Theorie und dem Wirtschaftssystem, das Heath versucht durch seine Theorie zu verteidigen. Die Kritik an Heaths Moraltheorie wird zu dem Ergebnis kommen, dass die *MFA* auf zwei Ebenen kritisiert werden kann. Die Kritik soll auf der ersten Ebene zeigen, dass die *MFA* zumindest dafür kritisiert werden kann, dass sie nicht genügend Handlungsanweisungen gibt und auf der zweiten Ebene soll gezeigt werden warum sich Heaths *MFA* nicht erfolgreich gegen die Gegner der Wirtschaftsethik verteidigen kann.

## 2. „Market Failures Approach“ von Joseph Heath

Der Austausch von Ressourcen ist ein zentraler Aspekt für das menschliche Zusammenleben. Tagtäglich tauschen wir verschiedene Dinge miteinander, um unsere Bedürfnisse zu erfüllen. Das Ausmaß in dem dieser Austausch von Ressourcen stattfindet wird immer größer und der technische Fortschritt erlaubt uns heutzutage globale Handelsnetzwerke aufzubauen, aber das zugrundeliegende Konzept von Angebot und Nachfrage ist seit dem Naturalientausch unverändert.

Das Prinzip von Angebot und Nachfrage drückt eine Handelsbeziehung zwischen dem Käufer und Verkäufer aus. Der Tausch ist eine Interaktion zwischen zwei oder mehr Parteien, die jeweils unterschiedliche Interessen vertreten und somit kommt es oft zu Interessenskonflikten. Wie bei allen menschlichen Interaktionen unterliegt auch der Tausch gewissen Normen. Die Wirtschaftsethik ist die philosophische Auseinandersetzung damit, welchen Normen die wirtschaftliche Betätigung unterliegt. Der Wirtschaftsethik wird oft vorgeworfen, dass bereits das Wort „Wirtschaftsethik“ bereits eine Kontradiktion ist, beziehungsweise, dass die wirtschaftliche Betätigung schon etwas unmoralisches ist.

Joseph Heath formuliert diesen Gedanken von Gegnern der Wirtschaftsethik in „*Morality, Competition, and the Firm: The Market Failures Approach to Business Ethics*“<sup>1</sup> so:

*„Many people believe, (...) that the only way to maintain one’s ethical integrity in business is not to go into business. (...) Students are still routinely taught in their introductory economics classes that in a market economy, when engaged in market transactions, individuals act out of self-interest—whether it be by maximizing profits as producers, or by maximizing satisfaction as consumers. This sets up an almost indissoluble link in people’s minds between “profit-maximization” and “self-interest.” As a result, anyone who thinks that the goal of business is to maximize profits will also tend to think that business is all about self-interest. And since morality is widely regarded as a type of constraint on the pursuit of individual self-interest, it seems to follow quite naturally that business is fundamentally amoral, if not immoral.”*<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Heath, Joseph (2014) *Morality, Competition, and the Firm: The Market Failures Approach to Business Ethics*. Oxford Scholarship Online, May 2015.

<sup>2</sup> Ebd., S.2

Heath sieht den Ursprung für die Auffassung, dass die wirtschaftliche Betätigung unmoralisch ist in der Vermischung der Begriffe „*Eigennützigkeit*“ (self-interest) und „*Profitmaximierung*“ (profit-maximization). Allgemein wird die wirtschaftliche Betätigung oft als *eigennützig* verstanden, weil die wirtschaftliche Betätigung ein Mittel ist, um sich selbst zu bereichern. Laut der Kritik, ist ein Individuum, das sich als Käufer oder Verkäufer wirtschaftlich betätigt, immer auf seine eigene Profitmaximierung bedacht. Die Verbindung zwischen der wirtschaftlicher Betätigung und der *Eigennützigkeit* erzeugt bei vielen Menschen den Eindruck, dass die Wirtschaft ihrem Charakter nach etwas egoistisches ist und sich mit dem allgemein als etwas altruistisches verstandenen Charakter der Moral widerspricht.

Heath widerspricht dieser Auffassung. Heath sieht in der vorangegangenen Auffassung eine Vermischung der Begrifflichkeiten und fordert stattdessen eine klare Trennung zwischen dem Motiv der *Profitmaximierung* und der *Eigennützigkeit*. Er erklärt am Beispiel des Managers wie die beiden Begriffe getrennt werden sollten. Heath erklärt, dass die *Profitmaximierung* eine Verpflichtung von Managern gegenüber den Anteilseignern des Unternehmens ist, das den Manager anstellt, um ihr Unternehmen möglichst erfolgreich zu machen. Somit ist die *Profitmaximierung* eine berufliche Verpflichtung des Managers und steht damit nicht mit den *eigennützigen* Interessen eines Managers in Verbindung. Als *eigennützige* Interessen des Managers sieht Heath alle möglichen persönlichen Bedürfnisse eines Menschen an. Das bedeutet, dass ein Manager sich manchmal in einem inneren Interessenkonflikt wiederfinden kann, weil sich seine berufliche Pflicht, den Profit für sein Unternehmen zu maximieren, nicht mit seinen persönlichen Ansichten vereinbaren lässt. An diesem Beispiel von einem Managers, der in einem inneren Konflikt steht zwischen seinen eigennützigen Interessen und seiner beruflichen Verpflichtung den Profit für sein Unternehmen zu maximieren, verdeutlicht Heath die Trennung der Begriffe *Eigennützigkeit* und *Profitmaximierung*. Heath bezieht sich in seiner Arbeit explizit auf die Manager von Unternehmen, weil er der Meinung ist, dass sich die Wirtschaftsethik mit den Handlungsvorschriften für Manager auseinandersetzt.<sup>3</sup>

Hat sich Heath hiermit erfolgreich gegen die Kritiker der Wirtschaftsethik verteidigt? Rührt nicht die Kritik vielmehr daher, dass die *Profitmaximierung* an sich als unmoralisch angesehen wird? Sowohl die Bereicherung eines Managers wie die Bereicherung eines

---

<sup>3</sup> Vgl. Heath, S.2

Anteilseigners ist die Vermehrung des Eigenkapitals auf die Kosten anderer. Die Kritiker der Wirtschaftsethik kritisieren nicht die *Profitmaximierung* explizit von Managern, sondern vielmehr die *Profitmaximierung* selbst. Also muss das Motiv der *Profitmaximierung* gerechtfertigt werden, um die Wirtschaftsethik gegen seine Kritik zu verteidigen. Kann das Machen von Profit moralisch sein? Um eine Antwort auf diese Frage zu geben, baut Heath seine eigene Theorie der Wirtschaftsethik auf dem Grundprinzip der Wirtschaft auf: das Prinzip von Angebot und Nachfrage. Heath sieht die Wirtschaft, beziehungsweise den Markt, als eine Institution an, das von der Gesellschaft für die Befriedigung menschlicher Bedürfnisse instrumentalisiert wird. Laut Heath muss man zunächst das Gesamtsystem der Wirtschaft verstehen, um das Motiv der *Profitmaximierung* zu rechtfertigen. Hierfür müssen zunächst einige grundsätzliche Konzepte der Wirtschaft verstanden werden.

Der Markt stellt die Gesamtheit aller ökonomischen Interaktionen dar. Jeder einzelne Tausch basiert auf dem Prinzip von Angebot und Nachfrage. Die Nachfrage stellt ein Bedürfnis dar, beispielsweise das Bedürfnis einer Person einen Fisch essen zu wollen und das Angebot ist die Fähigkeit einer Person, die dieses Bedürfnis erfüllen kann, also in diesem Beispiel einen Fisch zu haben. Treffen nun die Person mit der Nachfrage nach einem Fisch und die Person mit einem Fisch im Angebot aufeinander, dann kann es zu einem Tausch kommen. Wenn es zu einem Tausch kommt, dann muss ein Preis bestimmt werden zu dem der Fisch getauscht wird. Der Preis zu dem die Güter getauscht werden wird durch das Verhältnis von Angebot und Nachfrage bestimmt. Gibt es mehr Menschen, die einen Fisch wollen als Menschen, die einen Fisch im Angebot haben; ist also die Nachfrage größer als das Angebot, dann steigt der Preis des Fisches. Wenn es mehr Fische im Angebot gibt als die Nachfrage danach, dann sinkt der Preis des Fisches. Dieses Phänomen wird auch „*die unsichtbare Hand*“ genannt und wurde bekannt durch Adam Smith. Im Optimalfall bringt die Lenkung des Preises durch Angebot und Nachfrage den Tauschpreis an den Punkt an dem der Markt „*frei*“ wird. Der Markt ist *frei*, wenn Angebot und Nachfrage im Gleichgewicht sind, das heißt die Menge der Güter im Angebot entspricht der Menge der nachgefragten Güter. Wenn dieser Idealzustand des Marktes erreicht wird, dann ist jeder ökonomische Akteur vollständig befriedigt. In anderen Worten gesagt bedeutet das, dass es nicht möglich ist den Zustand einer Person zu verbessern, ohne den Zustand einer anderen Person zu verschlechtern.<sup>4</sup> Dieser Zustand

---

<sup>4</sup> Vgl. Heath S.6

wird auch „*Pareto-Optimum*“ genannt und ist deshalb anzustreben, weil dadurch die effizienteste Verteilung von Gütern ermöglicht wird. Die effiziente Verteilung von Gütern, beziehungsweise die "Effizienz" der Wirtschaft ist für Heaths Theorie von zentraler Bedeutung. In einer effizienten Wirtschaft haben die Verkäufer alle Güter zum höchst möglichen Preis verkauft und die Käufer haben ihre Bedürfnisse zum möglichst niedrigen Preis befriedigt. Dadurch produziert eine *Pareto-optimale* Wirtschaft keinen Müll. Um die Preise in die Richtung zu steuern, dass ein *Pareto-Optimum* erreicht wird, ist der Wettbewerb ein unerlässlicher Faktor. Verkäufer und Käufer stehen in einem konstanten Wettbewerb untereinander zu welchem Preis sie die Güter kaufen oder verkaufen. Je geschickter man sich in diesem Wettbewerb anstellt, desto größer ist der Profit. Laut Heaths Darstellung ist der Profit ein Produkt des fairen wirtschaftlichen Wettbewerbs. Der Profit wird dadurch gerechtfertigt, dass er die Belohnung für ökonomische Akteure ist, die sich am geschicktesten in dem Wettbewerb um die Befriedigung menschlicher Bedürfnisse angestellt haben. Aus diesem Exkurs in die Wirtschaftswissenschaften soll klar werden wie der Profit im Gesamtkontext des Wirtschaftssystems gesehen nicht etwas rein Egoistisches ist, sondern ein Mittel ist, um wirtschaftliche Akteure dazu zu motivieren möglichst effizient menschliche Bedürfnisse zu bedienen. Deshalb dient laut Heath das Motiv der Profitmaximierung der gesamten Menschheit.

Damit ein Markt das *Pareto-Optimum* erreichen kann, muss der Wettbewerb auf dem Markt fair sein. Die Voraussetzungen unter denen ein Markt fair ist wird durch sogenannte „*Pareto-Voraussetzungen*“<sup>5</sup> festgelegt. Zu den *Pareto-Voraussetzungen* gehört beispielsweise die Symmetrie von Informationen, das heißt bei einem Tausch müssen der Verkäufer und Käufer die gleichen Informationen über die zu tauschenden Güter haben. Diese *Pareto-Voraussetzung* ist nicht erfüllt, wenn zum Beispiel der Verkäufer über sein Produkt lügt und seine Güter als etwas Besseres anpreist als sie es tatsächlich sind. Auf diese Weise entsteht eine Informationsasymmetrie, da der Käufer nicht über die gleichen Informationen wie der Verkäufer verfügt. Daraus folgt, dass der Käufer etwas kauft, das nicht seinen Erwartungen entspricht und ihn somit unbefriedigt zurücklässt. Die Informationsasymmetrie erzeugt ein Ungleichgewicht zwischen der Menge an verkauften Gütern und der Menge an befriedigten Käufern und hat eine Ineffizienz in der Verteilung von Ressourcen zur Folge. Neben der

---

<sup>5</sup> Ebd., S.10

Informationssymmetrie gibt es noch weitere *Pareto-Voraussetzungen*, die Heath nennt, damit das Pareto-Optimum erreicht werden kann. Dazu gehören:

- „1. *Minimize negative externalities.*
2. *Compete only through price and quality.*
3. *Reduce information asymmetries between firm and customers.*
4. *Do not exploit diffusion of ownership.*
5. *Avoid erecting barriers to entry.*
6. *Do not use cross-subsidization to eliminate competitors.*
7. *Do not oppose regulation aimed at correcting market imperfections.*
8. *Do not seek tariffs or other protectionist measures.*
9. *Treat price levels as exogenously determined.*
10. *Do not engage in opportunistic behavior toward customers or other firms.*”<sup>6</sup>

Heath bezeichnet den Zustand eines Marktes, der eine oder mehrere dieser Voraussetzungen nicht einhält als „*Marktversagen*“ („*market failure*“<sup>7</sup>). Wenn eine *Pareto-Voraussetzung* missachtet wird, dann stehen Angebot und Nachfrage nicht mehr im Gleichgewicht, das heißt die *unsichtbare Hand* des Marktes kann nicht mehr wirken und die Wirtschaft ist nicht mehr *effizient* in der Verteilung von Ressourcen. Das *Marktversagen* stellt einen Totalausfall der Wirtschaft als ein Mittel zur Befriedigung von menschlichen Bedürfnissen dar. Heaths Moraltheorie der Wirtschaftsethik setzt an diesem Punkt an und fordert von Managern, dass sie die *Pareto-Voraussetzungen* nicht missachten sollten, um noch mehr Profit zu machen. Aus dem Exkurs in die Wirtschaftswissenschaft ist laut Heath klar geworden, dass der Profit das Produkt eines fairen Marktes ist, der einen wirtschaftlichen Wettbewerb fördert. Dieser wirtschaftliche Wettbewerb ist stets ein Mittel, dessen Zweck es ist eine *effiziente* Verteilung von Ressourcen zu ermöglichen. Wenn ein Manager eine *Pareto-Voraussetzung* missachtet, um dadurch höhere Profite zu erzielen, dann ist das nach Heaths Darstellung eine Zweckentfremdung und Ausnutzung der Wirtschaft für ausschließlich egoistische Zwecke. Der Profit ist moralisch zu rechtfertigen, weil er als Endzweck die möglichst

---

<sup>6</sup> Ebd., S.12

<sup>7</sup> Ebd., S.10



*effiziente* Befriedigung von menschlichen Bedürfnissen hat. Wenn aber ein Manager die *Pareto-Voraussetzungen* missachtet, um noch mehr Profit zu machen, dann wird der Endzweck der Wirtschaft nicht erfüllt. Diese Art und Weise der *Profitmaximierung*, die ein *Marktversagen* in Kauf nimmt, erfüllt nicht den Zweck, der die *Profitmaximierung* moralisch rechtfertigt. Aus Heaths Perspektive betrachtet, könnte man sagen, dass die Ausnutzung von *Marktversagens* unmoralisch ist, weil dadurch das zentrale Motiv der *Effizienz* nicht mehr angestrebt wird.

### 3. Kritik am „Market Failures Approach“

Die vorangegangene Darstellung von Heaths Moraltheorie der Wirtschaftsethik erscheint zunächst die Ansprüche an eine gute Theorie zu erfüllen. Die Theorie ist simpel, weil durch den Begriff der Effizienz ein zentraler Wert für die Theorie steht und die Theorie erscheint solide, weil die *Effizienz* durch das Verständnis über die Grundkonzepte der Wirtschaft gerechtfertigt wird.

Ich möchte im Folgenden meine Kritik an Heaths *Market Failures Approach* präsentieren. Solange durch eine ökonomische Interaktion die *Effizienz* angestrebt wird, ist diese Interaktion laut Heath moralisch gerechtfertigt. Anhand des Beispiels von Luxusgütern möchte ich zeigen, dass es einen Fall für ökonomische Interaktionen gibt, die zwar den *Pareto-Voraussetzungen* unterliegen und somit die *Effizienz* anstreben, aber dennoch unserer Intuition nach unmoralisch sind. Das nachfolgende Gegenargument zu Heaths *MFA* stellt anhand von Luxusgütern ein Beispiel vor, das Heaths Anforderungen an Moralität entspricht, aber dennoch intuitiv unmoralisch ist und somit die *MFA* ad absurdum führen soll.

Zuvor möchte ich aber noch die Aussagen des Soziologen und Ökonom Thorstein Veblen vorstellen, die er im vierten Kapitel seines Werkes „*The Theory Of The Leisure Class*“<sup>8</sup> macht. Veblen sagt, dass der Konsum schon immer als ein Unterscheidungsmerkmal zwischen Menschen genutzt wurde. Zu den Anfängen der Menschheit, als der unizivilisierte Mensch noch mehr den Tieren glich, setzte sich das „*Alphamännchen*“ von den anderen Menschen durch sein Konsumverhalten ab, indem er als Erster von der gefangenen Beute aß und so viel aß wie er wollte. Veblen erklärt, dass der Konsum auch noch in unserer heutigen Gesellschaft dazu dient, um eine hierarchische Ordnung zu etablieren.<sup>9</sup> Laut Veblen unterscheidet sich die Art und Weise des Konsums je nachdem, ob man zur herrschenden Klasse oder zur beherrschten Klasse gehört. Die beherrschte Klasse konsumiert nur die grundlegenden Güter, die notwendig für das Überleben sind und konsumieren nicht viel was darüber hinaus geht. Die herrschende Klasse setzt sich von der beherrschten Klasse ab, indem sie „*auffallend*“ konsumiert („*conspicuous consumption*“<sup>10</sup>). Das heißt, dass der Konsum der herrschenden Klasse weit darüber hinausgeht als das was notwendig zum Überleben ist. Gleichzeitig wird die

---

<sup>8</sup> Veblen, Thorstein (1912) *The Theory Of The Leisure Class, An Economic Study of Institutions*. Macmillan Company. New Edition by B. W. Huebsch, July 1918. Pp. 68-101.

<sup>9</sup> Vgl. Veblen, S.73

<sup>10</sup> Ebd., S.68

Übermäßigkeit des Konsums zur Schau gestellt, um der beherrschten Klasse den Unterschied im Konsumverhalten zu präsentieren. Den *auffallenden Konsum* zeichnen also zwei Eigenschaften besonders aus. Erstens ist es die Übermäßigkeit zu dem dieser Konsum stattfindet und zweitens ist es die zur Schaustellung des Konsums. Der Konsum kann auf zwei verschiedene Weisen übermäßig sein. Entweder man konsumiert eine große Menge eines Guts, so wie das „*Alphamännchen*“, dass eine große Menge isst, oder man konsumiert Güter, die einen unangemessen hohen Tauschwert haben. Letzteres möchte ich nun anhand von einigen zeitgenössischen Beispielen verbildlichen.

Die drei Beispiele von *auffallendem Konsum*, die ich in meiner Kritik vorstellen will, sind: eine Champagnerflaschen im Wert von 42.500\$<sup>11</sup>, Sportschuhe im Wert von 25.000€<sup>12</sup> und eine Smartphone-App namens „*I Am Rich*“<sup>13</sup> im Wert von 1000€, die nichts anderes tut als den Schriftzug „*I Am Rich*“ anzuzeigen. Die drei Beispiele haben die Gemeinsamkeit, dass diese Güter nicht wirklich besser sind als andere Produkte der gleichen Kategorie. Damit meine ich, dass alle drei Güter eine allgemein anerkannte vorgesehene Funktion haben: Champagner hat für die meisten Leute die Funktion gut zu schmecken und leicht zu alkoholisieren, Sportschuhe werden dazu genutzt sich komfortabel und modisch fortzubewegen und eine Smartphone-App soll in irgendeiner Weise nützlich sein. Jedoch zeichnen sich die drei Beispiele nicht dadurch aus, dass sie diese Funktion besser erfüllen als günstigere Alternativen. Der teure Champagner schmeckt und alkoholisiert nicht besser als andere Champagnerflaschen. Der Sportschuh ist nicht besonders komfortabler oder modischer als andere Sportschuhe. Und die App ist nicht nützlicher als andere Apps. Wieso gibt es dennoch Menschen, die diese Güter kaufen und konsumieren?

Laurie Simon Bagwell und B. Douglas Bernheim erklären dieses Phänomen durch den sogenannten „*Veblen Effect*“<sup>14</sup>. In „*Veblen Effect in a Theory of Conspicuous Consumption*“<sup>15</sup> schreiben Bagwell und Bernheim:

„*Veblen's writings have spawned a significant body of research on "prestige" or "status" goods.' In the context of this literature, "Veblen effects" are said to exist when consumers*

---

<sup>11</sup> <https://www.thedailymeal.com/drink/ibiza-club-expensive-champagne-drop/012618>

<sup>12</sup> <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-44685666>

<sup>13</sup> <https://www.computerwoche.de/a/mit-rubinen-eine-goldene-nase-verdienen,1870554>

<sup>14</sup> Bagwell, Laurie Simon und Bernheim, B. Douglas (1996) *Veblen Effects in a Theory of Conspicuous Consumption*. The American Economic Review, June, Vol. 86, No. 3, S.349

<sup>15</sup> Ebd.

*exhibit a willingness to pay a higher price for a functionally equivalent good. (...) Yet Veblen himself did not endorse the view that the price of an object affects utility directly, or that individuals seek to pay high prices for the sheer pleasure of being overcharged. Rather, he proposed that individuals crave status, and that status is enhanced by material displays of wealth. (...) By social custom, the evidence (of wealth) consists of unduly costly goods...*<sup>16</sup>

Durch Bezug auf Veblen erklären Bagwell und Bernheim den *auffälligen Konsum* so: Menschen haben ein Geltungsbedürfnis, dass dadurch befriedigt wird, dass ihm seine Mitmenschen Anerkennung entgegenbringen. Wenn ein Mensch seinen Reichtum durch materielle Dinge vorweist, dann wird ihm von seinen Mitmenschen Anerkennung gegeben. Aus diesem Grund werden Menschen dazu motiviert Güter zu kaufen, dessen Konsum ein Beweis für Reichtum ist, obwohl diese Güter in ihrer Funktion nicht unbedingt besser sind als andere ähnliche Güter. Mit diesem Hintergrund können nun die zuvor erwähnten Beispiele erklärt werden. Der Champagner, der Sportschuh und die App sind in ihrer allgemein vorgesehenen Funktion nicht besser als andere vergleichbare Güter, aber sie dienen als ein Beweismittel von Reichtum. Die Konsumenten der Champagnerflasche erwarten bei ihrem Kauf nicht, dass die Champagnerflasche besonders gut schmeckt, sondern sie erwarten, dass sie Anerkennung von ihren Mitmenschen dafür bekommen. Das gleiche gilt für den Sportschuh und die App. Konsumenten von derartigen Luxusartikeln kaufen diese Güter aus dem Bedürfnis nach Anerkennung. Die allgemein vorgesehene Funktion dieser Güter ist für die Konsumenten nebensächlich. Also ist die Frage warum es Konsumenten dieser Luxusgüter gibt dadurch zu beantworten, dass das menschliche Bedürfnis nach Anerkennung eine Nachfrage nach Luxusgütern erzeugt.

Betrachten wir nun das Beispiel der Luxusgüter im Kontext von Heaths *MFA*. Das Prinzip von Angebot und Nachfrage trifft auch auf den Tausch von Luxusgütern zu. Es gibt eine Person, die das Bedürfnis nach Anerkennung hat und somit wird eine Nachfrage nach Luxusartikeln erzeugt. Dieses Bedürfnis wird von einem Hersteller von Luxusartikeln erfüllt. Solange bei diesem Tausch die *Pareto-Voraussetzungen* eingehalten werden, entspricht dieser Tausch den Ansprüchen, die Heath für Moralität voraussetzt. Was ist hier also das Problem? Heath argumentiert, dass die Befriedigung menschlicher Bedürfnisse die Wirtschaft moralisch rechtfertigt, solange die Einhaltung der *Pareto-*

---

<sup>16</sup> Ebd., S.349

*Voraussetzungen* gegeben ist. Doch die Einhaltung der *Pareto-Voraussetzungen* ist nicht ausreichend, um die Wirtschaft moralisch zu rechtfertigen. Selbst unter der Einhaltung der *Pareto-Voraussetzungen* hat die Wirtschaft einen Defekt, der durch einen Blick auf die ärmeren Teile der Gesellschaft sehr deutlich wird. Während zu viele arme Menschen um das tägliche Überleben kämpfen findet gleichzeitig der Tausch von Luxusgütern statt. Der Tausch von Luxusgütern sorgt für die Befriedigung der Bedürfnisse einer Gruppe von Menschen, aber währenddessen werden die Grundbedürfnisse einer anderen Gruppe von Menschen vollständig vernachlässigt. Das Beispiel der Luxusgüter soll dieses Dilemma verdeutlichen. Auf der einen Seite gibt es den *auffälligen Konsum* bei dem Tausch von unangemessen teuren Gütern zum Zweck der sozialen Anerkennung getauscht werden und auf der anderen Seite gibt es verhungernde Menschen, die mit sehr wenig Geld vor dem Tod bewahrt werden könnten. Laut Heaths *MFA* gibt es hier nichts zu kritisieren, da der Tausch von Luxusgütern unter der Einhaltung von *Pareto-Voraussetzungen* die effiziente Befriedigung menschlicher Bedürfnisse befördert. Doch unsere Intuition sagt uns, dass es nicht richtig ist, dass jemand eine große Menge von Geld ausgibt, um auf seinem Smartphone „*I Am Rich*“ anzuzeigen, wenn dutzende Menschen mit der gleichen Menge an Geld vor dem Hungertod bewahrt werden könnten. Die Kritik soll darauf hinweisen, dass bei dem Tausch von Luxusgütern ein Fall vorliegt bei dem die *Pareto-Voraussetzungen* eingehalten werden und somit Heaths Anforderungen an Moralität gegeben sind, aber trotzdem intuitiv ein moralisches Problem vorzuliegen scheint. An Heaths *MFA* wird kritisiert, dass das Anstreben der *Effizienz* unter Einhaltung der *Pareto-Voraussetzungen* unzureichend ist, um einen normativen Rahmen zu gewährleisten in dem die Wirtschaft auf einer moralischen Ebene positiv bewertet werden kann.

#### **4. Mögliche Einwände gegen die Kritik**

Es ist offensichtlich, dass die Wirtschaft in der Realität nicht dem *Pareto-optimalen* Idealzustand entspricht und auch Heath ist sich dieser Tatsache bewusst. Deshalb nimmt er in der Einleitung zur *MFA* einige Kritikpunkte vorweg. Ich möchte im Folgenden Heaths Verteidigung der *MFA* vorstellen und dafür argumentieren, dass die zuvor formulierte Kritik trotz Heaths Verteidigung stichhaltig bleibt. Heath schreibt:

*„It is important to point out, for instance, that the invisible hand of the market, despite its many virtues, is not magical, and it solves no more than a fraction of our economic problems. If the market actually produced perfectly efficient outcomes, then there would be no need for corporations. And yet corporations exist. Therefore, there must be non-trivial limitations on the efficiency properties of the market.”<sup>17</sup>*

Heath sieht ein, dass die *unsichtbare Hand* der Wirtschaft nicht ausreichend ist, um einen *Pareto-optimalen* Markt zu erreichen. Die Missachtung von *Pareto-Voraussetzungen* führt in der Realität oft zu einer Störung der *Effizienz* und somit zu einem *Marktversagen*. Deswegen fordert Heath, dass es neben der Wirtschaft eine weitere Instanz geben sollte, die die Wirtschaft und somit dem *Marktversagen* vorbeugt. Heath fordert, dass der Staat insoweit in die Wirtschaft eingreifen sollte, um die negativen Auswirkungen der Wirtschaft auf die Gesellschaft zu minimieren. Wie bereits erwähnt sieht Heath in der Wirtschaft eine Institution, die für die möglichst *effiziente* Verteilung von Ressourcen zuständig ist. Neben der Wirtschaft hat unsere Gesellschaft weitere Institutionen, wie das Gesundheitssystem oder das Rechtssystem, die jeweils unterschiedliche Funktionen erfüllen. Der Staat hat als übergeordnete Institution die Funktion alle anderen Institutionen soweit zu regulieren, dass sie ihre zugeteilten Funktionen am besten ausführen können. Diese Ansicht verteidigt die *MFA* gegen meine Kritik insofern, dass die moralische Verantwortung von der Wirtschaft auf den Staat übertragen wird. Laut Heath sollten wirtschaftliche Unternehmen sich ausschließlich mit der *Profitmaximierung* beschäftigen, da der vom Profit angetriebene Wettkampf die *Effizienz* anstrebt, die letztendlich die Funktion der Wirtschaft ist. Heath wägt die Vorteile, die durch das Anstreben der *Effizienz* erreicht werden gegen die Nachteile ab, die durch die Wirtschaft entstehen und konkludiert, dass die Vorteile der Wirtschaft den Nachteilen überwiegen. Aus diesem Grund fordert Heath, dass wirtschaftliche Akteure bei ihren Geschäften von

---

<sup>17</sup> Heath, Introduction to MFA, S.4

gewissen moralischen Normen befreit werden sollten, da ihre wirtschaftliche Betätigung das Anstreben von Effizienz beabsichtigt. Wirtschaftliche Akteure sollten laut Heath einen „*moralischen Freifahrtsschein*“ bekommen, da die wirtschaftliche Betätigung einen moralischen Kompromiss erfordert, der aber letztlich durch die Wirkungen der *Effizienz* gerechtfertigt wird.<sup>18</sup> In Heaths Worten:

*„Individuals are given license to maximize profits (...), for the narrow reason that, in a reasonably competitive market, this is the best way to get prices that reflect social cost. In order to achieve this, individuals must be given a fairly broad exemptions from norms of equality or fairness in the organization of their interactions. To the extent that this is justifiable, it is because the compromises made in the equality dimension (due to the competitiveness of the market interactions) are outweighed by the benefits that accrue in the efficiency dimension (due to the operations of the price system). Because of this moral compromise made at the heart of capitalism, one cannot hold economic actors engaged in market transactions to a higher standard than that of efficiency promotion.“*<sup>19</sup>

Heath befreit die Wirtschaft auf diese Weise von der moralischen Verantwortung für die ich die Wirtschaft in meiner Kritik verantwortlich gemacht habe. Heath nennt diesen Punkt der moralischen Verantwortung „*equality*“, oder „*equality dimension*“. Für Heath ist der Staat dafür verantwortlich die moralischen Mängel zu beheben, die durch die Wirtschaft verursacht werden. Auf meine Kritik würde Heath entgegnen, dass der Staat dazu verpflichtet ist das Problem der ungerechten Verteilung von Reichtum, das von der Wirtschaft in der Verfolgung von *Effizienz* verursacht wurde, durch gesetzliche Regulierungen zu beheben.

Zum Schluss meiner Argumentation möchte ich zeigen warum die Kritik an der *MFA* trotz dieser vorangegangenen Verteidigung von Heath stichhaltig bleibt. Die Frage, die sich auf die Verteidigung Heaths zwingend stellt ist: Wie soll der Staat die moralischen Mängel beheben, die durch die Wirtschaft entstehen? Heath gibt hierfür nur den Hinweis, dass der Staat den Markt durch Gesetze regulieren soll, doch er gibt darüber hinaus keine näheren Anweisungen. Somit könnte man an Heaths *MFA* mindestens kritisieren, dass die Theorie nicht handlungsanleitend ist. Durch das Konzept der *Effizienz* wird zwar dem wirtschaftlichen Akteur ein Prinzip nahegebracht nachdem er seine Handlungen ausrichten kann, aber die *MFA* gibt keine Antwort darauf wie man handeln soll, wenn aus

---

<sup>18</sup> Ebd., S.10-11

<sup>19</sup> Ebd., S.11

der Verfolgung der *Effizienz* ein moralisches Problem entsteht. Die Verantwortung für moralische Probleme dieser Art wird von Heath auf eine andere Entität übertragen und bleibt somit weitestgehend unbeantwortet.

Weiterhin glaube ich, dass die Kritik noch eine zweite Ebene kritisiert. Das Problem der ungerechten Verteilung von Reichtum, das Heath „*equality*“ nennt und von mir durch das Beispiel der Luxusgüter veranschaulicht wurde, ist eine direkte Konsequenz des der Wirtschaft. Die Konzepte, die der Wirtschaft zugrunde liegen, mögen in der Theorie die Idealvorstellung erfüllen, dass es eine Welt geben könnte in der die menschlichen Bedürfnisse vollständig befriedigt werden, aber in der Realität verursacht die Wirtschaft neben viel Reichtum gleichzeitig auch große Armut und Leid. Weil moralische Probleme wie die ungerechte Verteilung von Reichtum ein direktes Ergebnis der Wirtschaft sind und somit eng verknüpft sind mit der Art und Weise wie Wirtschaft betreiben wird, müsste diese Art und Weise Wirtschaft zu betreiben stark verändert werden, um solche moralischen Probleme zu umgehen. Es ist kaum vorstellbar, dass die moralischen Probleme wie *equality* behoben werden können, ohne dass man die Konzepte auf der die Wirtschaft heutzutage aufgebaut ist stark verändert. Solange das Kernelement der Wirtschaft, nämlich die *Effizienz* und die damit verbundenen Konzepte behalten werden wird es wohl kaum möglich sein die moralischen Probleme aufzulösen, die eine direkte Folge dieser wirtschaftlichen Konzepte sind. Wenn der Staat tatsächlich die Wirtschaft durch Gesetze regulieren sollte, so wie es Heath uns vorschlägt, und die moralischen Probleme wie *equality* beheben soll, dann müssten diese Gesetze solche Restriktionen und Regulationen vorsehen, die die Wirtschaft nicht so belässt wie wir sie heute kennen. Heaths Verteidigung der *MFA* ist somit eine Ablenkung von den moralischen Problemen, die durch seine Theorie der Wirtschaftsethik verursacht werden und eine Behebung dieser Probleme müsste die Wirtschaft so stark verändern, dass die Art und Weise Wirtschaft so verändern, dass die Konzepte stark verändern müsste, die von Heath für seine Argumentation genutzt werden.



## 5. Konklusion

Abschließend fasse ich die Kritik an Heaths *MFA* zusammen. Die zentrale Aussage der *MFA* ist, dass die wirtschaftliche Tätigkeit moralisch ist, solange die *Effizienz* unter der Einhaltung gewisser *Pareto-Voraussetzungen* angestrebt wird. Das Anstreben der *Effizienz* ist moralisch relevant, weil das Anstreben der *Effizienz* zu der möglichst *effizienten* Verteilung von Ressourcen führt und somit die größte Menge an menschlichen Bedürfnissen befriedigt wird. Das Motiv der *Profitmaximierung* ist eng mit der *Effizienz* verknüpft, da wirtschaftliche Akteure mehr Profit machen, je *effizienter* sie sich wirtschaftlich betätigen. Heaths *MFA* gelingt es besonders gut ein klares Gesamtbild der Wirtschaft zu zeichnen, indem er verschiedene Konzepte der Wirtschaft miteinander verknüpft. Durch Heaths Darstellung wird klar, dass der zentrale Zweck der Wirtschaft nicht die egoistische Anhäufung von Reichtum ist, sondern dass das Motiv der *Profitmaximierung* ein Mittel ist, um einen altruistischeren Zweck zu verfolgen, nämlich die Befriedigung der Bedürfnisse von möglichst vielen Menschen.

Der Hauptkritikpunkt an der *MFA* ist, dass das Prinzip der *Effizienz*, das zentral für die *MFA* ist, nicht ausreicht, um die Moralität der wirtschaftlichen Betätigung zu gewährleisten. Das Beispiel der Luxusgüter zeigt, dass selbst die wirtschaftliche Betätigung unter Einhaltung der *Pareto-Voraussetzungen* moralische Probleme mit sich zieht, weil sie eine ungerechte Verteilung von Reichtum zulässt. Die Kritik an der *MFA* hat zwei Dimensionen, die unterschiedliche Auswirkungen auf die Bedeutung der *MFA* haben.

Die erste Dimension der Kritik bezieht sich darauf, dass Heath in seiner Verteidigung der *MFA* einen Eingriff des Staates in die Wirtschaft vorsieht, falls bei der wirtschaftlichen Betätigung moralische Probleme auftreten. Die Kritik bemängelt, dass Heath sich nicht näher dazu äußert wie dieser Eingriff des Staates in die Wirtschaft aussehen soll. Dieser Kritikpunkt bedeutet für die *MFA*, dass ihre Aussagen weitestgehend bestehen bleiben, aber noch genauere Aussagen über die Art der gesetzlichen Regulierungen gemacht werden müssen.

Die zweite Dimension der Kritik knüpft an die erste Dimension an. Die Kritik nimmt an, dass die moralischen Probleme wie die ungerechte Verteilung von Reichtum so eng mit der Art und Weise wie Wirtschaft betrieben wird verknüpft sind und somit eine direkte Folge dieser Form des Kapitalismus sind. Daraus wird gefolgert, dass eine staatliche Regulierung, die dieses moralische Problem lösen soll, die Art und Weise wie Wirtschaft

betrieben wird stark verändern müsste. Also könnten die Konzepte, die die Art und Weise bestimmen wie Wirtschaft heute betrieben wird nicht gleichbleiben. Um zu dieser Konklusion zu kommen ist die Ansicht erforderlich, dass die Nachteile unseres heutigen Wirtschaftssystems nicht durch die Vorteile gerechtfertigt werden. In diesem Punkt widerspricht die zweite Dimension der Kritik Heaths Ansicht. Die Kritik beantwortet die Frage, ob die Menge der befriedigten menschlichen Bedürfnisse die Menge an menschlichen Leid überwiegt und somit Heaths moralische Rechtfertigung der Wirtschaft angenommen werden kann, eindeutig mit Nein. Das *moral compromise made at the heart of capitalism* von dem Heath spricht, kann nicht durch die *Effizienz* gerechtfertigt werden, weil die Vorteile, die aus der *Effizienz* gewonnen werden in vielen Fällen nicht ausreichen, um die Nachteile zu rechtfertigen. Das sollte aus dem Beispiel der Luxusgüter hervorgegangen sein.

**Literatur:**

- Bagwell, Laurie Simon und Bernheim, B. Douglas (1996) Veblen Effects in a Theory of Conspicuous Consumption. The American Economic Review, June, Vol. 86, No. 3, Pp. 349-373.
- Heath, Joseph (2014) Morality, Competition, and the Firm: The Market Failures Approach to Business Ethics. Oxford Scholarship Online, May 2015.
- Veblen, Thorstein (1912) The Theory Of The Leisure Class, An Economic Study of Institutions. Macmillan Company. New Edition by B. W. Huebsch, July 1918. Pp. 68-101.