



Modell Deutschland am Scheideweg

Kulturelle Identität und Wertkonsens als ökonomische und arbeitsmarktpolitische Erfolgsfaktoren



Elmar Nass

Kulturethische und empirische Befunde skizzieren den deutschen Spagat zwischen Bewahrung der Grundideen Sozialer Marktwirtschaft und einer Anpassung an das vermeintlich universal gültige Erfolgsrezept einer liberalen Marktwirtschaft nach angelsächsischem Muster. Vieles spricht für das ‚Aus‘ des deutschen Modells. Der Trend am deutschen Arbeitsmarkt vom Großunternehmen zurück zum Mittelstand ist jedoch Indiz für eine Erfolg versprechende Kehrtwende. Sie muss durch eine Ordnungs-, Bildungs- und Sozialpolitik flankiert werden, die sich orientiert an einer für alle verbindlichen sozialen Wertidentität. Mit einem solchen Profil kann der deutsche Arbeitsmarkt im internationalen Wettbewerb seine komparativen Vorzüge zurückgewinnen und ausbauen.

Brüchige Wir-Identität im ‚Old Europe‘

Das nach dem zweiten Weltkrieg ordnungs- und wirtschaftspolitisch erfolgreich erprobte Modell Deutschland ist untrennbar mit der Sozialen Marktwirtschaft verbunden. Es ist der ausdrücklich im christlichen Verständnis vom Menschen begründete Versuch eines Dritten Weges zwischen freier Marktwirtschaft und Kollektivismus. Mehr als im angelsächsischen Kulturkreis hat es seine Wurzeln in einem korporativen Gedanken, der sich auf starke Verbände (wie Unternehmerverbände, Gewerkschaften), Beamtentum und Großunternehmen stützt. Manche – wie etwa der Christdemokrat R. Pofalla (2006) – fordern angesichts von Globalisierung u. a. Herausforderungen eine ‚neue soziale Marktwirtschaft‘, die sich stärker dem liberalen Geist verpflichtet sieht. Andere – wie etwa der Sozialdemokrat Otto Schily (2005) – halten den dritten Weg für überholt und ermutigen stattdessen zu einer Amerikanisierung

der deutschen Ordnungs- und Wirtschaftspolitik.

Ist das bisherige Modell tatsächlich gescheitert? Es ist überraschend, dass weder Gewerkschaften noch Unternehmerverband diese Wegscheidung für ihre arbeitsmarktpolitischen Strategien der Zukunft angemessen thematisieren. Umso wichtiger ist es, für den sich vollziehenden Wandel der sozio-ökonomischen Rahmenbedingungen (nicht allein) der Arbeitswelt zu sensibilisieren.

Ohne einen gesellschaftlichen Wertkonsens hat eine demokratische Ordnungsidee keinen Bestand. Das haben auch die Gründerväter der Sozialen Marktwirtschaft erkannt. Ursprung und dynamische Entwicklung der Loyalitätsidee unterliegen kulturabhängigen Pfaden, von denen die zwei für Deutschland einflussreichsten Traditionen im Folgenden einander gegenübergestellt werden: Die kontinentaleuropäische und die angelsächsische Identitätsidee des gesellschaftlichen Zusammenhalts werden dazu mit ihren je eigenen Solidaritätsdis-

positionen unterschieden. Ein solcher kulturhistorischer Vergleich beleuchtet die Entwicklungen der inneren Abhängigkeit von Kultur, Wirtschaft und Politik und verweist auf eine alternative Genese des Wir-Gefühls, das den für den sozialen Frieden in Arbeitswelt und Gesellschaft jeweils notwendigen Wertkonsens erst konstituiert (Abels- hauser, 2003). Entgegen vieler Untergangsprophetien sehe ich eine wettbewerbsfähige Zukunft für den deutschen Arbeitsmarkt, wenn liberale und korporative Gedanken miteinander ver-

Sozialer Friede beruht auf Wertkonsens

knüpft werden. Dies ist nicht allein über finanzielle Anreize und Regelmachbesserungen zu erzielen. Vielmehr setze ich dazu im Sinne der Gründerväter Sozialer Marktwirtschaft auf eine verbindende Wir-Identität in unserer Gesellschaft, die das notwendige Konkurrenzdenken zügelt und es dadurch gegen eine egozentrische Individualisierung der Menschen abgrenzt,