

A large orange circle on the left side of the page, containing the text 'HAW' in white.

HAW

im Dialog

Weidener Diskussionspapiere

**Der Beitrag der Kirche zur Demokratisierungs-
gestaltung der Wirtschaft**

Prof. Dr. Bärbel Held

**Diskussionspapier No. 28
April 2011**

Der Beitrag der Kirche zur Demokratisierungsgestaltung der Wirtschaft

Bärbel Held

Steinbeis-Hochschule Berlin
Institute of Economics
Gürtelstraße 29A/30
10247 Berlin
email: baerbel.held@stw.de

April 2011

Abstract

Diese Arbeit setzt sich mit der These auseinander, dass die Demokratisierung der Wirtschaft die Schlüsselaufgabe unserer Zeit sei und wie dieser Demokratisierungsprozess gestaltet werden kann. Die Gesellschaft ist strukturiert in autonomer Selbststeuerung und integriert in übergeordnete Systeme. Welchen Beitrag kann eine *Organisation* wie die Kirche leisten, um diese Systeme in ein Gleichgewicht zu bringen? Auf Basis der Grundannahmen der Neuen Wirtschaftssoziologie wird von der Idee des kommunikativen Handelns auf die Kirche übertragen.

This article deals with the thesis that the democratization of the economy was the key task of our time and how this democratic process can be designed. The Social Society is structured in autonomous self-control and integrated into superordinate systems. What contribution can an organization like the church to bring these systems into balance? Based on assumptions of the New Economic Sociology is transferred from the idea of communicative action to the church.

Journal of Economic Literature: P10, P36, Z12, Z13

Schlüsselwörter: Demokratie, Kirche, kommunikative Vernunft, Normen und Werte, soziales Handeln

Inhalt

1. Einleitung.....	3
2. Demokratisierung der Wirtschaft- eine Schlüsselaufgabe?	4
3. Demokratisierungsgestaltung unter Annahme der dargestellten Postulate.....	6
4. Das kommunikative Verhältnis der Kirche zur sozialen Marktwirtschaft.....	9
5. Rationalisierung der Welt- ungebremste Marktlogik und Verwarenformung.....	10
6. Theoretischer Erklärungsansatz	13
7. Theorie des kommunikativen Handelns.....	14
8. Fazit.....	15

Literaturverzeichnis

1. Einleitung

„Die Verbindung von rechtsstaatlicher Demokratie und sozialpolitisch flankierter Marktwirtschaft ist eine Schlüsselkomponente für die langfristige Zukunftsfähigkeit von Staaten. Gleichzeitig liegt es im Interesse entwickelter Demokratien, Wandlungsprozesse hin zu Demokratie und Marktwirtschaft aktiv zu begleiten und zu unterstützen, um einen Beitrag zur internationalen Stabilität zu leisten. Demokratie ist das politische Ordnungsprinzip, das den freien Willen der Bürger am besten zum Ausdruck bringt. Marktwirtschaft ist der zentrale Schlüssel zur Entfesselung von Produktivität sowie die Voraussetzung zur Verwirklichung gesamtgesellschaftlichen Wohlstands. Das doppelte Ziel von Demokratie und Marktwirtschaft stellt eine normative Orientierung dar.“ [bertelsmann-transformation-index.de/projekt/2011]

Demnach ist dann die Demokratisierung der Wirtschaft die Schlüsselaufgabe unserer Zeit, so Beat Ringger [Ringger, 2007]. Diese These unterstellend ist die Frage zu klären, wie dieser Demokratisierungsprozess gestaltet werden kann. Die Gesellschaft ist strukturiert in autonomer Selbststeuerung und integriert in übergeordnete Systeme. Welchen Beitrag kann eine *Organisation* wie „die Kirche“ leisten, um diese Systeme in ein Gleichgewicht zu bringen? Welche Aufgabe kann der Kirche in der Demokratisierungsgestaltung der Wirtschaft zugedacht werden? Wie stellt sich die Kirche zur Wirtschaft?

Demokratisierungsgestaltung muss unter den folgenden Postulaten organisiert werden [in Anlehnung an Ringer, 2007]:

- Die Prozesse müssen so angelegt werden, dass kollektives Lernen möglich wird, dass sich das System, die Organisation zur selbstlernenden Organisation weiterentwickelt.
- Dem Gesetz der optimalen Komplexität wird entsprochen.
- Die Gesellschaft ist holarchisch strukturiert, das bedeutet, autonome Organisationen/ Ebenen etc. und deren Selbststeuerung und Integration in übergeordnete Systeme werden in ein Gleichgewicht gebracht.
- An der Gestaltung der Gesellschaft durch die Demokratie muss die gesamte Bevölkerung partizipieren.
- Universell gültige Menschenrechte sind die Grundlage jeder Entscheidung im Gestaltungsprozess.

Im Sommer 2006 veröffentlichte der Rat der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) das Impulspapier „Kirche der Freiheit“, mit dem ein umfassender „Reformationsprozess“ der

Evangelischen Kirche in Deutschland angestoßen wurde. Angesichts sinkender Mitgliederzahlen sollen sich demnach die EKD-Mitgliedskirchen auf das „Kerngeschäft“ beschränken. Über inhaltliche Schwerpunkte künftiger kirchlicher Arbeit und eine Definition des Kerngeschäftes wird seitdem innerhalb der EKD diskutiert.

Der moderne Wohlfahrtsstaat in Europa ist nach Joffe, zum ungewollten „Konkurrenten“ der Kirche geworden. Wohltätigkeit - eine Hauptsphäre der Kirche noch vor dem Zweiten Weltkrieg - wird immer mehr Sache des Staates. Der Staat verheiratet und beerdigt, heilt, ernährt, unterrichtet, beherbergt. Wie hat die Kirche darauf reagiert. Sie hat versucht, in die politische Arena „einzudringen“, aber bisher mit mäßigem Erfolg. [Joffe, J., 2011] Die Mitgliederzahlen sind trotzdem gesunken, seit 1990 durchschnittlich 200.000 Mitglieder pro Jahr aus der protestantischen Kirche und 120.000 Mitglieder jährlich bei der katholischen Kirche. [vgl.: Religionswissenschaftlicher Medien. Und Informationsdienst e.V., 2009]

Die Kirche muss sich demnach nicht nur um ihre Neustrukturierung sondern auch um ihre neue, *andere* Rolle inhaltlicher Art bemühen. Die Fragestellungen dieser Arbeit haben damit hohe praktische Relevanz.

Um die Problemstellung einzugrenzen, wird methodologisch auf die Theorien der Vertreter der kritischen Theorien, der Wirtschaftssoziologie und der Systemtheorie aufgesetzt und auf zwei Schwerpunkte eingegrenzt.

Zunächst ist die These zu bewerten, dass die Demokratisierung der Wirtschaft notwendig und auch machbar ist. Dann ist das kommunikative Verhältnis der Kirche zur sozialen Marktwirtschaft zu beschreiben, anknüpfend an die **Theorie des kommunikativen Handelns** [Habermas, 1981]. Auf dieser Basis aufsetzend sind dann die Möglichkeit und der Beitrag der Kirche zur Demokratiegestaltung aus wirtschaftsoziologischer Sicht zu skizzieren.

2. Demokratisierung der Wirtschaft- eine Schlüsselaufgabe?

Gesellschaften sind komplexe Systeme, die gemäß der Theorie von Hayek in seiner Lehre von der Evolution gesellschaftlicher Systeme eine eigenständige Systemintelligenz entwickeln. Diese nun ist dem bewussten Gestaltungsvermögen von Menschen weit überlegen. Menschlichkeit wird zum Merkmal der Rückständigkeit, Solidarität müsse überwunden werden, damit die Verlierer der höheren Intelligenz des Systems geopfert werden können. [Hayek, 1996] Das egoistische Handeln der Marktteilnehmer wandelt sich auf diese Weise zum Wohl der Gesamtgesellschaft (Adam Smith). Ergebnis ist demnach eine gesellschaftliche Selbstregulierung in höchster Qualität und Vollendung. In Form der Marktwirtschaft hat sich die gesellschaftliche Selbstregulierung von der Dominanz direkter gesellschaftlicher

Machtausübung emanzipiert. Der im Kapitalismus verallgemeinerte Markt sorgt dafür, dass die materiellen Güter optimal verteilt werden. Ist also Demokratie bestenfalls in Ergänzung zur Intelligenz des Marktes nutzbar?

Hier kommen wir aber auch schon zum *Kasus knacktus* = springenden Punkt. Die Tatsache, dass sämtliche Produkte und Dienste einen Abnehmer finden müssen, garantiert noch nicht deren Nützlichkeit, ja nicht einmal deren Unschädlichkeit. Nutzen ist nur Vehikel zum eigentlichen Ziel, dem Gewinn geworden. Die kapitalistische Wirtschaft ist blind für alle Anliegen, die nicht durch Kaufkraft ermächtigt sind. Menschen ohne Geld fallen ebenso aus ihrer Beachtung wie übergeordnete Interessen, die nicht in die monetäre Sphäre übersetzt werden können, zum Beispiel Umwelt oder Armut außerhalb der Wirtschaftszone. Die Ziele der Nachhaltigkeit werden im ungebändigten System Kapitalismus übergangen. [Ringger, 2007]

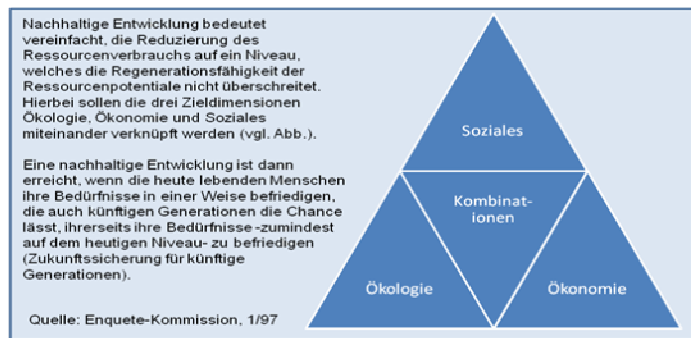


Abbildung 1: Die Drei Säulen der Nachhaltigkeit

Die bürgerliche Demokratie ist in dem Maße limitiert und gefährdet, wie sie ökonomische Prozesse ausklammert. Politik soll verstanden werden als höchster Ausdruck der Ökonomie (Lenin). Der Satz will ausgebaut, die Systematik geschlossen werden: Die Ideologie ist der konzentrierte Ausdruck der Politik. Substituiert man Ideologie durch Philosophie, erhält man: Die Philosophie ist der konzentrierte Ausdruck der Politik. Die Ökonomie ist die primäre Sphäre der Macht- und Ressourcenverteilung, deshalb ist demokratische Lenkung in der ökonomischen Entwicklung unerlässlich. [Ringger, 2007]

Unsere Wirtschaft entpuppt sich mehr und mehr als **chaotisches, stark komplexes** System. Versuche der Volkswirte diese zu verstehen, zu interpretieren scheinen gescheitert im Angesicht der aktuellen Finanz- bzw. Strukturkrise seit 2009. Es stellt sich hier die Frage nach der Entropie. Nimmt diese zu und wir können als Menschen dabei nur zuschauen? Sind die Menschen als Träger des sozialen Handelns „verdammt“ ihr Schicksal nicht gestalten zu können? Welche Stellung bezieht die Kirche zu dieser Problematik? Der Mensch -geschaffen von Gott- in ein System gesetzt, welches ununterbrochenen Zufällen ausgesetzt ist? Ein

System, in dem Chaos und Komplexität immer mehr zunehmen – und der Mensch verdammt zum „Zusehen und Stillhalten“? Die Wissenschaftler der Chaostheorie haben in ihren Studien bewiesen: Vernetzung und Komplexität nehmen zu, aber sie folgen einfachen Gesetzmäßigkeiten. Ein weiteres Argument soll angeführt werden. Wer beeinflusst die Elemente-Beziehungen in dem System? Der Mensch durch sein soziales Handeln. Demnach ist die Frage zu stellen, was beeinflusst das soziale Handeln? Dies soll aus Sicht der Wirtschaftssoziologie dann im folgenden Abschnitt im Kontext Kirche-soziales Handeln dargestellt werden. Ausgangspunkt bilden hier die Grundannahmen der Wirtschaftssoziologen: Das verbindende Ziel aller Wirtschaftssoziologen besteht darin, wirtschaftliche Phänomene wie andere soziale Phänomene empirisch zu erforschen und die Frage nach der Stabilität der sozialen Ordnung auch für Märkte, Unternehmen und Wirtschaftsräume zu stellen. Zugleich wird der Homo oeconomicus als Handlungstyp nicht paradigmatisch vorausgesetzt, sondern wirtschaftliches Handeln ist eine Form des sozialen Handelns, das sich an Werten, Normen, Institutionen und sozialen Identitäten orientiert und nur unter ganz bestimmten strukturellen Voraussetzungen die von der Wirtschaftstheorie axiomatisch gesetzte Form annehmen kann. Ist hier der Ansatz der Umsetzung der Kommunikativen Vernunft durch die Kirche als Institution, als Beitrag zur Lösung der Problematik denkbar?

3. Demokratisierungsgestaltung unter Annahme der dargestellten Postulate

(1) **Komplexität der Systeme:** Systeme sind zwar komplex, folgen aber dem Gesetz der optimalen Komplexität [Ringger, 2007]; meint, wenn Systeme mit wachsender Komplexität konfrontiert werden, werden lebende Systeme versuchen, diese zu reduzieren. Dazu gibt es nach Ringger vier Möglichkeiten:

- Die Zahl der Komponenten wird verkleinert
- Die Vielfalt der Komponenten wird verringert
- Die Kopplungsdichte wird limitiert
- Das Tempo wird reduziert.

Eine andere Möglichkeit ist die Verbesserung der Funktionsweisen des Systems. Diese können ergänzt, erweitert oder verfeinert werden. Sind jedoch alle Möglichkeiten gradueller Verbesserungen ausgeschöpft, stößt das System an seine Grenzen, die ihm durch das Grunddesign seiner Funktionsweise auferlegt sind. Es setzt ein Optimum ein.

Reduktion der Komplexität, Oszillation und evolutionäre oder revolutionäre Verbesserungen der Funktionsweisen (Revolution) sind die Möglichkeiten, die das System dann im Kontext von Komplexität und Vitalität einnehmen kann. Heißt, der Kern der Funktionsweise wird ersetzt. Woher kommen aber nun Ansätze für eine solch neue überlegende Funktionsweise? Sie werden nach Ringger entweder von außen zur Verfügung gestellt oder sie müssen innerhalb des Systems entwickelt und erprobt werden. Nach Lewin [Lewin, 1993] gibt es in der Komplexitätstheorie dafür den Begriff der emergenten Strukturen. Das Neue tritt aus dem alten hervor, weil das Alte die Anlagen für das Neue bereits herausgebildet hat. Dies wiederum ist möglich, weil so genannte **holarchische Strukturen** innerhalb des Systems für notwendige Entflechtung der Prozesse und damit für die Begrenzung der Komplexität sorgen.

(2) **Holone:** Diese holarchische Gliederung von Systemen ermöglicht Systemen, diese gleichzeitig stabiler und anpassungsfähiger zu machen. Holarchien finden auch in menschlichen Gesellschaften, beispielsweise territorialen Schachtelungen, funktionalen Holarchien (Team, Abteilung) oder in Ebenen der Gesetzgebung statt.

Demokratie muss nach den Prinzipien holarchischen Schachtelungen gestaltet werden. Die Teilsysteme müssen fähig und bereit sein, ihre Partikularinteressen mit dem Gesamtinteresse der übergeordneten Holone abzustimmen. Ist die Kirche dazu „geeignet“? Dazu müsste sie zum einen eine entsprechende Positionierung im Wertesystem der übergeordneten Holone einnehmen. Dies ist gegeben, wie auch die nachfolgenden Abschnitte zur kommunikativen Vernunft zeigen. Es lassen sich sehr wohl die Grundwerte/ Ideen/ Normen und Religion mit den Gedanken und Interessen einer Gemeinwohlorientierung als gesellschaftliche Zielstellung aus den verschiedenen Komponenten der Nachhaltigkeit, verbinden. Die zweite Voraussetzung ist die Einordnung ihrer Partikularinteressen in das der übergeordneten Holone, unter der Voraussetzung, dass die Teilebenen der Holone ebenfalls demokratisch gestaltet sein müssen. Analysiert man die Organisationsstruktur und das dazugehörige System stellt man z.B. bei der evangelischen Kirche Deutschlands diese bereits fest.

(3) Menschenwürde-universell gültige Menschenrechte, zu der sich die Kirche in allererster Linie bekennt, sind Partikularinteressen und Normen der Kirche. Diese kann, muss und bringt sie ein in die Gestaltung der Holone. Die holarchische Intelligenz wird dadurch erleichtert, dass Menschen Gemeinschaftswesen sind und ihr Potenzial, ihre Menschwerdung nur im Zusammenspiel mit anderen Menschen voll entfalten können. Dies ist ebenfalls

Grundgedanke der Religion. Auf diesem Boden kann eine Fülle von Förderungs- und Anerkennungsprozessen gedeihen, die die holarchische Einbettung stärken.

(4) Kollektives Lernen. Demokratie kann als Regelwerk zur Sicherung des kollektiven Lernens verstanden werden. Dies ist in der reinen, ungesteuerten Marktwirtschaft nicht möglich auf Grund des Gewinnmaximierungsprinzips und der Unterordnung der Tauschbeziehungen und der damit einhergehenden Verdinglichung des gesamten Lebens. Welchen Beitrag kann die Kirche hier leisten? Kommunikative Vernunft, doziert durch die Kirche, damit verbundener freier Medien, freie Meinungsäußerung und Meinungsbildung auch auf Basis des Werte-Transformationsprozesses sind wichtige Stellhebel hierfür. Die Kirche sollte einen wichtigen, essistentiellen Beitrag im Transferprozess von Kultur, Bildung, Erziehung übernehmen um somit die Voraussetzung für lebenslanges und kollektives Lernen zu fördern. Darauf basierende Optionen der Koalitionsbildung sichert die Möglichkeit, Handlungsoptionen zu entwickeln und in die Entscheidungsprozesse einzubringen und schafft damit eine gute Voraussetzung zur Umsetzung, Handlung im demokratischen Sinne.

(5) Partizipation der Bevölkerung. Demokratie als gesellschaftliche Funktionsweise ist prädestiniert, die Komplexität der menschlichen, gesellschaftlichen Systeme einem Optimum zuzuführen. Hieran müssen alle Bürger partizipieren. Der Kapitalismus, die Marktwirtschaft ist eine Gesellschaft, in der drei entgegengesetzt wirkende Funktionsprinzipien vorkommen.

(a) Das Gesetz der kapitalistischen Konkurrenzwirtschaft

(b) Einsatz der Mittel der Macht- und Gewaltpolitik

(c) Regeln demokratischer Volkssouveränität und Rechtstaatlichkeit.

Die Wirtschaft ist als Privatwirtschaft dem Zugriff demokratischer Einflussnahme entzogen.

Aber nach Auffassung der neuen Wirtschaftssoziologie entspringen ökonomische Rationalität und Märkte nicht der spontanen Ordnung nutzenkalkulierender Individuen, sondern sind sozial, politisch und kulturell erzeugt.

Organisationssoziologen wie Neil Fligstein, Frank Dobbin, Paul DiMaggio, aber auch Politökonomen wie Peter Hall und David Soskice haben herausgearbeitet, dass die Bildung von Märkten bzw. die Ausbildung bestimmten Markthandelns nicht spontan ist, sondern zumeist unter starker Beteiligung staatlicher Strukturen stattfindet. Unternehmen und Organisationen am Markt bemühen sich darum, die staatlichen und gesellschaftlichen Regulierungen des Marktes zu ihren Gunsten umzugestalten und der Markt ist somit nicht nur ein Ort des Austauschs, sondern auch des politischen Kampfes. Märkte können demnach nur

dort entstehen, wo Staat oder kulturelle Traditionen ökonomische Strategien erlauben bzw. „denkbar“ machen. Hier nun knüpft nun die Theorie der kommunikativen Vernunft an und die These, die Kirche könnte hierbei eine wichtige Rolle übernehmen.

4. Das kommunikative Verhältnis der Kirche zur sozialen Marktwirtschaft

Den Zusammenhang zwischen der Rationalisierung, dem ökonomischen Vernunftprinzip (Rationalisierungsprinzip) und dem Protestantismus hat schon Max Weber (1864-1920) ausführlichst untersucht, evaluiert und erforscht. Webers Überlegungen, dass es eine „innere Verwandtschaft“ [Weber, 1988, S. 29] zwischen der modernen kapitalistischen Kultur und dem **protestantischen Ethos**, der Rationalisierung des ökonomischen Lebens, welche ja auch die kapitalistische Marktwirtschaft kennzeichnet, gibt, nimmt seinen Ausgang in empirischen Beobachtungen. Zum Beispiel belegt er ausführlich durch statistische Beobachtung, dass sich gemessen am Bevölkerungsanteil Kapitalbesitzer, Unternehmer und höher qualifizierte technische und kaufmännische Arbeitskräfte überproportional aus Protestanten zusammensetzen. Außerdem führt er Beobachtungen an, die zeigen, dass sich der Industriekapitalismus in protestantisch dominierten Gebieten weitaus früher entwickelt habe, als in anderen Gebieten. Dann argumentiert er in umgekehrter Indizienkette hinzu, dass sich etwa in China und Indien, wo zwar hochentwickelte Ökonomien und Technologien existierten, zugleich aber kein Protestantismus vorhanden war, kein dem modernen Kapitalismus vergleichbares Wirtschafts- und Kulturleben ausgebildet hat [Weber, ebenda, S. 17-30 und 512-536]. (Über die Entwicklung in China, die kulturelle Neuausrichtung des Systems und hier noch für uns zu erwartende „Überraschungen“ soll in diesem Artikel nicht eingegangen werden.) Er versucht also, über Beobachtungen eine kausale innere Beziehung zwischen protestantischem Glauben und dem Kapitalismus zu belegen. Danach versucht Weber in seinem Werk „Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus“ seine beobachteten Zusammenhänge zu deuten.

Über die Kriterien der Kausaladäquanz und der Sinnadäquanz, versucht er in der Beantwortung der Frage, in welchen für die Ausrichtung des Alltagslebens relevanten Besonderheiten sich der Protestantismus von anderen Religionen unterscheidet, diese „innere Verwandtschaft“ nachzuweisen. Er gebraucht hierzu das Kernargument, dass die verschiedenen protestantischen **Glaubensrichtungen** ihre Anhänger zu einer ebenso strengen wie eigenartigen Form der Askese **anhalten**. Schon Luther, so führt Weber an, hat die Berufsarbeit als die wichtigste von Gott gestellte Aufgabe gesehen; und bei Calvin wurde

diese gar zum Dienst am Ruhme Gottes. Und seinen „geistigen Nachfolgern“ galt die Bewährung im Erwerbsleben, der Erfolg im Beruf als Zeichen ihrer Auserwähltheit. [Vgl.: Gertenbach et.al., 2009, S. 25]. Weber sieht in den Eigentümlichkeiten dieser **Religion** den Kontext zum Kapitalismus. Der Kapitalismus hat demnach seine Basis in einem **protestantischen Ethos**, der Rationalisierung des ökonomischen Lebens, welche ja auch die kapitalistischen Wirtschaften kennzeichnet. Als Beweis für diese These präsentiert er dann Glaubensschriften, Predigten, Tagebücher usw. Demnach verpflichtet der Protestantismus die Gläubigen zur systematischen Kontrolle und Reflexion ihres Tuns, auf eine gänzlich rational durchgestaltete Lebensführung. Verpönt waren aber im wirtschaftsethischen Kontext: luxuriöser Lebensstil, Abkehr von der Askese. Hingegen waren Reichtumsmehrung und Gewinnstreben nicht moralisch verwerflich sondern galten, im Gegenteil dazu, sogar als Effekt religiösen Eifers. Die engen sozialen Kontrollen in den protestantischen Vereinigungen taten ihr übriges zur Durchsetzung einer strengen sozialen Ordnung. Also nicht freier, ungebundener Markt, ungebundene Tauschbeziehungen sondern **soziale Kontrolle und Reflexion, Kommunikation der Werte und Normen verbunden** mit dem **Streben nach wirtschaftlichem Erfolg, also soziales Handeln der Menschen** unter Anwendung des ökonomischen Grundprinzips oder auch Vernunft- oder Rationalisierungsprinzip genannt, waren der Nährboden moderner kapitalistischer Ökonomie. Hiernach wird Geldvermehrung dann auch nicht zum Selbstzweck, der Reichtum nicht konsumiert, er wird immer wieder investiert. Planung und systematische Durchdringung des Gewerbes sind die Konsequenzen von Motivationen, die im Protestantismus die Form von **Werten** annahm.

5. Rationalisierung der Welt- ungebremste Marktlogik und Verwarenförmigung

Kommunizierte Werte also, gelebt im Handeln der Menschen und nicht unbegrenzte Markt-Tauschbeziehungen, leiteten den modernen Kapitalismus ein.

Gebrauchen wir heute den Begriff „soziale Marktwirtschaft“, so ist dieser in der Praxis oft nur noch gelebt als „Verteilungsinstrument“, nicht aber, um steuernd einzugreifen, da, wo der Markt versagt, im Sinne von Nachhaltigkeitsstreben und allgemeiner Wohlfahrtsorientierung, gesellschaftlichem Fortschritt, Gerechtigkeit und Lebensqualität für alle Bürger. Hier zeigt sich, wie sehr der Wirtschaftsliberalismus in der Praxis der Demokratisierung verankert ist.

Und dass dieser versagt, liegt auf der Hand und ist von weltweit hochangesehenen und anerkannten Soziologen ebenso empirisch wie auch unter Anwendung der Sinnadäquanz bewiesen.

Nehmen wir hier die Vertreter der Kritischen Theorie, in erster Generation Adorno (1903-1969) und Horkheimer (1895-1973). Führende Werke hierbei sind die „Dialektik der Aufklärung“ [Adorno, Horkheimer, 1944] und vor allem die darauf nachfolgenden Schriften Adornos. Beschrieben und analysiert wird dort die „Staatskapitalismus-These“. Mit ihr [gemeint ist die kapitalistische Planwirtschaft, vgl. Pollock, 1932, S. 27] vollzieht sich nicht nur ein politischer Eingriff in die gesamte Sphäre der Ökonomie, einher damit geht die Einbeziehung des gesamten individuellen und sozialen Lebensprozesses in den kapitalistischen Produktions-Verwertungs- und Konsumzusammenhang. Kritisiert wird der mit der „verwaltenden Welt“ einhergehende Prozess der zunehmenden Rationalisierung der Welt. Dies meint generell die Reduktion von Gegenständen, Personen, Verhältnissen zu bloßen Dingen. Die zentralen Motoren zu dieser „Verdinglichung“ sind ungebremste **Marktlogik und Verwarenförmigung** [vgl. allg.: MEW 23: 85 ff.; Lukács 1970: 170 ff.; Honneth 2005; Henning 2007]. Der Prozess der Verdinglichung berührt alle Sphären der Gesellschaft und wird durch die stete Ökonomisierung des Alltagslebens und die fortschreitende Ausbreitung der Tauschlogik noch weiter bestärkt [vgl. allgemein die Ausführungen der Vertreter der Kritischen Theorie, insbesondere Honneth 2005; Henning 2007]. Was ist damit gemeint und was sind die Wirkungen daraus? Besonders drastisch werden die Auswirkungen der Verdinglichung in der These der Kulturindustrie deutlich. „Indem kulturelle und geistige Gebilde als industriell hergestellte und standardisierte Massenware zu Konsumartikeln unter anderen werden, setzen sich auch in diesem Bereich das Tauschwertprinzip und der Prozess der Verdinglichung durch.“[Vgl.: Gertenbach et al., 2009, S. 214, a.a.O.] Die Massenkultur reduziert sich nach Horkheimer und Adorno auf Standardisierung, auf ihre soziale Funktion der Reproduktion der Arbeitskraft, sie gibt Unterhaltung und stiftet Zerstreuung. Diese Art der Kultur dient der Manipulation der Subjekte und befördert eine unkritische Bejahung des Bestehenden. Eine Kultur dieser Art verhindert die Bildung autonomer, selbständiger, bewusst urteilender und sich entscheidender Individuen [Adorno]. Der Tausch, **die Gestaltung der Tauschbeziehungen** wird nach Adorno zum Symbol für die Totalität der Gesellschaft, die darin besteht, dass die bürgerliche Gesellschaft Autonomie, Individualität und Freiheit proklamiert, jedoch gleichzeitig jegliche Grundlagen für die Entfaltung und Verwirklichung dieser Prinzipien untergräbt. Es wird eine Pseudo-Individualität aufgebaut und beschworen, in einer Zeit, in der die tatsächliche Individualität immer mehr verschwindet und sich weltweit eine immer gleiche, vereinheitlichte und standardisierte Kultur durchsetzt. [Adorno, 2008] Die fortschreitende Kapitalisierung aller gesellschaftlichen Sphären und die „totale Sozialisierung auch der

sogenannten individuellen und intimen Bereiche“ [Adorno, 2008, S. 107] lässt die Individuen verkümmern. Der Tausch, als Realabstraktion und zentrales Vergesellschaftungsmoment hat in alle Bereiche des Lebens eingegriffen. **Alle Leistungen, alle Gedanken, alle Kultur unterliegt dem Tauschprozess.** Studien haben ergeben, dass der Bürger in Deutschland täglich mit 3.000 Verbraucheranimationen konfrontiert wird über alle modernen Medien hinweg.[Vgl. Schreier/Held, 2006] Wertbefehle zum Konsumieren und zum Verbrauchen; es sind im Gegensatz dazu aber nur ca. 200 verbraucherfreie, soziale Werteinformationen. Der Mensch wird „degradiert“ zum Verbrauchen, nicht zum Befriedigen seiner tatsächlichen Bedürfnisse, immerhin mit freiem Willen und freier Kaufentscheidung.ⁱ Mit ihren individuellen Kaufentscheidungen am Markt eignen sich die Konsumenten nicht nur Produkte und Leistungen an, die den privaten Wohlstand sicherstellen oder erhöhen, sondern sie erfüllen eine wichtige volkswirtschaftliche Funktion. Sie signalisieren welches Angebot, welche Produkte und Leistungen und welche Anbieter am besten in der Lage sind, ihre Bedürfnisse zu erfüllen (leider auch unter dem Gesichtspunkt der Vernachlässigung der Generationengerechtigkeit und Ressourcenverschwendung). Der Konsument ist in diesem Modell – und nur darum handelt es sich bis jetzt – der Souverän am Markt. Nicht nur bei Adam Smith, sondern bei vielen anderen Vordenkern der modernen Volkswirtschaft bekommt dieses „Modell“ eine normative Kraft, wenn es heißt, dass alle Produktion nur das letzte Ziel habe, dem Konsum bzw. dem Konsumenten zu dienen [vgl. Keynes, 1936, S. 46]. Dies galt unumstritten in Zeiten des Käufermarktes. Das bedeutet, das Marktangebot lag dauerhaft unter der Nachfrage. Damit erfüllte die Produktion unbedingt den Zweck der Bedürfnisbefriedigung. Und heute? Heute sprechen wir nicht mehr vom Käufer- sondern vom Verkäufermarkt. Das Angebot an Waren und Dienstleistungen übertrifft weit mehr die vorhandenen Bedürfnisse des Käufers. Diese Bedürfnisse (und hier sei nicht die Frage diskutiert, ob es sich dabei tatsächlich noch um Bedürfnisse handelt) müssen permanent von außen erzeugt werden, durch Werbung und Marketing mit der Konsequenz, dass unnütze Ressourcen verbraucht werden, dass Effizienz um jeden Preis betrieben wird, auch auf Kosten der Menschen anderer Länder und Nationen.[vgl.: Deutscher Handymüll vergiftet Kinder in Ghana, A. Heaming, 2011] Produktion ohne gesellschaftliche Nutzwerte, basierend auf der Markt- und damit Effizienzlogik sind Erscheinungen der ungezügelten Marktwirtschaft. Marketing erzeugt Märkte. Wohlstandsmehrung unter der Prämisse der Ausbeutung von Arbeitskräften in unterentwickelten Ländern, Kinderarbeit, unmenschliche Wohn- und Lebensverhältnisse, zu dem Preis, dass in entwickelten Industriegesellschaften billiger und

billiger produziert bzw. veredelt werden kann und die Verbraucher damit mehr und mehr konsumieren können.

6. Theoretischer Erklärungsansatz

Was sind nun die Triebkräfte des menschlichen sozialen Handelns und der menschlichen, individuellen Entwicklung?

Diese bestehen laut Anerkennungstheorie von Honneth (geb. 1949), Vertreter der dritten Generation der Kritischen Theorie der hier auf die Studien von Meads (1893-1931) aufsetzt, in drei Formen der Anerkennung und Missachtung: Liebe, rechtliche Anerkennung und soziale Wertschätzung versus Liebesentzug, Entrechtung und sozialer Ausschließung und Beleidigung und Entwürdigung.

Welcher Bezug ist nun zwischen der **Anerkennungstheorie** [Honneth, 1992], und der Kritik an den **Staatskapitalismus** [Adorno] unter den **Prämissen des Verkäufermarktes** herzustellen? Hinter den scheinbar „neutralen“ ökonomischen Verteilungsmechanismen unserer sozialen Marktwirtschaft erkennt man die Problematik, die mit Tauschbeziehung und Werten, Anerkennung und Missachtung einhergehen. Insofern in unserer Gesellschaft höhere Einkommen als Ausdruck höherer Leistungen aufgefasst werden, spiegeln die Verteilungsverhältnisse die Anerkennungsverhältnisse wider. An einem Beispiel dargestellt soll dies deutlicher werden. Der Bürger arbeitet fleißig, erspart sich seinen Lohn, und kann sich nun damit auch seinen Wunsch erfüllen: z.B. ein Auto kaufen. Umso fleißiger er arbeitet, desto größer ist das Auto. Image und Anerkennung können nun im Auto gezeigt werden. „Luxusgüter versus Einfachheit“. Der Tauschwert „Geld“, als Äquivalent der erbrachten Leistung verwandelt seine Form und nimmt z.B. die Gestalt eines Autos an. Nun kommt der Finanzmarkt ins Spiel. Die Banken leihen Kredit. Der Arbeiter muss nun nicht erst fleißig sein, Leistungen erbringen sondern kann sich Image und Anerkennung sofort -ohne Gegenleistung- einkaufen. Das Verlangen nach Anerkennung und Wertschätzung ist nach Honneth [Fraser/ Honneth, 2003] das einzige sozialwirksame moralische Motiv; es bestimmt die normative Ordnung und die Gerechtigkeitskonzeption einer Gesellschaft. Die solidarische Anerkennung eines Menschen im Sinne der Würdigung seines Beitrages, seiner Leistung, zum Gemeinwohl führt zur unverzichtbaren Selbstschätzung und zum entsprechenden Handeln, im Sinne der Gemeinwohlerhöhung für alle. Wenn aber diese Selbstachtung „erkauft“ werden kann durch „ungerechte Verteilungsverhältnisse“, wenn der Besitz von „mehr Geld“, „mehr materiellen Werten“, egal durch welche Art von Leistung erhalten, mit größerer Wertschätzung verbunden ist, wenn soziale Wertschätzung also einfach erreicht

werden kann durch größeren materiellen Besitz, wer sorgt dann noch dafür, dass die gesellschaftlichen Werte in Form des individuellen Leistungsbeitrages zum Gemeinwohl Vorrang in unserer Gesellschaft haben? Wenn also Gewinnstreben und persönliche Gewinnmehrung heute bedeuten kann, höhere persönliche soziale Wertschätzung des Einzelnen, ohne dafür einen persönlichen Beitrag für die Gesellschaft geleistet zu haben, wohin führt dies? Nun könnte hier an dieser Stelle die Idee geboren werden, bestimmte Leistungen der Gesellschaft den Tauschbeziehungen und damit der Marktlogik zu entziehen, hingegen die materielle Produktion in die Bahn der Nutzwertorientierung zu bringen, die durchaus in dem Geldäquivalent ihre Berechtigung findet. Dienstleistungen etwa wie Rechtstaatlichkeitssicherung und Demokratiesicherung, Gesundheit, Pflege, Fürsorge und Betreuung, Bildung, Kommunikation, Mobilisierung u.a. hingegen sollten dem Markt entzogen werden und deren Leistungserbringung durch andere Äquivalente ersetzt werden. Die Schaffung der Dienstleistung selber hingegen ist nicht freigenommen von den Bedingungen der Marktwirtschaft wie Effizienzzwang und Effektivitätsstreben. Diese Überlegungen sollen aber nicht Gegenstand dieser Schrift sein. Vielmehr soll hier die Idee Habermas (geb. 1929), ansetzen.

7. Theorie des kommunikativen Handelns

Habermas spricht von der „Kolonialisierung der Lebenswelt“ und meint damit den Prozess der zunehmenden Monetarisierung und Bürokratisierung, wie er auch schon von Adorno und Horkheimer beschrieben wird. Die Imperative der Systeme wirken soweit auf die Ressourcen der Lebenswelt ein, dass damit die Grundlagen gesamtgesellschaftlicher wie individueller Reproduktion gefährdet sind [Habermas, 1981, S. 293]. Dies hat weitreichende Konsequenzen kultureller, sozialer und individueller Art, die nur vor dem Hintergrund der **Neuformulierung des Vernunftkonzeptes** erfasst werden können.

Nach der von ihm entwickelten **Theorie des kommunikativen Handelns** [Habermas, 1981] richtet sich die Rationalität im herkömmlich betrachteten Sinne auf die rationale Wahl von Mitteln für einen vorgegebenen Zweck. Nun aber kann sich die **kommunikative Vernunft** durch ihren Primat der Verständigung auch auf eine **vernünftige Wahl der Ziele**, die in der Kommunikation selbst erst interaktiv hergestellt werden müssen, beziehen.

Die Grundidee Habermas ist hier zunächst recht einfach. Habermas ist überzeugt davon, dass die SPRACHE selbst bereits eine vernunftgenerierende Kraft besitzt. Sie ermöglicht es, dass Aussagen kritisch hinterfragt werden können. Mit der Sprache an sich kann schon zwischen den einzelnen Subjekten Vernünftig (rational) kommuniziert werden. Die kommunikative

Vernunft richtet sich durch ihr Primat der Verständigung auf eine vernünftige Wahl der Ziele, die in der Kommunikation selbst erst interaktiv hergestellt werden müssen. Seine Begründung hierzu ist ebenfalls einfach. Er schreibt, dass die Deformation der Vernunft der modernen Welt die Ursache dafür ist, dass technische Effizienz zum einzigen gesellschaftlichen Maßstab für Rationalität erklärt wird. Wird nun aber gesellschaftliche Entwicklung und Rationalisierung auf Effizienzsteigerung und ökonomischen Wachstum reduziert (man beachte hier die Diskussion um den Wachstumscoeffizienten bzw. die Neuformulierungsversuche der Messung des Bruttoinlandsproduktes), wird dies nicht nur Sinnverlust und kulturelle Verarmung nach sich ziehen, sondern auch eine Verständigung über **sinnvolle gesellschaftliche Ziele, Leitmodelle und Werte** von Grund auf unmöglich machen.

8. Fazit

Erinnern wir uns. Protestantischer Ethos, **soziale Kontrolle und Reflexion, Kommunikation der Werte und Normen verbunden** mit dem **Streben nach wirtschaftlichem Erfolg** unter Anwendung des ökonomischen Grundprinzips oder auch Vernunft- oder Rationalisierungsprinzip genannt, waren der Nährboden moderner kapitalistischer Ökonomie. **Wer übernimmt nun heute die Rolle des Vertreters der kommunikativen Vernunft?** Kommen die Diskussionen über Nachhaltigkeit und deren Umsetzung überhaupt in der Gesellschaft an? Wer kommuniziert die sinnvollen gesellschaftlichen Ziele, Leitmodelle und Werte? Wie sehen diese konkret aus? Kann und sollte die Kirche der Zukunft diese Rolle für und in der Gesellschaft annehmen? Könnte nicht genau hier das „Kerngeschäft“, die Hauptrolle der Kirche der Zukunft liegen, statt sich in neuen Geschäftsfeldern, wie z.B. der Betreibung von Tagungshäusern, um neue Geldquellen zu bemühen und sich auch in diesen Märkten mit den gleichen Marketinginstrumenten zu bewegen? Wie aber könnte diese kommunikative Vernunft gelebt, wie programmatisch umgesetzt werden? Wie könnten diese Programme operationalisiert werden, wie und wo Verbreitung finden? Mit diesem Artikel sollte ein weiterer Beitrag zum öffentlichen Disput über die Kernaufgaben der Kirche der Zukunft und ihrer Umsetzung angeregt werden.

ⁱ Endnote:

Laut *Ridder/Engel* (2005, S. 424) ist die durchschnittliche Mediennutzung je Bundesbürger im Jahr 2005 auf zehn Stunden täglich angestiegen. Dies macht den Einfluss der Medien auf den menschlichen Alltag mehr als deutlich. Die Spitzenposition in der Mediennutzung nimmt mit 221 Minuten täglich immer noch das **Radio** ein. Obwohl der Anteil der Werbeminuten an der Sendezeit strengen Richtlinien unterliegt, werden im **Fernsehen** pro Tag 2.136 Werbeminuten, bzw. 6.214 Werbespots, ausgestrahlt. (Vgl. *Breinker et al.* (2005).

Literatur:

Adorno, Theodor: (1997): Gesammelte Schriften. Hrsg. von Rolf Tiedemann u. Mitw. von Gretel Adorno, Susan Buck-Morss und Klaus Schulz, 20 Bd..Frankfurt/M.: Suhrkamp

Breinker C./Schmitt Z./Katz G. (2005): TV-Werbung für Einsteiger, www.lp-deutschland.de.

Fraser, Nancy/Honneth, Axel (2003): Umverteilung oder Anerkennung? Eine politisch-philosophische Kontroverse. Frankfurt/M.: Suhrkamp

Fligstein, Neil: The Architecture of Markets. An Economic Sociology of Twenty-First-Century Capitalist Societies. Princeton University Press, Princeton/Oxford 2001.

Gertenbach/Kahlert/Kaufmann/Rosa/Weinbach (2009): Soziologische Theorien. W.Fink UTB

Habermas, Jürgen (1981): Theorie des kommunikativen Handelns, Bd. 1, Frankfurt/M.: Suhrkamp

Hayek, Friedrich A. von (1996) Die verhängnisvolle Anmaßung: Die Irrtümer des Sozialismus, Tübingen

Honneth, Axel (1992): Kampf um Anerkennung. Zur moralischen Grammatik sozialer Konflikte. Frankfurt/M.: Suhrkamp

Horkheimer, Max (1987): Gesammelte Schriften, hrsg. Von Alfred Schmidt und Gunzelin Schmid Noerr. Frankfurt/M.: Fischer

Joffe, Josef (2010): Die God Gap; Why Europe loses the Faith and America Keeps Praying, aus dem Englischen Heide Sommer, in Zeit, 24. Februar 2011

Ridder C.-M./Engel B. (2005): Massenkommunikation 2005 – Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich. In: Media Perspektiven, 9/2005, S. 422-448.

Ringger, B. (2007): Die Demokratie und das Gesetz der optimalen Komplexität, In: Denknetz, Jahrbuch 2007, Schweiz

SCHEIER, C., HELD, D.(2006): Wie Werbung wirkt. Erkenntnisse des Neuromarketings. München: Haufe

Weber, Max (1988): Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie, Bd.I. Tübingen: Mohr
Internet

www.bertelsmann-transformation-index.de/projekt/ Dowload: 7.4.2011

Anne Haeming (17.4.2011): Deutscher Handy-Müll vergiftet Kinder in Ghana, in: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,757063,00.html>

Bisher erschienene Weidener Diskussionspapiere

- 1 "Warum gehen die Leute in die Fußballstadien? Eine empirische Analyse der Fußball-Bundesliga"**
von Horst Rottmann und Franz Seitz
- 2 "Explaining the US Bond Yield Conundrum"**
von Harm Bandholz, Jörg Clostermann und Franz Seitz
- 3 "Employment Effects of Innovation at the Firm Level"**
von Horst Rottmann und Stefan Lachenmaier
- 4 "Financial Benefits of Business Process Management"**
von Helmut Pirzer, Christian Forstner, Wolfgang Kotschenreuther und Wolfgang Renninger
- 5 "Die Performance Deutscher Aktienfonds"**
von Horst Rottmann und Thomas Franz
- 6 "Bilanzzweck der öffentlichen Verwaltung im Kontext zu HGB, ISAS und IPSAS"**
von Bärbel Stein
- 7 Fallstudie: "Pathologie der Organisation" – Fehlentwicklungen in Organisationen, ihre Bedeutung und Ansätze zur Vermeidung**
von Helmut Klein
- 8 "Kürzung der Vorsorgeaufwendungen nach dem Jahressteuergesetz 2008 bei betrieblicher Altersversorgung für den GGF."**
von Thomas Dommermuth
- 9 "Zur Entwicklung von E-Learning an bayerischen Fachhochschulen- Auf dem Weg zum nachhaltigen Einsatz?"**
von Heribert Popp und Wolfgang Renninger
- 10 "Wie viele ausländische Euro-Münzen fließen nach Deutschland?"**
von Dietrich Stoyan und Franz Seitz
- 11 Modell zur Losgrößenoptimierung am Beispiel der Blechteilindustrie für Automobilzulieferer**
von Bärbel Stein und Christian Voith
- 12 Performancemessung**
Theoretische Maße und empirische Umsetzung mit VBA
von Franz Seitz und Benjamin R. Auer

- 13 Sovereign Wealth Funds – Size, Economic Effects and Policy Reactions
von Thomas Jost**
- 14 The Polish Investor Compensation System Versus EU –
15 Systems and Model Solutions
von Bogna Janik**
- 15 Controlling in virtuellen Unternehmen -eine Studie-
Teil 1: State of the art
von Bärbel Stein, Alexander Herzner, Matthias Riedl**
- 16 Modell zur Ermittlung des Erhaltungsaufwandes von Kunst- und Kulturgütern in
kommunalen Bilanzen
von Bärbel Held**
- 17 Arbeitsmarktinstitutionen und die langfristige Entwicklung der Arbeitslosigkeit -
Empirische Ergebnisse für 19 OECD-Länder
von Horst Rottmann und Gebhard Flaig**
- 18 Controlling in virtuellen Unternehmen -eine Studie–
Teil 2: -Auswertung-
von Bärbel Held, Alexander Herzner, Matthias Riedl**
- 19 DIAKONIE und DRG´s –antagonistisch oder vereinbar?
von Bärbel Held und Claus-Peter Held**
- 20 Traditionelle Budgetierung versus Beyond Budgeting-
Darstellung und Wertung anhand eines Praxisbeispiels
von Bärbel Held**
- 21 Ein Factor Augmented Stepwise Probit Prognosemodell
für den ifo-Geschäftserwartungsindex
von Jörg Clostermann, Alexander Koch, Andreas Rees und Franz Seitz**
- 22 Bewertungsmodell der musealen Kunstgegenstände von Kommunen
von Bärbel Held**
- 23 An Empirical Study on Paths of Creating Harmonious Corporate Culture
von Lianke Song und Bernt Mayer**
- 24 A Micro Data Approach to the Identification of Credit Crunches
von Timo Wollmershäuser und Horst Rottmann**
- 25 Strategies and possible directions to improve Technology
Scouting in China
von Wolfgang Renninger und Mirjam Riesemann**

- 26 Wohn-Riester-Konstruktion, Effizienz und Reformbedarf
 von Thomas Dommermuth**
- 27 Sorting on the Labour Market: A Literature Overview and Theoretical Framework
 von Stephan O.Hornig, Horst Rottmann und Rüdiger Wapler**
- 28 Der Beitrag der Kirche zur Demokratisierungsgestaltung der Wirtschaft
 von Bärbel Held**

