Werner Brandl

Und die Moral von der Geschicht'? – Über die Moralisierung der Moral

Eine essayistische Betrachtung des *Homo consumens* als Akteur unter und in aktuellen sozioökonomischen *Verhältnissen* und Adressat für moralisch korrektes Konsum*verhalten* – pointiert bis polemisch!

Schlüsselwörter: Moral, Ethik, Moralisierung, Kapitalismus, Konsum

1 „Fakta, und kein moralisches Geschwätz"[1]

Mit dem *Magazin zur Erfahrungsseelenkunde* beginnt 1783 die (empirische) Psychologie mit einer regelrechten Befreiung, indem sie die Erklärung der Seele/der Psyche nunmehr auf nachprüfbare Beobachtungen (*Fakten*) und nicht mehr auf die *moralischen Dogmen* einer (christlichen) Weltanschauung stützt.

Befragt man die Bevölkerung hinsichtlich ihrer *Vorstellungen von Moral* bzw. von öffentlich behandelten Verstößen gegen diese, ergibt sich folgendes Bild:

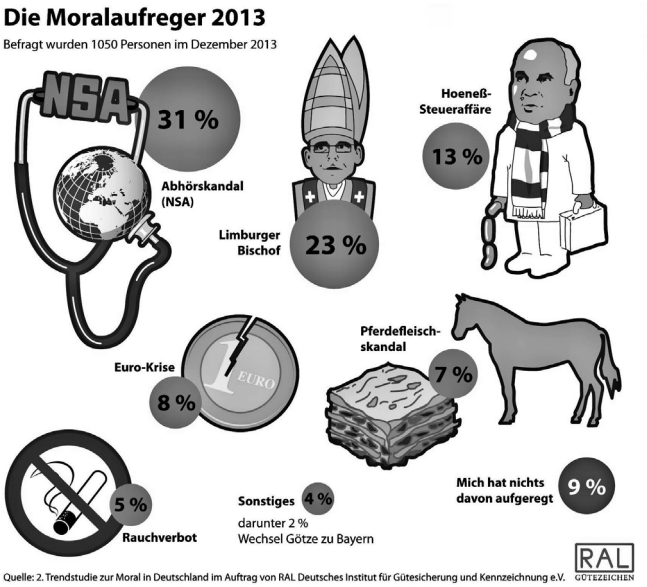

Abb. 1: Infografik der Moralaufreger 2013 (Quelle: Mit Genehmigung RAL-Institut)

Kaum eine Sphäre – von Politik über Wirtschaft, Sport, Kirche hin zu Privatem – wird ausgelassen, zu der nicht irgendwer irgendwie irgendwas eine nach „gut“ und „böse“ kategorisierende Meinung über die moralische Zulässigkeit bzw. den unstatthaften Missbrauch öffentlich zum Ausdruck bringt: *Das Moralische ist überall*!

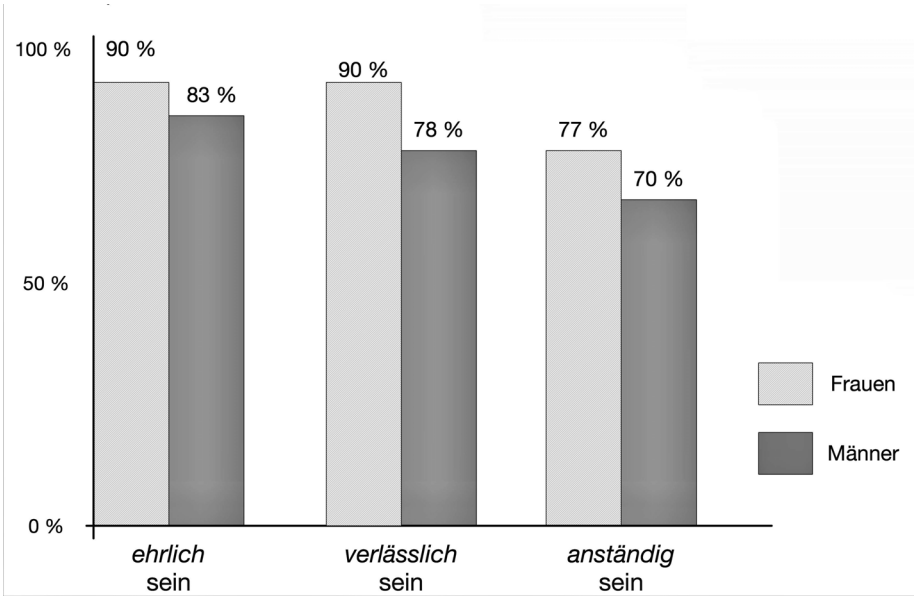

Abb. 2: „Was bedeutet für Sie moralisches Verhalten?“ (Quelle: statista [http://de.statista.com/statistik/daten/studie/205774/umfrage/verstaendnis-von-moral-und-werten-nach-geschlecht]).

Fragt man weiter nach der Bedeutung moralischen Verhaltens, ist das Ergebnis nicht minder aufschlussreich – ob sich das *Ehrlich-/Verlässlich-/Anständigsein* auf die häusliche, berufliche oder öffentliche Sphäre bezieht, spielt in dieser Kundgabe offensichtlich keine Rolle: *Die moralischen Kategorien gelten überall*!

Diese Omnipräsenz (Allgegenwart) und Ubiquität (Verbreitung) von moralischen Urteilen über alles und jeden macht es allerdings oftmals schwer bis unmöglich, den (mehr oder weniger darin bzw. dahinter verborgenen) Kern eines Sachverhaltes zu erkennen.

2 Zwischen den Welten oder: Wunsch & Wirklichkeit

Man kann das Faktum kurz und knackig benennen:

> Marktwirtschaft, das klingt kuschelig. Das erinnert an gemütliche Bauernmärkte, wo die Äpfel noch einzeln abgewogen werden, während man die neuesten Nach-

> richten aus der Nachbarschaft austauscht. Doch diese Marktwirtschaft gibt es nicht. Wir leben im Kapitalismus, der etwas völlig anderes ist. (Herrmann, 2013, S. 65)

Es geht aber auch um mehrere Ecken herum:

> Können Konsumenten mit korrektem Einkaufen die Welt retten? Davon ist viel die Rede. Verbraucher ordern grünen Strom, kaufen Äpfel aus der Region, fair gehandelte Bananen aus Costa Rica, verschmähen Fast Food und essen vegetarisch oder vegan. Sie steigen in ein Fahrzeug mit Hybridantrieb, wechseln zu einer ethischen Bank oder boykottieren Konzerne, die genmanipulierte Lebensmittel herstellen oder Gewinne in Steueroasen verschieben. Längst ist von einer ‚Moralisierung der Märkte' die Rede und Umfragen zeigen: Der ethische Konsum findet immer mehr Anhänger. (Dohmen, 2014, S. 7)

Und noch viel grundsätzlicher:

> Wenn man es grundsätzlich sieht, ist die gesamte Existenz eine unausweichliche Schuldgeschichte: Wer lebt, der verdrängt nun mal andere. Er isst Ausgerissenes und Getötetes, baut sein Haus nicht auf unbelebtem Boden, konkurriert um Arbeitsplätze, Sozialränge und Sexualpartner. Das ist die Lebenserfahrung, die hinter dem Begriff der Erbsünde steckt: Keiner kann sein Menschenleben leben, ohne schuldig zu werden. Wir enttäuschen andere Menschen, weil wir uns aus mehr oder weniger guten Gründen für diese oder jene Alternative entscheiden, wir halten Versprochenes nicht, warum auch immer, wir leben auf Kosten der Natur, der armen Länder, der kommenden Generationen. (Matthias Drobinski in SZ Nr. 91, 2014, S. 2)

Immerhin: Kapitalismus ist in – als ökonomische Organisationform global quasi alternativlos (inkl. in Ländern mit abweichender politischer Verfassung à la China) und insbesondere publizistisch: Vom „Sieg des Kapitals" (Herrmann, 2013), über „die vertagte Krise des demokratischen Kapitalismus" (Streeck, 2013) bis hin zum „Kapital im 21. Jahrhundert" (Piketty, 2014) wird seziert, dass und warum, wie und mit welchen Konsequenzen diese Art des Wirtschaftens den Globus, Nationen und Individuen betrifft und betroffen macht. Piketty z.B. hat mit makroökonomischem Blick dies auf die einfache Formel **r > g** gebracht und die Zunft der Ökonomen und die interessierte Öffentlichkeit herausgefordert (Abb. 3): Wenn die Kapitalrendite (r) in der von ihm beobachteten und berechneten Periode 1870 bis 2010 über dem Wirtschaftswachstum (g) und die Relation privaten Reichtums gegenüber dem der jährlichen Wirtschaftsleistung (BIP) in Deutschland z.B. im Jahr 1870 704%, im Jahr 1950 unter 200% und im Jahr 2011 412% betrug, so ist dieser Umstand – jenseits der innerökonomischen (Methoden-)Diskussion und mit dem von Piketty geforderten „gesunden Menschenverstand"[2] betrachtet und der „Anleitung" zum „Selbst denken" (Welzer, 2013) folgend – eigentlich so brisant auch wieder nicht: Wenn es schließlich nach übereinstimmender Meinung von Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gewerkschaften darum geht, dass das Kapital (die Wirtschaft) sich national wie international bewährt und wie gewünscht per Rendite mehr wird, dürfte sich darin ja der Sinn und Zweck (vulgo: Wachstum) erfüllen. Aufregend wird der Sachverhalt

erst, wenn man diesen Befund unter dem Aspekt der „Gerechtigkeit“ einer moralischen Begutachtung unterzieht: Die Vermögen sind ungleich verteilt, Kapitalrendite lohnt sich mehr als Lohnarbeit, die Schere zwischen beiden öffnet sich dramatisch etc.

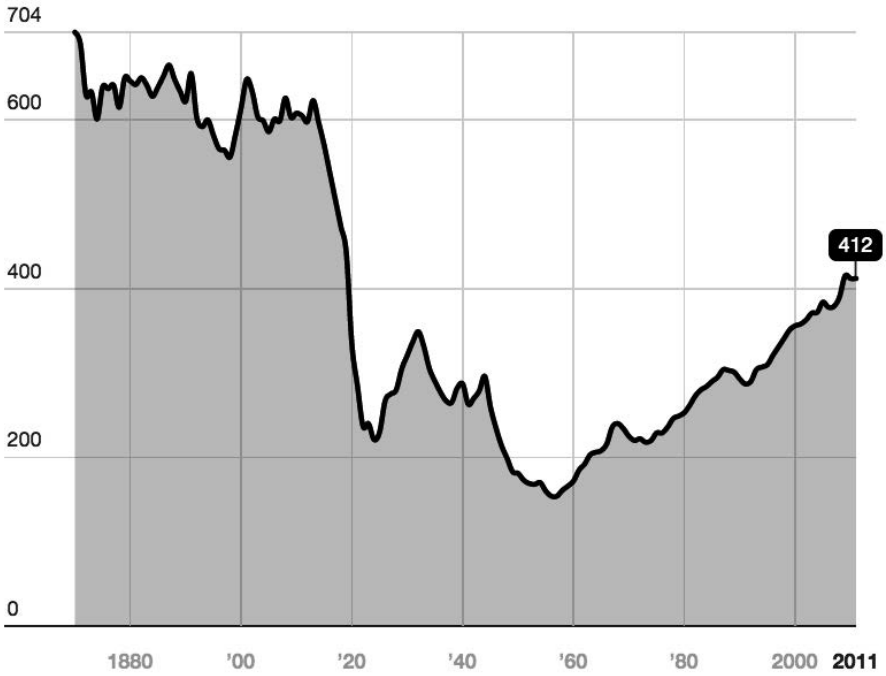

Abb. 3: Rendite schlägt Wachstum: Privates Kapital in Prozent des Bruttoinlandsproduktes (BIP) (Quelle: Eigene Darstellung mit Daten von [http://piketty.pse.ens.fr/files/capitalisback/T253])

Dieser Gedanke ergibt sich „logisch“ zwingend aber nur, wenn man diese Verteilungsgerechtigkeit als Grund und Zweck der politischen und ökonomischen Aktivitäten unterstellt. Am Ende ist dann der Verbraucher als Kunde nicht nur ein Rädchen in der komplex-komplizierten ökonomischen Verteilungsmaschinerie, sondern avanciert geradezu zum Auftraggeber für alle ökonomischen Aktionen – Stichwort „Kundenkapitalismus“ (Martin, 2010) – und letztendlich Verantwortlichen für deren (z.B. auch ökologisch bedenklichen) Auswirkungen – Stichwort „Verantwortung des Konsumenten“ (Heidbrink et al., 2011)! Für beide Lesarten muss die Moral prinzipiell sowohl als Begründung für die *Verhältnisse*, wie auch für das erwünschte *Verhalten* herhalten: Jenseits der ehrenwerten *gesinnungsethischen Motive* von politisch korrekten „Gutmenschen“ bzw. „moralisch besseren Menschen“ bleibt den maßgeblichen Instanzen die Entscheidung nach *verantwortungsethischen Maßstäben*, die insbesondere die erfolgreiche Bilanzierung politischen, wirtschaftlichen und individuellen Handelns im Auge haben. Einerseits wird moralisch begründetes (Be-) *Den-*

ken als ehrenwerter Input geschätzt und andererseits im Output der Sachzwang als ebenso respektable Anleitung zum notwendigen *Handeln* ein-, aber auch entgegengesetzt!

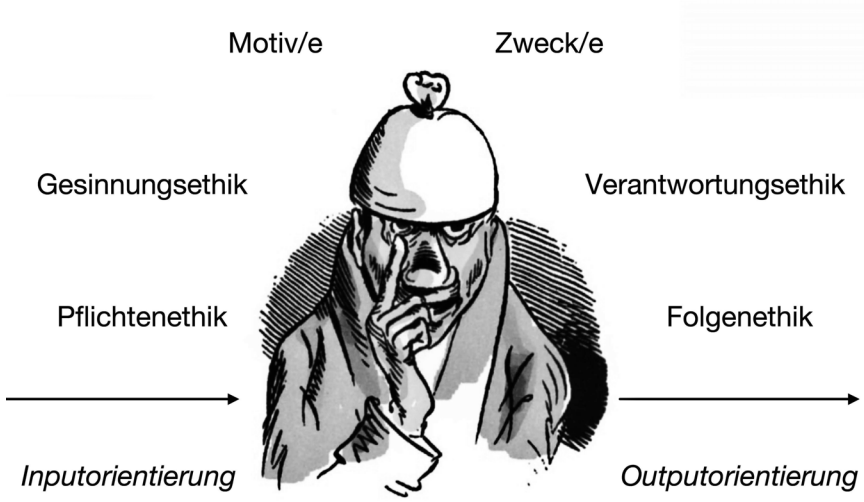

Abb. 4: Gesinnung vs. Verantwortung (Quelle: Eigene Darstellung)

Bereits Hegel bemerkte im Paragrafen 118 seiner *Philosophie des Rechts*, dass das ausschließliche Pochen auf Gesinnungs- bzw. Folgenethik ein „abstraktes Entweder-Oder" darstellt, das deren „Widerspruch"[3] nicht zur Kenntnis nehmen oder aushalten will.

> Der Grundsatz: bei den Handlungen die Konsequenzen verachten, und der andere: die Handlungen aus den Folgen beurteilen und sie zum Maßstabe dessen, was recht und gut sei, zu machen – ist beides gleich abstrakter Verstand.

3 „Alles ist moralisch, aber die Moral selbst ist nicht moralisch"[4]

Was ist aber Moral? Schnell werden diverse Begriffe vermischt und z.B. Moral und Ethik synonym gebraucht. Der begrifflichen Klarheit wegen sei jedoch daran erinnert und festgehalten, dass mit *Moral* eher die tagtägliche Praxis mitgedacht ist und mit *Ethik* meist die philosophisch-theoretische Reflexion moralisch gesetzter Werte und moralisch definierter Praxen mitgemeint ist – wobei Luhmann vorsichtig anmahnt, es sei eigentlich „Aufgabe von Ethik vor der Moral zu warnen" (Luhmann, 2008, S. 266): „Nicht zuletzt deshalb ist eine mit Fragen der Moral beschäftigten Ethik gut beraten, den von anderen behaupteten „Moralisierungen" mit derselben kritischen Distanz gegenüberzutreten, wie den Moralisierungen der

damit kritisierten „Moral-“ und „Sittenpredigerinnen“ (Möhring-Hesse, 2013, S. 164).

Als quasi vermittelnde Instanz stellt das *Ethos* das Gefüge gewohnter Verhaltensweisen in einer (Teil-)Gesellschaft dar, die das persönliche Verhalten ebenso wie das Verhalten sozialer Institutionen regelt (vgl. Abb. 5). In kodifizierter Form beschreiben rechtliche Normen das Erlaubte bzw. Verbotene und be- und verurteilen mit der staatlichen Sanktionierung individuelles (Fehl-)Verhalten.

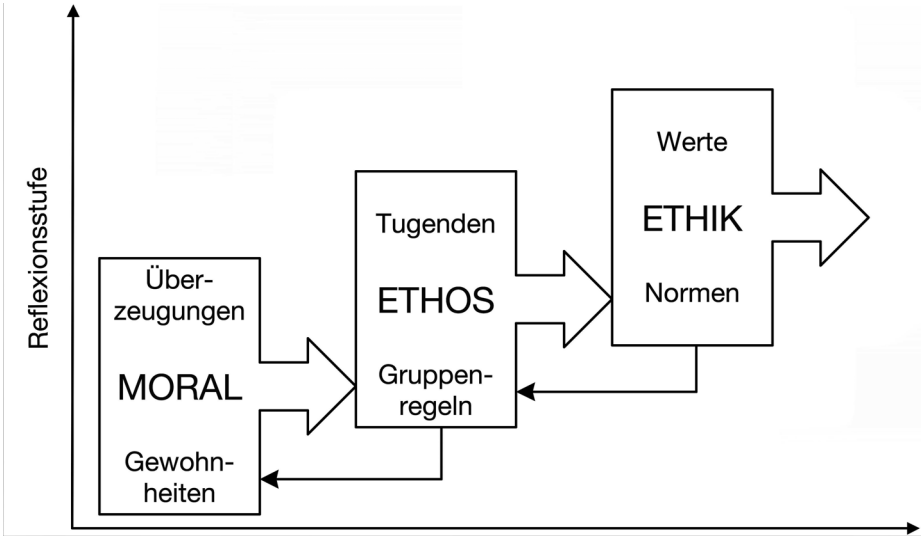

Abb. 5: Moral – Ethos – Ethik (Quelle: Eigene Darstellung)

Das *Moralisieren* – sich um die Moral der anderen zu kümmern – bedient sich prinzipiell mehr oder weniger beliebig bei allen angebotenen Argumenten auf allen (moralischen, ethischen, rechtlichen) Ebenen und „findet demnach an unterschiedlichen Orten und vor dem Hintergrund unterschiedlicher Anliegen der jeweiligen Akteure statt. „In der allgemeinsten Formulierung lässt es sich definieren als *eine soziale Praxis, die dadurch gekennzeichnet ist, dass Handlungen, Situationen und Personen in Bezug auf normative Kriterien beurteilt werden, und diese Beurteilung vor einem Publikum dargestellt und allgemein verbindlich gemacht werden* soll“ (Stehr, 1998, S. 25) – für den Hausgebrauch stehen populäre Ratgeber dann beratend zur Seite, wenn es darum geht, Antworten auf die Frage „Wie viel Gewissen darf’s denn sein? Ethik in Beruf und Alltag“ (z. B. Wilhelm, 2011) zu erhalten. Denn: „Moral wird produziert wie andere symbolische Güter auch: die Kommunikation von Moral, das Moralisieren, verläuft analog über die Produktion, Rezeption und Zirkulation von sprachlichen Bedeutungen“ (Stehr, 1998, S. 190).

3 „Moralischer Konsum ist meist nur Konsum von Moral“[5]

> Das Verlockende an der Moral ist, dass man sie neuerdings im Supermarkt kaufen kann. Es kommt nur darauf an, die richtige Wahl zu treffen: Ist die Milch auch Bio, der Kaffee fair gehandelt, das Kleid garantiert aus Soja, der Teppich sicher nicht von Kinderhand geknüpft? (Mechelenberg)

Diese „Gewissen ist geil“-Mentalität (Ullrich, 2007) ist dabei die eine Seite der Medaille und verschafft „Otto Moralverbraucher“ (Dohmen, 2014) ein gutes Gefühl, Adornos Aphorismus aus seiner *Minima Moralia* zum Trotz, doch „ein richtiges Leben im falschen“ führen zu können. Die andere Seite der Medaille – nämlich „Stadt – Land – Überfluss“ (Schindler, 2014) – muss sich der moralisch integre Konsument allerdings auch anrechnen lassen:

> Jeder von uns wirft pro Jahr durchschnittlich 82 Kilogramm Lebensmittel weg – das entspricht etwa zwei vollgepackten Einkaufswagen. Aufs ganze Land hochgerechnet ergibt das einen gewaltigen Berg von 6,7 Millionen Tonnen. Den produzieren wir, die Verbraucher. Und wir haben es auch in der Hand, diesen Berg kleiner werden zu lassen. [www.zugutfuerdietonne]

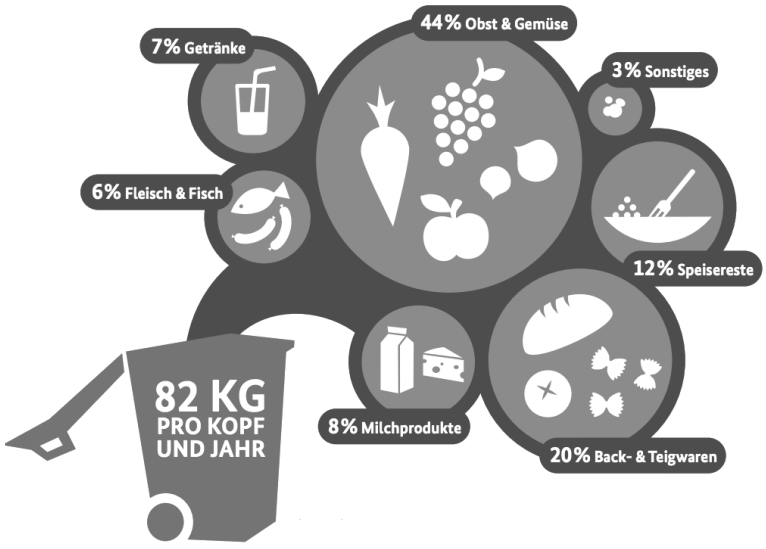

Abb. 6: „Was werfen wir weg“ (Quelle: BMELV/Studie der Universität Stuttgart, 2012)

Diese Verschwendung hat auch ethische Folgen und erfordert nicht weniger Gedankenakrobatik:

> Während wir Lebensmittel sogar noch in Originalverpackung wegwerfen, hungert weltweit etwa eine Milliarde Menschen. Natürlich wird auch keiner von ihnen unmit-

> telbar satt, wenn wir zu Hause mehr Achtsamkeit beim Umgang mit Lebensmitteln verwenden und den gekochten Reis weiterverwerten, statt ihn wegzuwerfen. Dennoch: In Anbetracht des Hungers in der Welt und aus Respekt vor unseren Mitmenschen und der Schöpfung sind wir geradezu verpflichtet, sorgsam mit unseren Lebensmitteln umzugehen. [www.zugutfuerdietonne]

Dass die ebenso erheblichen „Verluste" bei *Produktion* und *Distribution* der Lebensmittel weniger prominent dargestellt werden, geht als lässliche Sünde ja noch durch, dass aber der private *Konsum* auch dieses Problem lösen können soll, wird selbst zwar nicht als sehr realistisch eingeschätzt, deshalb umso mehr als ethische Haltung eingefordert und auch gleich mit praktischen Handlungsanweisungen für einen „‚nachhaltigen', ‚moralischen' und ‚politischen' Konsum" (Welzer, 2014, S. 76) versehen, z. B.:

- *genauer lesen*: „Bei minus 18°C mindestens haltbar bis" nicht verwechseln mit „Bei maximal 5° C zu verbrauchen bis..."
- *besser planen*: Überblick verschaffen, im Voraus planen
- *überlegter einkaufen*: nach Bedarf einkaufen, Einkaufszettel schreiben
- *besser lagern*: Überblick behalten, Vorräte kontrollieren
- *besser essen*: Speiseplan erstellen, richtige Menge, vorkochen
- *restloser verwerten*: Überbleibsel kreativ zubereiten

Einer Verlängerung des Gedankens der „Resteverwertung" in die Gefilde von Hartz IV steht dem nicht entgegen – im Gegenteil: Nichts leichter, als ein einigermaßen erträgliches Leben mit den zugemessenen Tagessätzen mit sattmachender und dennoch gesunder und nachhaltiger Ernährungsweise in Einklang zu bringen: *Das Sparkochbuch: Günstig und ausgewogen ernähren nach dem Regelsatz Hartz IV* (Glinka & Meier, 2009) und unzählig andere helfen da gerne weiter.

„Wenn mit wirklichkeitsfremden Beispielen berechnet wird, wie man mit Sozialhilfe bzw. Hartz IV den Alltag organisiert und dabei die notwendigen Nährstoffe zu sich nimmt, ohne zu reflektieren, wie sich dies in esskulturelle Zusammenhänge einfügt, [...] wird deutlich, dass die Ferne zum Alltag nicht nur analytische Defizite beinhaltet, sondern auch zu völlig ungeeigneten Lösungsvorschlägen führt" (Methfessel & Schlegel-Matthies, 2014, S. 32/33) – und nicht nur ungeeignet, sondern auch bei gelingender Integration in „esskulturelle Zusammenhänge" ein Stück weit „unverschämt"!

Ob und wie man über das von anderen gehaltene moralisch verbrämte „Stöckchen" immer und sofort springen sollte, ist nicht nur eine Frage selbstständigen Denkens und bedarf eigentlich (k)einer „Anleitung zum Widerstand", die Harald Welzer (2013, S. 293) dennoch in zwölf Regeln gegossen hat, von denen zwei sehr kontradiktorisch erscheinen:

- Sie haben keine Verantwortung für die Welt.
- Es hängt ausschließlich von Ihnen ab, ob sich etwas ändert.

Aber so *ambivalent* und *ambitiös* kann nun mal das *Verhalten* und *Aushalten* in diesen *Verhältnissen* sein!

Anmerkungen

[1] Moritz, K.P. (1783). Editorial. *Gnothi sautón oder Magazin zur Erfahrungsseelenkunde* (1. Bd., 1. St.), 1-3.

[2] Piketty erklärt in einem Interview mit der *Süddeutschen Zeitung* (Nr. 228, 4./5. Oktober 2014, S. 23) recht despektierlich „Das Problem in der Ökonomie: Forscher arbeiten mit hochentwickelten Modellen und anspruchsvoller Mathematik, um Kleinigkeiten zu erklären. Manchmal zeigen diese Modelle auch gar nichts. Aber man kann damit einen Doktortitel bekommen und eine ganze Karriere darauf aufbauen, allein Theoreme zu beweisen. Ohne ein einziges Mal auf Daten aus der Realität zu schauen oder den gesunden Menschenverstand zu benutzen. Das ist doch verrückt und muss sich ändern".

[3] Über den Widerspruch schreibt Hegel im § 119 der *Enzyklopädie der philosophischen Wissenschaften im Grundrisse*: „Was überhaupt die Welt bewegt, das ist der Widerspruch, und es ist lächerlich zu sagen, der Widerspruch lasse sich nicht denken".

[4] Robert Musil: *Ein Mann ohne Eigenschaften. Zweites Buch – Kapitel 38*.

[5] Wolfgang Ullrich, zit. nach Welzer (2014, S. 79).

Literatur

Dohmen, C. (2014). *Otto Moralverbraucher. Vom Sinn und Unsinn engagierten Konsumierens*. Zürich: Orell Füssli.

Glinka, U. & Meier, K. (2009). *Das Sparkochbuch: Günstig und ausgewogen ernähren nach dem Regelsatz Hartz IV*. Köln: vgs.

Heidbrink, L., Schmidt, I. & Ahaus, B. (Hrsg.). (2011). *Die Verantwortung des Konsumenten: Über das Verhältnis von Markt, Moral und Konsum*. Frankfurt/Main: Campus.

Herrmann, U. (2013). *Der Sieg des Kapitals. Wie der Reichtum in die Welt kam: Die Geschichte von Wachstum, Geld und Krisen* (Schriftenreihe Bd. 1412). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

Hirschfelder, G., Ploeger, A. & Schönberger, G. (Hrsg.). (2014*). Was der Mensch essen darf. Moral, Ethik und Nachhaltigkeit in der Ernährung des 21. Jahrhunderts.* Wiesbaden: SpringerVS.

Luhmann, N. (2008). *Die Moral der Gesellschaft* (Hrsg. v. Detlef Horster). Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Martin, R. (2010). Das Zeitalter des Kundenkapitalismus. *Harvard Business Manager*, *32*(3), 76-85.

Mechelenberg, G. (2007). *Die Souveränität des Konsumenten. Nico Stehrs Gesellschaftstheorie zur „Moralisierung der Märkte“*. [www.literaturkritik.de/public/rezension.php?rez_id=10969].

Methfessel, B. & Schlegel-Matthies, K. (2014). Alltagskultur: viel beschworen, wenig wissenschaftlich durchdrungen?! *Hauswirtschaft und Wissenschaft* (HuW), *62*(1), 28-37.

Möhring-Hesse, M. (2013). ‚Moralisieren‘ und die Grenzen der Moral. In R. Großmaß & R. Anhorn (Hrsg.), *Kritik der Moralisierung. Theoretische Grundlagen – Diskurskritik – Klärungsvorschläge für die berufliche Praxis* (S. 151-165). Wiesbaden: SpringerVS.

Piketty, T. (2014). *Das Kapital im 21. Jahrhundert*. München: C.H. Beck.

Schindler, J. (2014). *Stadt – Land – Überfluss. Warum wir weniger brauchen als wir haben.* Frankfurt/Main: S. Fischer.

Schmalz, S. (2009). *Die Bedeutung emotionaler Markenverbundenheit im Falle unmoralischen Unternehmensverhaltens*. Göttingen: Cuvillier.

Stehr, J. (1998). *Sagenhafter Alltag: Über die private Aneignung herrschender Moral.* Frankfurt/Main: Campus.

Stehr, N. (2007). *Die Moralisierung der Märkte: Eine Gesellschaftstheorie.* Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Streeck, W. (2013). *Gekaufte Zeit. Die vertagte Krise des demokratischen Kapitalismus* (Schriftenreihe Bd. 1339). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

Ullrich, W. (2007). *Gewissen ist geil. Wie moralischer Konsum sein eigenes Anliegen untergräbt.* [http://www.changex.de/Article/article_2720].

Ullrich, W. (2012). *Habenwollen. Wie funktioniert die Konsumkultur?* (3. Aufl.). Frankfurt/Main: Fischer.

Welzer, H. (2014). *Selbst denken. Anleitung zum Widerstand* (Schriftenreihe Bd. 1401). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

Wilhelm, T. (2011). *Wie viel Gewissen darf’s denn sein? Ethik in Beruf und Alltag.* Freiburg: Haufe-Lexware.

Verfasser

Werner Brandl M.A.
Institutsrektor

Staatsinstitut für die Ausbildung von Fachlehrern
– Abteilung II –

Am Stadtpark 20
D-81243 München

E-Mail: wbrandl@stif2.de
Internet: www.stif2.de