



Ein Europa der Solidarität statt des gnadenlosen Wettbewerbs

Christlich-sozialethische Anmerkungen zu aktuellen Herausforderungen des Europäischen Sozialmodells¹

Wirtschaft und Gesellschaft lassen sich nicht allein nach dem Prinzip des Wettbewerbs organisieren. Angesichts eines dominanten Wirtschaftsliberalismus und einer einseitigen Wachstumsstrategie im europäischen Wirtschaftsmodell sind heute gegenläufige Einsichten gefragt: dass alle Mitglieder einer Gesellschaft grundlegend aufeinander angewiesen sind; dass ein intaktes Gemeinwesen auch Voraussetzung ist für den privatwirtschaftlichen Erfolg; dass die ökologischen Grenzen des Wachstums gegen wirtschaftliche Strategien einer endlosen Steigerung des privaten Konsums sprechen; dass die Güter des öffentlichen Sektors eher geeignet sind, die Lebensqualität für alle zu verbessern. Das europäische Sozialmodell bedarf eines stärkeren Ausgleichs zwischen Arm und Reich innerhalb der Mitgliedsländer, aber auch zwischen exportstarken und exportschwachen Ländern sowie eines Ausbaus öffentlicher Dienstleistungen. Dazu muss auf der europäischen Ebene die politische Dominanz der großen Konzerne und der einflussreichen nationalen Regierungen zurück gedrängt werden zugunsten einer vitalen gemeinsamen demokratischen Willensbildung.



Bernhard Emunds

Wettbewerbsmärkte sind eine geniale „Erfindung“. Wenn es um den Kauf von Waren oder Dienstleistungen geht, zwingt der Wettbewerb die Anbieter dazu, um die Gunst der Nachfrager zu konkurrieren. Sie müssen die Menschen, die potentiell Interesse an den von ihnen angebotenen Gütern haben, dazu bringen *ihre* Waren oder Dienstleistungen zu kaufen und nicht die der Konkurrenten. Dazu müssen Sie ihnen günstige Preise oder eine hohe Qualität bieten – am besten beides. Aber der Wettbewerb ist kein Allheilmittel. Er ist nicht das probate Mittel zum Erreichen jedes beliebigen Ziels. Wohl dosiert und an den richtigen Stellen eingesetzt, kann er Gutes bewirken: Er kann die Unternehmen zwingen, sich den Interessen der Nachfrager – vor allem der Konsumenten – zu stellen, statt sie als Monopolisten

an der Nase herum zu führen und mit überbewerteten Produkten auszunehmen. Zudem beschränkt er die Macht von Unternehmen, die sie auch gegenüber demokratisch gewählten Regierungen ausspielen können. Zu stark dosiert jedoch macht die Konkurrenz es den Wettbewerbern unmöglich, langfristige Ziele zu verfolgen. Wer in einem ruinösen Wettbewerb steht, der setzt alles ein, um überleben zu können und um zu den wenigen zu gehören, die die „Zeit der Bedrängnis“ überstehen. Für die Dauer dieser forcierten Konkurrenz wird alles andere zurückgestellt.

Weil Wettbewerb mal zu guten und mal zu schlechten Ergebnissen führt, haben Oswald von Nell-Breuning SJ und andere Vertreter der traditionellen

katholischen Sozialethik in den Debatten der 1950er und 1960er Jahre den Wirtschaftsliberalen heftig widersprochen: Nein, der Wettbewerb sei nicht *das* Prinzip, nach dem die Wirtschaft zu organisieren sei, und schon gar nicht sei er das Organisationsprinzip der *ganzen* Gesellschaft. Der Wettbewerb sei nur ein Instrument, das man einsetzen könne, wenn es zu guten Ergebnissen führe. In anderen Fällen sei es besser, auf die Bereitstellung von Gütern durch den Staat zu setzen, auf das Aushandeln von Lösungen zwischen Verbänden oder darauf, dass sich Menschen aus eigenem Antrieb heraus wechselseitig unterstützen. Hintergrund für diese Sicht der traditionellen katholischen Sozialethik ist ein Menschenbild,

¹ Der Text basiert auf einem Vortrag, den der Autor am 24. Januar 2014 in Ostende/Belgien bei der 5. Europäischen Sozialen Woche gehalten hat.