

Thomas Beschorner und Dana Sindermann (Hg.)

Wirtschaft ist Kultur

Ethik und Ökonomie

Band 24

Herausgegeben von

Thomas Beschorner, Matthias Kettner, Hans G. Nutzinger,
Stephan Panther, Josef Wieland

Wirtschaft ist Kultur

Wirtschaftsphilosophische
und wirtschaftsethische Beiträge

Herausgegeben von
Thomas Beschorner und Dana Sindermann

Metropolis-Verlag
Marburg 2021

Copyright für die Abbildung auf dem Umschlag: Teresa Hubbard und Alexander Birchler, „Falling Down“.

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <<https://portal.dnb.de>> abrufbar.

Metropolis-Verlag für Ökonomie, Gesellschaft und Politik GmbH

<https://www.metropolis-verlag.de>

Copyright: Metropolis-Verlag, Marburg 2021

Alle Rechte vorbehalten

ISBN 978-3-7316-1353-4

Inhalt

Thomas Beschorner

Wirtschaft ist Kultur. Zur Einführung 7

Teil I – Verstrickungen

Reinhard Pfriem

Entmystifizierung tut not. Ökonomie besteht aus kulturellen
Praktiken und braucht Aufhebung statt Wirtschaftsphilosophie 13

Birger P. Priddat

Kulturell verstrickte Ökonomie 37

Friedrich Glauner

Ökonomie. Kultur der Gewalt.

Philosophische Vorbemerkung zur Grundlegung einer Kritik
der Ökonomie und der wirtschaftsethischen Ökonomiekritik 59

Teil II – Kulturalistische Wirtschaftsethik

Thomas Beschorner und Matthias Kettner

Kulturalistische (Wirtschafts-)Ethik: Ein konzeptioneller Rahmen 101

Marc C. Hübscher

Quellen der Kritik. Erkundungen einer kulturalistischen
(Wirtschafts-)Ethik II 133

Teil III – Natur und Verdinglichung

Lars Hochmann

Wer lebt, stört. Über die radikale Unvereinbarkeit
demokratiefähiger Ökonomien 167

Anna Henkel

Wirtschaftsgüter als Kulturgüter. Eine kulturtheoretische Aktualisierung der Verdinglichungsthese	197
--	-----

Teil IV – Raum

Andreas Friedolin Lingg

Die Ökonomie und das Haus am Meer	219
---	-----

Yvonne Thorhauer

Die ästhetische Dimension. Kultivierung der Wirtschaft durch Raumgestaltung	235
--	-----

Teil V – Reziprozität und Markt

Verena Rauen

Reziprozität und Differenz. Zum Unterschied zwischen ökonomischer und ethischer Gegenseitigkeit	257
--	-----

Carl David Mildenberger

Währung, Kultur, Markt. Voraussetzungen, Status und Möglichkeiten von Nicht-Bargeld-Märkten	271
--	-----

Michaela Haase

How to Address Culture in Marketing Studies. An Analysis Using the Example of the Marketing-Systems Approach	289
---	-----

Die Autorinnen und Autoren	321
----------------------------------	-----

Wirtschaft ist Kultur

Zur Einführung

Thomas Beschorner

Einleitung

Die in diesem Band versammelten Beiträge der Jahrestagung der Arbeitsgruppe für Wirtschaftsphilosophie und Ethik der Deutschen Gesellschaft für Philosophie stehen unter der Überschrift „Wirtschaft ist Kultur“.

Ein solcher Buchtitel kann aus sehr unterschiedlichen Gründen Stirnrunzeln verursachen. Traditionelle Ökonomen fragen möglicherweise: „Was soll das denn sein?“ Vertreterinnen und Vertreter anderer Sozialwissenschaften, Philosophen und Kulturtheoretiker hingegen reagieren womöglich mit einem: „Was denn sonst!“.

„Wirtschaft ist Kultur“ drückt in einer ersten Annäherung aus, dass die Ökonomie ein Kulturprodukt ist, ein von Menschen geschaffenes soziales Gebilde, in das wir verstrickt sind, sei es als Konsumentinnen und Konsumenten, Unternehmerinnen und Unternehmer oder Beschäftigte. Verschiedene historisch gewachsene Institutionen, seien es Unternehmen als kollektive Akteure, Märkte, globale Finanzsysteme oder politische Rahmenordnungen, sind klassische Beispiele für derartige Kulturprodukte.

Damit deuten sich bei einer etwas näheren Betrachtung sogleich drei Dimensionen an, die für die St.Galler Tagung ebenso relevant waren wie sie es für diesen Sammelband sind:

Erstens, die Formulierung „Wirtschaft ist Kultur“ stellt Wirtschaft und Kultur einander nicht gegenüber, sondern betrachtet das Ökonomische als etwas Kulturelles. Daraus folgt – mit Bezug zur traditionellen Ökonomik und zu weiten Teilen der Managementlehre –, dass Betrachtungsweisen, die Kultur als eine (von vielen) Variablen verstehen und sie in der Regel als „Klima“ (vgl. Barney 1986; Schneider et al. 2013) in den

Datenkranz ökonomischer Analysen verorten, nur sehr eingeschränkt kulturtheoretische Perspektiven zu Tage bringen können. Anders und konstruktiver formuliert, geht es um kulturtheoretische und -empirische Ansätze, die Ökonomie als Kultur verstehen, und weniger um Fragen, ob Wirtschaftssysteme oder Unternehmen Kultur „haben“ (oder nicht) oder wie Kultur „klimatisch“ (z.B. hinsichtlich der „Performance“ einer Volkswirtschaft oder eines Unternehmens) wirkt.

Bei einem derart zugrunde gelegten Kulturverständnis wird Kultur, *zweitens*, sozialontologisch und historisch begriffen als die Gesamtheit von sozialen Praktiken und ihrer Prozessualität: ihrer Bildung, ihres Wandels, ihres Übergehens und Vergehens. Wenn „die Wirtschaft“ von anderen ausdifferenzierten komplexen Praxisbereichen unserer Kultur unterschieden wird (z.B. von der Politik, der Wissenschaft oder der Religion), unterscheiden wir etwas *innerhalb* der Kultur – nicht Kultur hier und etwas anderes da (außerhalb). Wirtschaft *ist* Kultur, Wirtschaft ist ein explizites wie implizites Muster „of and for behaviour acquired and transmitted by symbols, constituting the distinctive achievements of human groups, including their embodiment in artefacts; the essential core of culture consists of traditional (i.e. historically derived and selected) ideas and especially their attached values; culture systems may, on the one hand, be considered as products of action, on the other, as conditional elements of future action“ (Kroeber/Kluckhohn 1952: 181).

Mit dieser explizit kulturtheoretischen Betrachtungsweise wollen die Beiträge in diesem Buch, *drittens*, eine öffnende Perspektive stimulieren, die Peter Koslowski als langjähriger Vorsitzender unserer Arbeitsgruppe bereits vor 25 Jahren anregte: „Die aktuelle wirtschaftsethische Diskussion neigt dazu“, so Koslowski (1992: 14), „die Schnittstellen zwischen Philosophie und Wirtschaftswissenschaft nur im Bereich der Ethik zu erkennen, die Wirtschaftsontologie und die Kulturwissenschaft der Wirtschaft jedoch auszuklammern. Dieses Vorgehen ist nicht zu rechtfertigen.“ Die schon von Werner Sombart (1929: 294) beschriebene Trias von „Wirtschaftsethik – Wirtschaftsontologie – Wirtschaftskultur“ stellt eine wichtige Perspektiverweiterung im Vergleich zu dem üblichen Kanon der Wirtschaftsethik dar, weil sich mit ihr die Chance bietet, ethische, ontologische, epistemische und kulturtheoretische Forschungsdesiderate zu markieren und zu bearbeiten. Zu diesem Vorhaben sind in den vergangenen Jahren auch unter der Bezeichnung „Wirtschaftsphilosophie“ zahlreiche Anstrengungen unternommen worden (vgl. dazu besonders das dreibändige Werk

von Enkelmann und Priddat 2014-2016). Originär (wirtschafts-)ethische Fragestellungen werden dabei nicht zurückgestuft. Vielmehr bieten umgekehrt gerade erweiterte wirtschaftsphilosophische Sichtweisen die Möglichkeit, ethische Fragen gründlicher und neu zu betrachten. Die in diesem Sammelband publizierten Beiträge markieren dieses Feld, indem sie die Verstrickungen der von Sombart angesprochenen Trias von Wirtschaftsethik, -ontologie und -kultur in ihrer Bandbreite untersuchen.

Literatur

- Barney, J. B. (1986): Organizational Culture: Can It Be a Source of Sustained Competitive Advantage?, in: The Academy of Management Review, Vol. 11, No. 3, 656-665.
- Enkelmann, W. D./Priddat, B. P. (Hrsg.) (2014-2016): Was ist? Wirtschaftsphilosophische Erkundungen. Definitionen, Ansätze, Methoden, Erkenntnisse, Wirkungen, drei Bände, Marburg: Metropolis.
- Koslowski, P. (1992): Wirtschaftsethik – ein neues Paradigma der Wirtschaftswissenschaft und der Philosophie?, in: Ders. (Hrsg.): Neuere Entwicklungen in der Wirtschaftsethik und Wirtschaftsphilosophie (Studies in Economic Ethics and Philosophy), Berlin u.a.: Springer, 9-17.
- Kroeber, A. L./Kluckhohn, C. (1952): Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions, Cambridge, MA: Peabody Museum of American Archaeology and Ethnology.
- Schneider, B./Ehrhart, M. G./Macey, W. H. (2013): Organizational Climate and Culture, in: Annual Review of Psychology, 64, 361-388.
- Sombart, W. (1929): Die drei Nationalökonomien: Geschichte und System der Lehre von der Wirtschaft, München: Duncker & Humblot.