

Die in der Printversion dieses Artikels abgedruckte Abbildung kann im Open Access leider nicht reproduziert werden. Die ikonischen gelben Bleistifte der Firma Faber mit schwarzer Kappe und rotem Radiergummi sind bis heute weit verbreitet in den USA. Wer im Internet nach »Faber Mongol 482« sucht, stößt ebenso auf Versandhändler für Vintage-Bleistifte wie auf Internetseiten von Liebhabern.

# Ökonomie und Moral

## Eine Einleitung

I am a lead pencil – the ordinary wooden pencil familiar to all boys and girls and adults who can read and write. Writing is both my vocation and my avocation; that's all I do.<sup>1</sup>

Mit diesen bescheidenen Worten beginnt die Autobiographie eines gewöhnlichen Bleistifts, gelb, mit einem roten Radiergummi am oberen Ende, wie er in den USA in der Mitte des 20. Jahrhunderts allgegenwärtig war. Der Bleistift beschreibt seine Bestandteile und die Stufen seiner Herstellung: Er erzählt von den Holzarbeitern und ihren Werkzeugen, die wiederum von anderen Arbeitern hergestellt würden; von ihrem aus anderen Weltregionen importierten Kaffee; von der Transportinfrastruktur und den unzähligen anderen Menschen, die an seiner Entstehung beteiligt waren. Seine Existenz sei das Ergebnis arbeitsteiliger Produktion und dezentraler Entscheidungen auf einem globalen Markt, auf dem alle Ressourcen (Arbeitskraft, Rohstoffe, Wissen und »kreative Energien«) auf wundersame Weise zusammenkämen. Alle Beteiligten verfolgten eigene Interessen – doch gerade deshalb kooperierten sie. Selbstbewusst verkündet der Bleistift:

There isn't a single person in all these millions, including the president of the pencil company, who contributes more than a tiny, infinitesimal bit of know-how. [...] I, Pencil, am a complex combination of miracles: a tree, zinc, copper, graphite, and so on. But to these miracles which manifest themselves in Nature an even more extraordinary miracle has been added: the configuration

of creative human energies—millions of tiny know-hows configurating naturally and spontaneously in response to human necessity and desire and *in the absence of any human masterminding!* Since only God can make a tree, I insist that only God could make me.<sup>2</sup>

Nur Gott – oder der freie Markt. Und genau diesen gelte es zu verteidigen! Die Gesellschaft dürfe nur so weit organisiert und rechtlich reguliert werden, dass weiterhin alle »kreativen Energien« ungehindert fließen könnten. Die Botschaft des Bleistifts war so optimistisch wie sein Menschenbild:

Have faith that free men [and women] will respond to the Invisible Hand. This faith will be confirmed. I, Pencil, seemingly simple though I am, offer the miracle of my creation as testimony that this is a practical faith, as practical as the sun, the rain, a cedar tree, the good earth.<sup>3</sup>

Die Geschichte des Bleistifts transportiert eine doppelte Moral: Konkret erzählt sie von Produktions- und Distributionsprozessen und präsentiert eine idealisierte Beschreibung ökonomischen Handelns und seiner Effekte. Im übertragenen Sinn postuliert die Geschichte Gesetzmäßigkeiten, nach denen die Ökonomie funktionieren sollte, verteilt Rollen an Unternehmen, Konsumenten und Staat und spekuliert über die Folgen des (meist staatlichen) Eingreifens in Prozesse, die scheinbar naturwüchsig und im Wesen des Menschen angelegt seien. Hiermit steht »I, Pencil« nicht allein: Der erzählende Bleistift, die Stecknadeln

<sup>1</sup> Read 1958: 32.

<sup>2</sup> Read 1958: 35 f. (Kursive in der Vorlage).

<sup>3</sup> Read 1958: 37. Frauen wurden erst in einer späteren Fassung ergänzt, der Originaltext von 1958 spricht von »free men«.

Adam Smiths oder Bernard Mandevilles Bienenstock waren und sind einflussreiche Formen der Popularisierung des ökonomischen Denkens, die abstrakte Konzepte wie Markt, Produktivität und Arbeitsteilung veranschaulichen und ihnen einen gesellschaftlichen Sinn zuschreiben.

Der Text ist freilich ebenso eingängig wie suggestiv, denn manche Aspekte des Marktgeschehens werden bewusst ausgeblendet: Statt vom Wunder der Kooperation könnte der Bleistift auch von Konkurrenz und Preisdruck berichten, von den Arbeitsbedingungen in den Fabriken oder von den ökologischen Folgen, die aus der Produktion resultierten. Auch die Dezentralität des Produktionsprozesses ist idealisiert: Mochte das Wissen über dessen einzelne Schritte in der Tat unter unzähligen Akteur:innen verteilt sein, so galt dies nicht für Entscheidungsmacht und Gewinn. So »unendlich klein« der Beitrag des Chefs der Bleistiftfirma gewesen sein mag, sein Profit war es vermutlich nicht.

Unter dem Vorwand, nur zu beschreiben, was *ist*, entwerfen solche Erzählungen also immer auch ein Panorama dessen, was sein *soll*. Ihre Autor:innen schreiben nicht nur über »die« Ökonomie, sie schreiben auch über Moral und fällen implizite und explizite Werturteile über das Handeln von Menschen. Um solche Zuschreibungen besser zu verstehen, müssen wir sie als historische Quellen historisieren und in längere Deutungstraditionen einordnen – sonst würden wir wichtige Dimensionen übersehen. Im Fall des Bleistifts bedeutet das, einen genaueren Blick auf den Autor Leonard E. Read (1898–1983) zu werfen, einen der einflussreichsten und produktivsten libertären Autoren der Nachkriegszeit. Als Gründer und langjähriger Leiter der Foundation for Economic Education investierte er große Anstrengung in die Popularisierung neoliberaler Ideen. Als Read »I, Pencil« schrieb, mussten diese Ideen erst noch im Mainstream etabliert werden – das galt sowohl für die öffentliche Debatte als auch für die wirtschaftswissenschaftliche Diskussion, wo in den 1950er Jahren die Neoklassik dominierte. Was viele heute

schlicht als Vorgeschichte eines später hegemonialen Diskurses lesen würden, war damals ein Phänomen am ideologischen Rand, auf das das neoliberale Denken seit den 1970er Jahren zurückprojiziert werden konnte.

Dies veranschaulicht der zweite Auftritt, den der Bleistift gut zwei Jahrzehnte später unter stark veränderten gesellschaftlichen Vorzeichen und in einem neuen Medium hatte: 1980 griff Milton Friedman (1912–2006), eine der einflussreichsten Figuren der Chicago School of Economics, die Geschichte in seiner berühmten Fernsehserie »Free to Choose« auf.<sup>4</sup> Die Schwerpunkte hatte er freilich etwas verschoben: die religiösen Konnotationen Reads spielten bei Friedman keine Rolle mehr, und statt der Kooperation betonte er die Rolle des Preismechanismus und der Informationsverarbeitung durch den Markt. Der ideengeschichtliche Hintergrund sowie Wissensstand und Perspektiven der Ökonomik hatten sich also geändert, doch auch für Friedman stand der Bleistift in erster Linie für die Kraft des freien Marktes. Dieser Markt, so ließe sich unschwer ergänzen, produzierte nicht nur preiswerte Bleistifte, sondern ermöglichte Selbstfaltung, Freiheit und Gemeinwohl durch Kooperation und günstigen Konsum.

Das Beispiel zeigt: Der Kampf um Fragen der Ökonomie ist nie nur eine Frage des besseren Arguments, sondern immer auch eine Frage der besseren Geschichte, auch wenn diese sich manchmal erst mit zeitlichem Abstand durchsetzt. Für den vorliegenden Band zeigt das Beispiel darüber hinaus: Konkrete Quellen – seien es Texte, Bilder oder Artefakte – sind besonders dazu geeignet, die Formen und gegenseitigen Verschränkungen des ökonomischen und moralischen Sprechens besser zu verstehen, die uns allerorten begegnen. Deshalb sind genau solche Quellen Ausgangspunkt der zwanzig Essays in diesem Band. Die Autor:innen spüren anhand einzelner Produkte, Personen und Handlungsweisen dem Verhältnis von Ökonomie und Moral nach. Denn die »Moral« der Ökonomie verbirgt sich oft gerade in Alltagsgegenständen und anderen Phänomenen, die weit von den ökonomischen, politischen und

4 Milton Friedman, Rose Friedman, Free to Choose, Staffel 1, Folge 1: »The Power of the Market«, Erstausstrahlung PBS 1980.

philosophischen Debatten der Zeit entfernt zu liegen schienen. Daher erläutern die Autor:innen zunächst möglichst detailliert den konkreten historischen Kontext der Objekte, Bilder und Texte, um anschließend an dem jeweiligen Beispiel grundlegende Probleme und Fragestellungen zu diskutieren, die oft bis heute relevant sind.

Sie verdeutlichen damit auf jeweils unterschiedliche Weise die grundlegende These dieses Buches: dass nämlich Ökonomie und Moral gerade nicht als Gegensätze oder getrennte Sphären zu verstehen sind, sondern moralische Bezugnahmen dem Sprechen über und Handeln in der Ökonomie von Beginn an und beinahe unweigerlich eingeschrieben sind. Individuen, soziale Gruppen und Gesellschaften artikulieren moralische Präferenzen angesichts von ökonomischen Handlungsoptionen; sie schreiben Konsumenten, Unternehmen und Staat Verantwortung für die Gestaltung des individuellen und öffentlichen Lebens zu; sie setzen Regeln und Grenzen für ökonomisches Handeln. Im Rahmen dieser Aushandlungen ökonomischer Spielregeln spielen moralische Argumente und Vorannahmen über die in einer Gesellschaft geteilten Normen eine zentrale Rolle. Diese Aushandlungsprozesse sind der Gegenstand dieses Buches.

### Sichtweisen: *Many Moral Economies*

Ökonomie und Moral erscheinen oft als Antipoden – nicht nur in den öffentlichen Debatten über Fragen der Ökonomie und die Folgen des Kapitalismus für Individuen, Gesellschaften und den Planeten, sondern auch in deren wissenschaftlicher Analyse. »Moral« erscheint dann in erster Linie als ein von der Ökonomie getrenntes, diskursives Phänomen, das auf »Fehler« und »Auswüchse« *des* Kapitalismus oder ein »Versagen« *des* Marktes aufmerksam macht. In analytischer Perspektive muss man gleichsam einen Schritt zurücktreten, um die Strukturen und Prozesse *hinter* dem vermeintlichen Spannungsfeld Moral/Ökonomie zu verstehen.

Dass ökonomisches Handeln und moralische Motive eng miteinander verschränkt sind, ist angesichts der damit verbundenen

langen Denktraditionen wenig verwunderlich. Schließlich haben schon Émile Durkheim, Georg Simmel und Max Weber in ihren Arbeiten zum modernen Kapitalismus ganz selbstverständlich auf dessen soziale und moralische Grundlagen und Wirkungen verwiesen. (Durkheim 1893; Simmel 1900; Weber 2013). Auch bei Karl Marx – insbesondere in seinem Frühwerk – spielte die moralische Dimension der Wirtschaft eine zentrale Rolle (Marx 2005). Und Adam Smith war nicht umsonst Professor der Moralphilosophie. In Rekurs auf diese Deutungslinien haben Wirtschaftswissenschaften, Soziologie und Kulturanthropologie Analyseansätze entwickelt, die die Verbindung zwischen ökonomischen Praktiken und ihren normativen Kontexten in den Vordergrund stellen. Sie verstehen ökonomisches Handeln als soziales Handeln, das als solches immer Gegenstand moralischer Erwartungen und Urteile ist.

Ein wichtiger Referenzpunkt für diese Interpretation der Ökonomie als einer sozial eingebetteten Praxis ist Karl Polanyis 1944 erschienenes Buch »The Great Transformation«, das in den letzten Jahren wieder große Aufmerksamkeit gefunden hat (Polanyi 1944). Polanyi beschrieb darin, wie ökonomisches Handeln bis ins 18. Jahrhundert in einen als selbstverständlich erachteten sozialen Kontext eingebunden war und mit klaren politischen und moralischen Ansprüchen und Erwartungen verknüpft wurde. Diese sozialen Einbettungen seien im Kontext des modernen Kapitalismus sukzessive erodiert, wobei Polanyi in seinem Konzept des »double movement« auch Raum für Gegenbewegungen zu diesem Prozess der Vermarktlichung ließ.

In den frühen 1970er Jahren griff der britische Historiker E. P. Thompson diese Ideen auf und arbeitete in historisch dichter Weise die Verschränkungen von Ökonomie, sozialer Praxis und gesellschaftlichen Normvorstellungen heraus. Vor allem in seinem weit rezipierten Aufsatz zur »Moral Economy of the English Crowd« (Thompson 1971) analysierte er die sozialen Konflikte und Proteste, die sich im 18. Jahrhundert an Fragen der materiellen Versorgung der Unterschichten und der Preisgestaltung von Lebensmitteln entzündeten. Thompson argumentierte, dass *food riots* mehr waren als ein aus ökonomischer Not erwachse-

ner Hungerprotest oder Resultat blinder Wut. Stattdessen verstand er die Proteste als Ausdruck eines weithin geteilten Bewusstseins für die Rechte und Pflichten in einer sozial situierten Ökonomie, der Moral Economy. Deren Einhaltung und Durchsetzung forderten die Protestierenden von den anderen ökonomischen Akteur:innen und vor allem von der Obrigkeit. Es ging ihnen in erster Linie um die Konservierung traditioneller ökonomischer Moralvorstellungen, die eine Fürsorgepflicht der Reichen für die Armen festschrieben und die Grenzen legitimen Profits markierten. Ähnlich wie Polanyi diagnostizierte auch Thompson eine sukzessive Auflösung und Erosion dieser zuvor selbstverständlichen sozialen Einbettungen: Wo sich die *market economy*, also die Idee des Marktes durchgesetzt hatte, da geriet die *moral economy* unter Druck (vgl. analog: Scott 1976; Reddy 1984; Fontaine 2008, 2013; Eisenberg 2009).

Beide Autoren teilten somit die Vorstellung einer sozialen Situiertheit der Ökonomie, die jedoch im Verlauf des 18. und frühen 19. Jahrhunderts in grundlegender Weise unter Druck geraten sei. Dabei verschwand die soziale Einbettung aber nicht. Sie wurde vielmehr transformiert, etwa indem ein spezifisch modernes Leistungsethos in Bürgertum und Arbeiterschaft entstand oder indem die als widernatürlich empfundenen Prozesse der Vermarktlichung durch staatliche Regulierung und die Entstehung des modernen Sozialstaats eingehegt und so neu eingebettet wurden.

Die Konzepte von Thompson und Polanyi sind immer wieder aufgegriffen worden, und es liegt eine gewisse Ironie darin, dass gerade jene Begriffe, mit denen die beiden Autoren den Prozess der Herauslösung moderner Marktökonomien aus ihren tradierten sozialen und moralischen Kontexten zu beschreiben versuchten, in jüngerer Zeit dafür genutzt werden, um die moralischen Tiefendimensionen des modernen Kapitalismus zu untersuchen. Norbert Götz hat beispielsweise in gleichzeitiger Anlehnung an und Abgrenzung von Thompson argumentiert, dass sich mit dem Begriff der Moral Economy auch die sozialen und zivilgesellschaftlichen Bewegungen im modernen Kapitalismus analysieren lassen (Götz 2015). Ute Frevert hat auf Akteur:in-

nen und Bewegungen einer Moralisierung der Ökonomie verwiesen, denen sie die Kraft zu einer kontinuierlichen Reform, Transformation und Einhegung des modernen Kapitalismus zuschreibt (Frevert 2019a, 2019b). Eine ähnliche Perspektive auf die Dualität von Kritik und Reform des Kapitalismus formulieren auch Stefan Berger und Alexandra Przyrembel (Berger/Przyrembel 2016, 2019). Ève Chiapello und Luc Boltanski sehen in der Fähigkeit des Kapitalismus, die Kapitalismuskritik zu absorbieren und zu transformieren, sogar einen zentralen Grund dafür, dass sich dieser immer wieder selbst zu stabilisieren und zu erneuern vermag (Boltanski/Chiapello 2013). Der Anthropologe Didier Fassin betont dagegen stärker die Konflikte zwischen den moralischen Ökonomien diverser sozialer Milieus und auf unterschiedlichen räumlichen Ebenen (global, national, lokal); diese seien eng verflochten mit der »politischen« Ökonomie und in steter Rekonfiguration (Fassin 2009). Im angloamerikanischen Raum haben u. a. Marion Fourcade und Kieran Healy, Jaime Palomera und Theodora Vetta sowie Chris Hann das Konzept der Moral Economy in die soziologische, anthropologische und historische Diskussion eingebracht (Fourcade/Healy 2007; Palomera/Vetta 2016; Hann 2018).

Diese neueren Ansätze wenden sich gegen das modernisierungstheoretisch grundierete Verfallsnarrativ, nach dem es im 18. und 19. Jahrhundert zu einer radikalen Umformung von moralischen Ökonomien zu einer global verflochtenen, rationalitätsgetriebenen Marktwirtschaft gekommen sei. Damit verschoben sie auch den primären Untersuchungszeitraum. Während der Fokus zunächst auf dem 18. Jahrhundert und den ideengeschichtlichen Grundlagen des modernen Kapitalismus gelegen hatte, konzentrieren sich die neueren Arbeiten auf die Zeit seit dem späten 19. Jahrhundert als Beginn der Hochmoderne und der vollständigen Ausprägung des modernen Kapitalismus. Statt hier den Endpunkt der moralischen Einbettung von Ökonomien zu sehen, stellen sie die Frage in den Mittelpunkt, wie sich die moralischen Einbettungen des Kapitalismus analytisch beschreiben lassen und wie sich diese Einbettungen immer wieder von Neuem verändern.

Die Art, in der in diesen Forschungen über die »Moral des Kapitalismus« nachgedacht wird, ist jedoch eine Spezifische: Sie interpretiert die moralische Dimension in erster Linie als externes Korrektiv, das außerökonomische Maßstäbe an die ökonomische Rationalität anlegt; als spezifisches Segment der Ökonomie, etwa bei gemeinwirtschaftlichen Initiativen; oder als prekäres Residuum traditioneller Formen sozialer Reziprozität, etwa von Vertrauen im sozialen Nahraum innerhalb einer ansonsten vermarktlichten Gesellschaft. Dies sind zweifellos relevante Untersuchungsfelder. Sie verengen jedoch den Blick, indem sie die Sphäre der Moral erneut vom »Rest« des Kapitalismus separieren.

Entgegen dieser Vorstellung eines moralischen Agnostizismus der Ökonomie hat ein dritter Ansatz die jüngere Diskussion mit neuen Impulsen bereichert. Er interpretiert jegliche ökonomische Praxis als soziale Praxis, die auf diese Weise immer auch für politische, gesellschaftliche und moralische Zuschreibungen offen sei. Der ursprünglich von Polanyi vorgeschlagene Begriff der »Einbettung« wurde in der Soziologie, den Wirtschafts- und Politikwissenschaften sowie der Ethnologie aufgegriffen und von Mark Granovetter 1985 in einem einflussreichen Aufsatz präzisiert (Granovetter 1985). In jüngerer Zeit hat vor allem Jens Beckert diese Ansätze in der Wirtschaftssoziologie weitergedacht (Beckert 2006, 2007, 2009). Wichtige Anregungen kamen darüber hinaus aus dem Feld der Wirtschaftswissenschaften, wo insbesondere die Neue Institutionenökonomik die zentrale Bedeutung sozialer, politischer und rechtlicher Kontexte betont, die ökonomisches Handeln überhaupt erst ermöglichen oder zumindest dessen Transaktionskosten senken (Richter/Furubotn 2010). Das Konzept der »Einbettungen« eröffnet neue Perspektiven: Es verweist nicht mehr nur auf zivilgesellschaftliche Bewegungen, philanthropische Initiativen oder Bestrebungen einer Reform und Einhegung ökonomischer Praktiken, bei deren Untersuchung bisher zu häufig progressive und emanzipatorische Initiativen im Vordergrund standen (dagegen: Stolle/Huissoud 2019). Stattdessen erlaubt es ebenso die Analyse von impliziten Regeln und Routinen des ökonomischen All-

tags, der Interessenabstimmung von Arbeitgebervertretungen oder etwa der Binnenmoral, die beispielsweise Investmentbanker in ihrem Milieu reproduzieren. Die moralische Dimension der Ökonomie verweist also nicht mehr allein auf einen distinkten Teilbereich oder auf ein externes Korrektiv, sondern nimmt gerade die impliziten Einbettungen und als selbstverständlich vorausgesetzten Verhaltenserwartungen und *embodied practices* in den Blick, ohne die sich ökonomisches Handeln kaum verstehen lässt.

Eine Analyse des Zusammenhangs von Ökonomie und Moral kann von allen drei skizzierten Perspektiven profitieren – muss aber zugleich deren Grenzen reflektieren. Wir greifen erstens die von Thompson und Polanyi in den Mittelpunkt gestellten moralischen Kontexte und Konflikte der Ökonomie auf, ohne deren These eines Verschwindens oder einer Externalisierung dieser Dimension im Übergang zur modernen Marktökonomie zu übernehmen. Wir rekurrieren zweitens auf die Neufassungen des Moral-Economy-Diskurses, wie er von Götze, Frevert und anderen dezidiert für die moderne (kapitalistische) Ökonomie geöffnet wurde, ohne uns die Engführung auf Zivilgesellschaft, Kritik und Protest als Formen der Reform und Einhegung des Marktes und auf eine »moralische Ökonomie« als eingegrenztes Segment progressiven ökonomischen Handelns zu eigen zu machen. Drittens nehmen wir die Vorstellung einer »sozialen Einbettung der Ökonomie« zum Ausgangspunkt, um die spezifischen moralischen Zuschreibungen und Konflikte innerhalb der Ökonomie zu analysieren. Für die historisch-empirische Analyse gilt es jedoch, das zum Teil vage und auf einen statischen, ganzheitlichen Kontext abzielende Konzept der Einbettung zu konkretisieren und zu dynamisieren.

Unser Erkenntnisinteresse ist somit vor allem im Vergleich mit den wirtschaftssoziologischen Herangehensweisen spezifischer. Bei Weitem nicht jede soziale Einbettung ist moralisch fundiert, sodass es sich bei dem Verhältnis von Ökonomie und Moral mithin um eine *spezifische* Form der Einbettung handelt, die sich durch Werturteile und besondere Formen der Thematisierung und Strategien der Plausibilisierung auszeichnet. Die Fokussierung auf

Moralkonflikte und Aushandlungsprozesse im Feld der Ökonomie hilft zudem, ein allzu statisches Bild sozialer Einbettungen als gegeben Grundstruktur – sozusagen eines Hintergrunds – zu vermeiden. Stattdessen betonen wir, dass die konkrete Ausformung der akzeptierten und als relevant betrachteten Normen selbst Objekt der gesellschaftlichen Aushandlung und daher dynamisch zu verstehen ist. Im Zentrum steht somit nicht die – für einen geschichtswissenschaftlichen Zugriff letztlich kaum zu bezweifelnde – Frage, *ob* Ökonomien sozial eingebettet sind, sondern, in *welche* moralischen Kontexte und Normen sie jeweils eingebettet sind und *wie* diese Einbettungen Wirkung entfalten (Palomera/Vetta 2016). Statt die soziale Einbettung der Ökonomie als gegeben vorauszusetzen, so eine im Folgenden weiter zu konkretisierende Ausgangsthese, gilt es, die Konstitutionsbedingungen ebendieser sozialen und moralischen Einbettungen innerhalb eines Konfliktfelds moralischer Debatten, politischer Konflikte und rechtlicher Regulierungen in den Blick zu nehmen.

### Moral und Ökonomie: Ein Analysemodell

Unter »Moral« verstehen wir die Bezugnahme auf jene Verhaltensweisen, die von einer Gesellschaft oder sozialen Gruppe als handlungsleitend vorgegeben oder von Individuen als Richtschnur für das eigene Handeln akzeptiert werden.<sup>5</sup> Das öffnet den Blick auf bis zu den Anfängen der Philosophie zurückreichende Fragen nach dem »richtigen Leben«, dem Wesen einer gerechten Gesellschaft sowie allgemein auf das Verhältnis von Sein und Sollen, also von deskriptiven und präskriptiven Aussagen über die Welt (für die langen Linien der philosophischen Diskussion: Ilting 1972–1997; Jüssen u. a. 1971–2007). Unter dem Begriff der Ethik (oder Moralphilosophie) wird gemeinhin die philosophisch-wissenschaftliche Beschäftigung mit diesem Fragekomplex gefasst, also die Wissenschaft von der Moral, während

der Moralbegriff auf die in einer Gruppe geteilten und sich zum Teil widerstreitenden Sitten, Konventionen und Praktiken verweist.

Gegenstand einer historisch-kritischen Analyse von Moral sind primär diese kulturellen Phänomene. Demgegenüber treten die Differenzierung und Ausformulierung moralphilosophischer Theorien in den Hintergrund. Diese, ebenso wie Religionen, Weltanschauungen und ideengeschichtliche Entwicklungen, werden jedoch insoweit zum Gegenstand der Historisierung, als sie Begründungen sozialer Normen liefern und zu deren Transformation herangezogen werden. Sie bilden gewissermaßen den »moral background«, in den nach Gabriel Abend jedes ökonomische Handeln unweigerlich eingebettet ist (Abend 2014).

Verweisen diese normativen Bezüge auf Handlungen, die mit der Herstellung (Produktion), dem Tausch (Distribution) oder der Verwendung (Konsum) von Waren und Dienstleistungen in Verbindung stehen – also mit dem Feld der »Ökonomie« –, so sprechen wir von der »Moralisierung« des Ökonomischen. Kennzeichnend ist die narrative Struktur des moralischen Appells, die einen Zusammenhang zwischen einem konkreten (Fehl-)Verhalten oder zwischen Handlungsoptionen einerseits und moralischen Maßstäben andererseits herstellt. In wechselnden Konstellationen kann sich diese Moralisierung unterschiedlich darstellen: Moral ist also nicht einfach da, sie muss immer erst hergestellt werden. Dafür bietet sich das Vorgehen über Fallstudien und ausgewählte Quellen in diesem Band an.

Eine empirisch gesättigte Analyse des Ringens um die Frage, wie mit Blick auf normative Vorstellungen vom »richtigen« Leben Ökonomie gedacht und praktiziert wird, setzt ein Raster konkreter Forschungsfragen voraus, die die Akteur:innen (1) und Objekte (2) der Moralisierung, die Strategien der Thematisierung und Plausibilisierung (3) und deren Funktionen (4) erfassen: Wer? Was? Wie? Wozu? Die meisten der hier versammelten Beiträge decken mehrere dieser Fragen ab. Wir verweisen im Folgenden exemplarisch auf einzelne

<sup>5</sup> Siehe für diese Interpretation u. a. den Eintrag in der »Stanford Encyclopedia of Philosophy« (Gert/Gert 2020): »Morality can be used [...] descriptively to refer to certain codes of conduct put forward by a society or a group [...], or accepted by an individual for her own behavior.«

→ Texte, die uns besonders aufschlussreich für ein Problem scheinen.

1. Die Frage nach den *Akteur:innen* lässt sich auf dreifache Weise stellen: Wer spricht, wer wird angesprochen, und was ist die Rolle des Publikums? Hieraus können sich unterschiedliche Konstellationen ergeben. Die einfachste ist die, in der Aktivist:innen mittels moralischer Kommunikation Verhaltensänderungen ökonomischer Akteur:innen herbeiführen wollen oder die Durchsetzung des moralischen Imperativs mit staatlichen Machtmitteln anstreben, sei es durch Eingreifen im Einzelfall oder eine grundsätzliche Regulierung (→ Bernsee, Schwarzspieler). Ein präziser Blick auf Motive, Vorprägungen und Lebenswege ist notwendig, um genauer zu verstehen, wie diese Aktivist:innen zu ihren moralischen Urteilen kommen, wie sie ihre Positionen begründen und welche Mittel sie zu deren Kommunikation wählen. Eigene Betroffenheit, Empathie für und Verantwortung gegenüber Dritten (→ Kuchenbuch, Dosenradio), emotionale Empörung und ethische Überzeugungen (→ Coché, Speedboat) verschaffen dem moralischen Urteil in unterschiedlicher Weise Legitimität, können aber auch die Reichweite des moralischen Anspruchs begrenzen: Während religiöse Begründungen primär auf die eigene Referenzgruppe zielen, erlaubt persönliche Betroffenheit zwar eine authentische Schilderung von Missständen, schwächt potenziell aber auch die Autorität des moralischen Urteils.

Der soziale Status der Akteur:innen bestimmt, mit welchen finanziellen, sozialen und kulturellen Ressourcen Moralurteile in die Öffentlichkeit getragen werden. Das betrifft insbesondere den Zugang zu Expertise und die Fähigkeit, sich diese gegebenenfalls selbst anzueignen (→ Möckel, Kaffee); den Zugang zu Medien und den Umgang mit ihnen; schließlich – und das ist nicht selbstverständlich – das Selbstvertrauen, öffentlich moralische Urteile zu fällen und politische Forderungen zu erheben, sich selbst also als Akteur:in zu ermächtigen (→ Finger, Demokratie). Der soziale Status kann Personen oder Gruppen aber auch zu Zielen der Moralisation machen. So sind Werturteile unterschiedlich je nach Geschlecht (→ Ruoss, Schulden, → Christians, Unterhalt), Alter (→ Fabian, Alkohol) und religiöser oder

ethnischer Zugehörigkeit (→ Coché, Speedboat). Die bloße Zugehörigkeit zu einer (ggf. imaginierten) Gruppe kann Anlass der Kritik sein, wie etwa bei antikapitalistischen Spielarten des modernen Antisemitismus (→ Davies, Börsenfürst).

Moralische Kommunikation geht aber nicht in der Konfrontation von Aktivist:innen und deren Adressat:innen auf. Denn im Regelfall gibt es ein Publikum, eine imaginierte moralische Gemeinschaft, die als Resonanzraum für die eigenen Forderungen dient. Deren offene oder stillschweigende Zustimmung wird vorausgesetzt (→ Finger, Demokratie) oder soll durch Belehrung und moralischen Appell hergestellt werden (→ Fabian, Alkohol). Außerdem spielen viele Akteur:innen auch ohne konkreten Konflikt auf der moralischen Klaviatur. Unternehmen, Arbeitnehmer:innen und Konsument:innen vertreten im Alltag moralische Positionen, oft implizit, gelegentlich auch offen; Manager:innen haben eine klare Vorstellung von der Nützlichkeit ihres Tuns. Selbst wenn solche Selbstbeschreibungen strategisch eingesetzt und mit materiellen Interessen verknüpft werden, ist deren moralischer Gehalt analytisch nicht abzustreiten. Das gilt ebenso für die paternalistische betriebliche Sozialpolitik, wie sie typisch für den Industriekapitalismus seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert war, für Konzepte der Sozialbindung ökonomischen Handelns (→ Buggeln, Kaufmann) oder neuere Konzepte der Corporate Social Responsibility (CSR) und *compliance* (→ Andresen, Selbstverpflichtung).

Auch unabhängig von einer konkreten Konfrontation besteht also bei ökonomischen Akteur:innen oft ein Bewusstsein für moralisch problematische Situationen und Handlungsweisen, die einer besonderen Legitimation bedürfen. Doch wird der potenzielle Zielkonflikt von Profitstreben und moralischen Standards häufig nicht aufgelöst, sondern höchstens kaschiert, etwa wenn ökonomische Akteur:innen weiche Formen der Normierung wie Selbstverpflichtungen einer konkreten staatlichen Regulierung vorziehen (→ Andresen, Selbstverpflichtung), im Spannungsfeld widersprüchlicher politischer Ziele und gesellschaftlicher Anforderungen agieren (→ Stahl, Rüstungspolitik) oder Rollenerwartungen, Be-



rufsethos und Strukturen in Konflikt stehen. Für diese Konstellationen ist häufig die Moralkommunikation innerhalb der eigenen Institution oder Peergroup ebenso wichtig wie gegenüber Aktivist:innen, Staat und Öffentlichkeit.

2. *Gegenstand* moralischer Kommunikation können Handlungen, soziale Beziehungen, Dinge und Ideen sein, die mit der Herstellung, dem Tausch und der Verwendung von Waren in Verbindung stehen (Produktion, Distribution und Konsum). Der Begriff der Ware kann sich dabei sowohl auf materielle Güter als auch auf Dienstleistungen und Immaterialgüter beziehen. Diese Prozesse müssen nicht marktförmig geschehen. Fragen der moralischen Ökonomie stellen sich auch innerhalb hierarchisch strukturierter Institutionen (z. B. Unternehmen), bei Praktiken der Selbstversorgung und der Nachbarschaftshilfe (→ Kreis, Instandsetzen) oder beispielsweise beim Gabentausch der *gift economy* (→ Luks, *Raphia*).

Diese Konturierung des Felds »des« Ökonomischen hat den Vorteil, dass sie das Untersuchungsfeld so weit wie möglich aufspannt und drei analytische Zugriffe ermöglicht, die in den Kultur- und Sozialwissenschaften ihren Nutzen für die Kapitalismusanalyse bewiesen haben: die Beschreibung ökonomischer Praktiken, die neben dem Offensichtlichen auch auf Routinen, soziale Interaktionen und *embodied practices* achtet (→ Kramer, *Sorgearbeit*); die Analyse der moralischen Aufladungen von Dingen und der materiellen Kultur (→ Schanetzky, *TC100*); sowie eine wissensgeschichtliche Perspektive auf ökonomische Ideen und implizite Vorstellungen über »die« Ökonomie und ihre Funktionsweisen, Regeln und Konventionen (→ Brandes, *Fair Distribution*).

Trotz des breiten Zugriffs erlaubt der Ansatz zugleich eine Abgrenzung von anderen Moralfragen, etwa der persönlichen Lebensführung oder des politischen Gemeinwesens. Freilich können gerade die Randbereiche des ökonomischen Feldes und die Überschneidungen mit anderen gesellschaftlichen Teilsystemen Aufschluss darüber geben, wie moralische Vorstellungen zwischen verschiedenen Lebensbereichen zirkulieren, wie sie transformiert und eingesetzt werden. So kann bereits die Konstitution eines Guts als Ware Anlass für mora-

lische Konflikte sein, etwa im Fall von »geistigem« Eigentum (→ Bernsee, *Schwarzspieler*) oder Waffen (→ Stahl, *Rüstungspolitik*); bei der Kommodifizierung und Vermarktlichung von Leistungen, die als familiäre Pflegearbeit zuvor vom ökonomischen Feld getrennt waren (→ Kramer, *Sorgearbeit*); oder wenn nicht nur die Arbeitskraft eines Menschen, sondern der Mensch selbst zum Objekt ökonomischer Bewertung wird (→ Hornung, *Wert*). Hier werden die Grenzen der Ökonomie zum Objekt moralischer Kommunikation.

Die genannten Beispiele zeigen, dass die Gegenstände der moralischen Kommunikation über die Ökonomie auf verschiedenen Ebenen liegen können: von konkreten Produkten und deren Produktions- und Nutzungsweisen bis hin zu systemischen Zusammenhängen. Sie sind auf unterschiedliche Weise geeignet zur Moralisierung und Skandalisierung, sei es, weil der soziale Nahraum einer Gruppe von Menschen berührt wird (→ van de Grift, *Innere Kolonisation*) oder weil stattdessen eine große Zahl von sich sonst fremden Menschen betroffen ist – oder in manchen Fällen beides (→ Finger, *Demokratie*). Je abstrakter jedoch der Zusammenhang – etwa bei Themen wie Steuerbetrug und -gerechtigkeit (→ Schönhärl, *Steuerzahler*) – und je mehr die Folgen des Handelns zeitlich (Generationengerechtigkeit, Klimakrise) oder räumlich in der Ferne liegen (→ Möckel, *Kaffee*), desto wichtiger sind Strategien der Personalisierung, Visualisierung und Vereinfachung, beispielsweise durch Bezugnahme auf starke soziale Normen wie die Sorge um die eigenen Kinder oder die Analogie zu Alltagssituationen mit konkreten Handlungsgeboten. Aus abstrakten Argumenten über das Wesen geistigen Eigentums (→ Bernsee, *Schwarzspieler*) wird auf diese Weise eine vermeintlich eindeutige Handlungsanweisung: Du sollst nicht stehlen!

3. Da sich die moralische Kommunikation über die Ökonomie nicht auf spezifische Themenfelder beschränkt, tritt für eine analytische Differenzierung vor allem die *Form* der Moralisierung als zentrales Kriterium in den Vordergrund. Einzelnen Akteur:innen stehen dabei unterschiedliche Möglichkeiten der Thematisierung zur Verfügung, und spezifische

Gegenstände legen jeweils unterschiedliche Kommunikationsstrategien nahe. Die Ökonomie erscheint in diesen Appellen als ein System sozialer Beziehungen, das offen für moralische Zuschreibungen und Kriterien einer »guten« oder »gerechten« Gesellschaft ist.

Wir unterscheiden zwischen *Formen der Thematisierung* und *Strategien der Plausibilisierung* von Moral. Erstere umfassen die Arten und Motive der moralischen Kommunikation, die zum Beispiel auf Information, Kritik oder Legitimation gerichtet sein kann; Letztere verweisen auf relevante Referenzsysteme, von deren Geltung die Akteur:innen ausgehen und aus denen sie Handlungsorientierung für die in Frage stehende Situation ableiten.

Die Formen der moralischen Thematisierung der Ökonomie sind vielfältig. Beim *Informieren* stehen Versuche einer Benennung, Definition und Begründung von Problemfeldern im Vordergrund mit dem Ziel, Aufmerksamkeit und Problembewusstsein für bestimmte ökonomische Phänomene zu erzeugen (→ Fabian, Alkohol, → Möckel, Kaffee, → Stahl, Rüstungspolitik). Eine zweite Thematisierungsstrategie liegt in der Dimension des *Kritisierens* als Verweis auf konkrete Missstände – und der hiermit verbundenen Behauptung einer prinzipiellen Veränderbarkeit (→ Finger, Demokratie, → Ruoss, Schulden, → Schönhärl, Steuerzahler). Hiervon lässt sich, drittens, die Dimension des *Delegitimierens* abgrenzen, die über den Modus der Kritik hinaus nicht nur einen konkreten Sachverhalt fokussiert, sondern dezidiert konkrete Personen und Institutionen angreift, deren Motive, Handeln und die von ihnen hergestellten Dinge skandalisiert und im Extremfall deren Existenzberechtigung in Zweifel zieht (→ Bernsee, Schwarzspieler, → Davies, Börsenfürst). Viertens spielen vor allem aus der Perspektive der Adressat:innen moralischer Kritik Strategien des *Neutralisierens* eine wichtige Rolle. Hier wird Vorwürfen ihre moralische Qualität oder Legitimität abgesprochen (→ Brandes, Fair Distribution); das Problem in einen anderen Referenzrahmen eingeordnet, etwa indem die Legalität des eigenen Tuns betont wird (→ Andresen, Selbstverpflichtung); oder der moralische Adressat wird ausgetauscht und das Moralproblem gleichsam weitergereicht (→ Hornung, Wert), beispielsweise wenn Unter-

nehmen argumentieren, dass sie nur produzieren, was die Konsument:innen nachfragen (→ Fabian, Alkohol). Neben solchen defensiven Strategien gibt es vonseiten ökonomischer Akteur:innen auch Versuche, selbst moralisches Kapital für sich in Anspruch zu nehmen. Dies fassen wir unter dem Begriff des *Legitimierens* im Sinne einer bewussten Inszenierung des eigenen moralischen Handels, sei es, um Glaubwürdigkeit und Vertrauen zu generieren (→ Kreis, Instandsetzen) oder um sich gegenüber Konkurrenten zu positionieren und abzugrenzen (→ Buggeln, Kaufmann, → Kramer, Sorgearbeit, → Kuchenbuch, Dosenradio). Je nach Situation mögen bestimmte Formen der moralischen Thematisierung für bestimmte Akteur:innen näher liegen, nicht zuletzt, da sie sich in Hinblick auf den Grad der Konfrontation unterscheiden.

Unabhängig von diesen Formen der Thematisierung lassen sich die Moralisierungen in Hinblick auf ihre inhaltlichen Fundierungen und Bezugnahmen auf einen gemeinsam geteilten Deutungsrahmen unterscheiden. Wir sprechen hierfür von Strategien der Plausibilisierung. Sie verweisen darauf, dass in modernen Gesellschaften kein universaler Konsens über Normen und Werte besteht und es daher für alle Akteur:innen von zentraler Bedeutung ist, Relevanz, Geltung und Autorität für die eigenen Positionen herzustellen. Dazu rekurrieren Akteur:innen auf argumentative Ressourcen aus verschiedenen Referenzsystemen und kombinieren sie gegebenenfalls neu: Traditionen und Konventionen, religiöse Vorstellungen, Recht, Bezugnahmen auf eine imaginierte Gemeinschaft (*imagined community*) oder auf als universal postulierte Werte, insbesondere die Menschenrechte. Andere Referenzsysteme wie die Wissenschaften (darunter auch die Ökonomik) folgen primär eigenen Logiken, bieten aber ein Reservoir für moralisch aufladbare Argumente: Wissenschaftliche Expertise stellt eine Ressource dar, um die Legitimität moralischer Deutungen zu erhöhen. Dasselbe gilt für ökonomische Theorien und Deutungen, die ihre Legitimität gerade aus der Behauptung ziehen, keine Werturteile zu liefern, sondern Gesetzmäßigkeiten zu ergründen (→ Brandes, Fair Distribution). Dabei waren Proklamationen der Effizienz und Funktionalität des Marktes

immer selbst stark mit moralischen Urteilen und Annahmen über die »Versprechen des Marktes« aufgeladen.

4. Die Ziele der Moralisierung erschöpfen sich freilich nicht in der Gegenüberstellung und Abwägung moralischer Argumente, vielmehr wird eine Verhaltensänderung oder ein struktureller Wandel angestrebt. Die Artikulation eigener moralischer Präferenzen ist immer (auch) handlungsorientiert – auch wenn Ziele und Erwartungen nicht immer explizit formuliert werden und Handlungsalternativen und deren potenzielle moralische Risiken unterschiedlich klar konturiert sind. Wo es um konkretes Fehlverhalten geht, ist die Ausgangslage einfach: Personen, Institutionen oder Unternehmen sollen ihr Verhalten ändern, Produkte aus dem Markt nehmen oder Produktionsverfahren umstellen.

Schwieriger ist es dort, wo Strukturen und größere gesellschaftliche Wirkzusammenhänge ins Spiel kommen, die eine kollektive Verhaltensänderung oder einen grundlegenden Wandel von Gesellschafts- und Wirtschaftssystem erfordern. Hier setzt sich moralische Kritik oft dem Vorwurf aus, keine realistischen Handlungsalternativen aufzeigen zu können, oder dass zwischen individuellen Handlungsmöglichkeiten und einem komplexen und weitreichenden, ggf. globalem Problem eine geradezu entmutigende Kluft bestehe, etwa wenn sich der Appell an Konsument:innen richtet, die kollektiv ihr Marktverhalten ändern sollen, um durch eine Veränderung von Nachfragestrukturen Produktionsweisen zu beeinflussen. Die Thematisierungs- und Plausibilisierungsstrategien deuten außerdem darauf hin, dass in Moralkonflikten immer auch weiterreichende gesellschaftliche und politische Konflikte ausgetragen werden. Einerseits bringt das Kollektive und Institutionen, vor allem den Staat als Schiedsrichter oder Katalysator für eine Verhaltensänderung, Strukturreformen oder gar eine systemische Neuausrichtung ins Spiel; andererseits überlagert sich die Moralisierung ökonomischen Handelns mit anderen Wertkonflikten, was die Schlagkraft des Appells an Dritte verstärken oder auch abschwächen kann.

## Moral und Ökonomie im »langen« 20. Jahrhundert

Indem wir die moralische Kommunikation über Ökonomie im »langen« 20. Jahrhundert historisieren, nehmen wir Handlungsweisen und Werturteile in den Blick, die bis in unsere Gegenwart hinein prägend sind. Manche Moralisierungen mögen Vorläufer haben und auf ältere Traditionsbestände zurückgreifen, wie sie etwa Polanyi und Thompson untersucht haben. Doch beginnt im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts etwas substanziell Neues: Ein Strukturwandel in der europäischen, westlichen und letztlich globalen Geschichte tritt ein, der sich unter anderem durch die globale Expansion des kapitalistischen Modells, Vermarktlichung, technologische Revolution, Massenkonsum und eine neue Form der Staatlichkeit auszeichnet. In Europa und Nordamerika lässt sich diese Zeit als Phase der Verallgemeinerung des Kapitalismus beschreiben, der nicht mehr nur als Bindestrichkapitalismus (Kaufmanns-, Agrar-, Industrie-) distinkte Ausschnitte des ökonomischen Feldes strukturierte, sondern zum »Standardverfahren der Ökonomie« (Plumpe 2019: 609 f.) avancierte. Die damals angestoßenen Transformationsprozesse ergriffen nicht nur die Kernländer der Industrialisierung, sondern auch die Gesellschaften an deren »kolonialer« Peripherie und später sogar jene Länder, die sich als sozialistische Gegenmodelle zum Kapitalismus verstanden.

Diese Transformationsprozesse prägen unsere Gesellschaften bis heute. Sie waren und sind Gegenstand der Moralisierung und brachten spezifische Akteur:innen, Gegenstände, Formen und Ziele der Moralisierung hervor. Einige dieser Prozesse haben darüber hinaus auch die Strategien der Thematisierung und der Plausibilisierung von Moral und das Konfliktpotenzial ökonomischer Probleme substanziell verändert. Drei Prozesse scheinen uns dabei zentral: Demokratisierung und Massenmedien; die Entwicklung des modernen Wohlfahrts- und Interventionsstaats; und schließlich Prozesse der Verwissenschaftlichung und die Rolle von Expertise als moralisches Argument.

Die Fundamentaldemokratisierung der Ge-

sellschaft (Mannheim 1935: 19–24) und die Entwicklung eines politischen Massenmarkts (Rosenberg 1967: 117–168) wurden früh als zentrale Merkmale der Hochmoderne ausgemacht. Die *Demokratisierung* der Industriegesellschaften ermöglichte die Konkurrenz und Aushandlung pluraler Deutungsangebote von Parteien, Interessenverbänden, Religionen und zivilgesellschaftlichen Akteur:innen und eröffnete zugleich neuen Akteur:innen Handlungsspielräume im Kampf um die moralische Deutungshoheit. Verschiedenste Formen des Protests (Demonstrationen, Streiks, Sitzblockaden, passiver Widerstand etc.) konnten moralischen Appellen Gehör verschaffen, die außerhalb etablierter Strukturen und ohne starke institutionelle Rückendeckung vorgebracht wurden. Die Wirkung solcher Moralkonflikte bliebe jedoch sozial oder lokal begrenzt ohne die Existenz moderner *Massenmedien*, die mutmaßliches Fehlverhalten skandalisierten und die Reichweite von Konflikten in dem Resonanzkörper der nationalen und (seltener) internationalen Öffentlichkeit erhöhten (Bösch 2001; Frevert 2017; Requate 1999; Schulz 2000). Die massenmediale Behandlung setzte imaginierte Verhaltensstandards voraus, die entweder als Leerformeln nicht erklärungsbedürftig waren – etwa der »ehrbare Kaufmann« als Folie, vor der Korruption, Wucher und Spekulation verhandelt wurden –, oder deren Geltung nach einem langen Prozess der Etablierung vorausgesetzt werden konnte wie das Ideal der »Nachhaltigkeit«, an der sich Produzenten, Handel und Konsumenten auszurichten hätten. Ob der öffentlichen Erregung auch eine »Besserung« folgte oder ob sie ganz andere, unerwartete Folgen hatten, stand dabei auf einem anderen Blatt, wie etwa die Geschichte von Banken- und Korruptionsskandalen zeigt. Der Zusammenbruch der französischen Banque de l'Union générale 1882 wurde beispielsweise zu einem Kristallisationspunkt des modernen Wirtschaftsantisemitismus; der Barmat-Kutisker-Skandal, einer der größten Finanzskandale der deutschen Geschichte und heute fast vergessen, verselbstständigte sich in der Weimarer Republik geradezu und bot den Rändern des politischen Spektrums, insbesondere den Kommunisten und Nationalsozialisten, Potenzial zur politischen Mobilisierung. In

beiden Fällen verband sich die Moralisierung von ökonomischem Fehlverhalten mit gruppenbezogenen Stereotypen und einer antidemokratischen Stoßrichtung (Verdès-Leroux 1969; Geyer 2018). Umgekehrt führte seit den 1980er Jahren eine Vielzahl von Banken- und Korruptionsskandalen mit oft internationaler Tragweite unter dem Druck von Nichtregierungsorganisationen und der US-Politik zu einer Weiterentwicklung des Wirtschaftsstrafrechts und der *compliance revolution* der Jahrtausendwende (Berghoff 2013; Welskopp 2016). Die Reichweite dieser Skandale und der bei dieser Gelegenheit postulierten und medial stabilisierten Moralvorstellungen lässt sich ohne die Demokratisierung der modernen Gesellschaften und die Massenmedien nicht erklären.

Das Beispiel Korruption zeigt, dass auch der Staat und andere Institutionen, die für die (Selbst-)Verwaltung und Regulierung ökonomischer Handlungsfelder zuständig sind, Akteur:innen und Adressat:innen moralischer Botschaften sind. Umgekehrt werden Staat, Körperschaften und Kommunen an besonderen Maßstäben gemessen, sobald sie selbst als ökonomische Akteur:innen auftreten. Die Etablierung und die Verfestigung des modernen *Interventions- und Sozialstaates* seit dem letzten Drittel des 19. Jahrhunderts waren ebenso wie Medialisierung und Demokratisierung *Game changer*. Appellationsinstanz war die »Obrigkeit« schon bei den von E. P. Thompson untersuchten Teuerungsposten des 18. Jahrhunderts gewesen. Seitdem hatte sich der Nationalstaat erfolgreich als Garant von Eigentumsrecht und Markt etabliert: Der liberale Rechtsstaat garantierte die Grundlagen der kapitalistischen Wirtschaftsweise; die Rechtsinstrumente des Vertrags-, Schuld- und Körperschaftsrechts machten Vermögenswerte jeglicher Art als Kapital handelbar (Pistor 2019). Neu war die Expansion der Staatsaufgaben, des bürokratischen Apparats und des Steueraufkommens seit dem Ende des 19. Jahrhunderts (Ullmann 2005). Der Staat gab sich also selbst die Mittel, um nicht mehr nur als Schiedsrichter, sondern als wohlwollender Deus ex Machina aufzutreten, dessen sichtbare Hand Fehlsteuerungen entgegenwirken, Missstände beheben und planend eingreifen

konnte. Der Sozialstaat zentralisierte die individuelle Risikoversorge und entwickelte sich im 20. Jahrhundert zum Wohlfahrtsstaat mit umfassendem Anspruch, der nicht mehr nur auf bedürftige Bevölkerungsgruppen zielte. Die beiden Weltkriege beschleunigten diesen Prozess zusätzlich (Hockerts 2007). Damit wuchsen aber auch die Erwartungen der Bürger an den Staat. Grenzen und Legitimität staatlicher Interventionen in die Ökonomie standen durchweg zur Debatte: sei es, weil der Staat aus liberaler Sicht Ressourcen falsch zuteile, oder weil er gegenüber den »Kräften des Marktes« machtlos erschien. Allerdings hat die Forschung der vergangenen Jahre gezeigt, dass auch die Prozesse der Deregulierung und Globalisierung auf einen starken Staat angewiesen blieben (Ther 2014). Die Finanz- und Eurokrisen seit 2007 und die Corona-Krise liefern zudem Belege, dass staatliches Eingreifen vor allem eine Frage des politischen Willens ist. Von allen Seiten werden diese Debatten mit moralischen Argumenten und in dem Wissen geführt, dass die Nationalstaaten weiterhin eine zentrale Funktion als Ordnungsmächte besitzen.

Die Spielregeln der Moralisierung wurden im Untersuchungszeitraum schließlich von einem dritten Prozess verändert: die Etablierung der modernen *Wissenschaften* und die Rolle von *Expert:innen* (Morat 2014; Raphael 1996). Auch hier gibt es selbstverständlich Vorläufer (Schilling/Vogel 2019), das »lange 20. Jahrhundert« brachte jedoch eine Verwissenschaftlichung immer neuer Bereiche der Gesellschaft, die Verfügbarmachung von Expertise für die öffentliche und massenmediale Diskussion und nicht zuletzt die Demokratisierung des Zugangs zu Bildung und Wissen. Die Sozialfigur des »Experten« ersetzte zwar den »Intellektuellen« nicht vollständig; er konnte jedoch im Meinungsstreit aus einer nur ihm (später auch: ihr) zugänglichen Quelle von Legitimität schöpfen: moralisch und politisch scheinbar neutrale Sachkenntnis. Der Blick auf diesen Prozess erlaubt mindestens zwei Analyseperspektiven: Vom wem, wann und wie wurde durch Verweis auf Expert:innen die Autorität der eigenen moralischen Forderungen untermauert? Die Rezeption der Berichte des Club of Rome mag hier ebenso als Beispiel dienen wie

fast alle Spielarten der Umweltschutz-, Anti-Atomkraft- und der Klimabewegung und selbst ihrer jeweiligen Gegner:innen. Umgekehrt sollten auch die moralischen Untertöne der von Wissenschaftler:innen vorgetragene Expertise analysiert werden, insbesondere an jenen Schnittstellen, an denen vordergründig »technische« Expertise und Annahmen über soziale Beziehungen, Praktiken und Menschenbilder aufeinandertreffen: von den Vorstellungen vom »Wert« des Lebens in der Eugenik über das Menschen- und Gesellschaftsbild der Raum- und Stadtplanung bis zum Freiheitsbegriff der klassischen Ökonomie. Expert:innen gewannen im Verlauf des 20. Jahrhunderts erhebliche Handlungsmacht, da sie neue gedachte Ordnungen der Gesellschaft entwarfen. Damit stellten sie Legitimationen für staatliches, zivilgesellschaftliches und individuelles Handeln zur Verfügung – nicht zuletzt auch für Eingriffe in die Autonomie von Individuen mit Blick auf das höhere, wissenschaftlich legitimierte Ziel. Häufig, und nicht nur in den totalitären Diktaturen des 20. Jahrhunderts, lieferten Expert:innen auch die Instrumente zur Verwirklichung dieser Ordnungen (*social engineering*) und beteiligten sich an deren Umsetzung (Etzemüller 2009). Die Relevanz von Wissenschaftler:innen und Expert:innen als Stichwortgeber in moralischen Debatten ist bis heute ungebrochen.

## Moralische Problemfelder: 8 Schlüsselbegriffe

Der Vielfalt möglicher Beispiele für die vorliegende Quellenanthologie sind kaum Grenzen gesetzt. Vollständigkeit kann also nicht das Ziel sein. Die Beiträge des Bandes spannen vielmehr ein bewusst weites Panorama auf – sowohl inhaltlich als auch mit Blick auf die Quellengenres. Die Autor:innen suchen die »Moral« der Ökonomie gerade auch dort, wo sie nicht explizit thematisiert, sondern als gemeinsam geteilter Erwartungshorizont vorausgesetzt wird, indem sie zwanzig Text-, Bild- oder Objektquellen präsentieren und in ihren Essays historisch einordnen.

Gemeinsam ist den analysierten Quellen, dass sie auf Problemfelder und zentrale Leit-

begriffe verweisen, die in ihrer Grundstruktur bis heute relevant sind. Das gilt nicht nur für die gegenwartsnahen Beispiele, sondern auch für Quellen zu den Anfangsjahren der Hochmoderne, die etwa Themen wie Spekulation, Schulden oder Verteilungsgerechtigkeit behandeln. Der verfremdende Effekt der historischen Betrachtung macht zwar deutlich, wie stark sich Kontexte und Denkweisen im Verlauf des »langen« 20. Jahrhunderts verändert und normative Erwartungen verschoben haben. Zugleich zeigen sich jedoch Kontinuitäten in den Formen und Themen der Moralisierung: So können Leser:innen etwa die Spekulationskritik der Gründerkrise und die Moralisierung von Konsumschulden mit der Finanz- und Eurokrise seit 2008 in Beziehung setzen; andere Problemstellungen sind Dauerbrenner der Diskussion, etwa die Spannung zwischen Effizienz und Gerechtigkeit bei der Verteilung von Gütern oder die Frage nach illegalen und illegitimen Wirtschaftsgütern; wieder andere Problemlagen erleben eine überraschende Wiederbelebung, nachdem man sie zwischenzeitlich für beigelegt oder irrelevant gehalten hatte, etwa der Wert der Arbeit in der Serviceökonomie.

Die Quellen werden auf doppelte Weise historisiert: Erstens untersuchen die Autor:innen den unmittelbaren zeitlichen Kontext der Texte, Bildquellen und Objekte und prüfen seine Bedeutung für die (Neu-)Formierung moralischer Werturteile. Zweitens werden die aus den Quellen abgeleiteten Problemstellungen in längere Debattenzusammenhänge eingeordnet. Die Essays bieten Einstiegspunkte zu breiten, teils ins 19. Jahrhundert und die Zeit davor reichenden Debatten: Was ist eine »gerechte« Steuer, gibt es »geistiges« Eigentum, oder was ist das »gute« Leben?

Bei der Einordnung in diese langfristigen Debattenstränge zeigt sich, dass alle vorgestellten Quellen auf einige gemeinsame Problemfelder zurückgeführt werden können. Der Band rekurriert auf acht solcher Problemfelder. Ein »alternatives« Inhaltsverzeichnis (S. 7) erlaubt es, mithilfe dieser Problemfelder Verbindungslinien zwischen den einzelnen Beiträgen nachzuvollziehen. Die hierfür ausgewählten Begriffe greifen bewusst nicht auf moralisch hoch aufgeladene Konzepte wie Freiheit oder

Gerechtigkeit zurück, sondern markieren Problemfelder, in denen die moralische Aufladung der Ökonomie weniger offensichtlich – aber deshalb nicht weniger wirkungsvoll – ist. Diese acht Problemfelder gruppieren sich um die Schlüsselbegriffe *Gemeinschaft*, *Entfaltung*, *Bedürfnis*, *Pflicht*, *Nutzung*, *Preis*, *Innovation* und *Verdienst*.

**Gemeinschaft** verweist darauf, dass ökonomisches Handeln immer soziales Handeln ist, das auf die Befriedigung der Interessen und Bedürfnisse einer Mehrzahl von Menschen gerichtet ist. Damit ist es immer zugleich mit einem moralischen Subtext aufgeladen. Ökonomische Theorien mögen von einer neutralen, nur auf Markt- und Rechtsbeziehungen ausgerichteten Interaktion ausgehen, wie sie z. B. auch in der Unterscheidung von Gemeinschaft und Gesellschaft (Tönnies 2019) postuliert wird; dennoch bilden Fragen der Aushandlung kollektiver Interessen den Kern der Ökonomie. Hieraus können explizite Forderungen nach *Solidarität* hervorgehen, wie sie in sozialstaatlichen Initiativen oder philanthropischen Ansätzen eine Rolle spielen, aber auch in der Kooperation der Marktteilnehmer. Damit verbunden ist das kontroverse Ideal der *Gleichheit* als (z. B. rechtliches) Postulat oder soziale Zielvorstellung, deren Bezugspunkt und Maßstab umstritten sind: Wie und bis zu welcher Grenze sollen die individuellen Marktteilnehmer:innen als »Gleiche« angesprochen werden, mit welchen Mitteln kann Gleichheit hergestellt werden? Da die Integration in Gemeinschaften und der Zugang zu meist begrenzten Ressourcen ungleich verteilt sind, stellen sich zudem Fragen der materiellen oder immateriellen *Teilhabe* in Form von Aufmerksamkeit, Anerkennung, politischen Rechten oder Umverteilung.

Diese Teilhabe ist eine Bedingung für die **Entfaltung** des:r Einzelnen, sie eröffnet Handlungsraum für die Durchsetzung von Interessen und die Gestaltung sowohl der eigenen Lebensweise wie auch der Umwelt durch soziales, politisches und ökonomisches Handeln. Die Entfaltungsmöglichkeiten mögen unterschiedlich verteilt sein, doch immer verschaffen sie den Individuen und den sozialen Gruppen, denen sie sich zugehörig fühlen, die Möglichkeit, sich der eigenen *Identität* zu versichern und diese in Abgrenzung zu anderen

zu konstruieren. Unternehmerische Aktivität, Kreativität und die Integration in ökonomische und soziale Netzwerke, die wiederum neue Handlungsräume eröffnen, gehören in dieses Feld – aber auch die elementare Fähigkeit zur Teilhabe am Wirtschaftsleben und zur Wahrnehmung fundamentaler Freiheiten. Nicht zuletzt sind es die Produkte der Konsumgesellschaft selbst, die Prozesse der Entfaltung befördern – die *Gestaltung* von Alltagsdingen und die Geschmacksurteile, die in ihrem Konsum zum Ausdruck kommen, sind ein wichtiger Modus der Individualisierung in modernen Konsumgesellschaften. Wie sich Ausdruck und Entfaltung der eigenen *Individualität* einerseits und die Zugehörigkeit zur Gesellschaft andererseits zueinander verhalten, ist eine moralisch hochgradig aufgeladene Frage, die häufig als Gegensatz von Freiheit und Gleichheit konstruiert wird. Das ist jedoch aus Sicht vieler Akteur:innen nicht zwingend. Doch selbst in einer Perspektive, in der sich Individualität und Solidarität in modernen differenzierten Gesellschaften gegenseitig bedingen, bleibt die Frage ihrer Gewichtung ein Gegenstand moralischer Debatten.

Solche Teilhabe- und Handlungschancen sind in modernen Gesellschaften notorisch ungleich verteilt. Das Kernversprechen des Kapitalismus (wie auch des Sozialismus), die grundlegenden **Bedürfnisse** aller Angehörigen einer Gesellschaft umfassend zu befriedigen, wurde selten eingelöst – zumal sich Bedürfnisse nicht als statisch, sondern als historisch dynamisch und wandelbar erweisen. Besonders augenfällig ist das bei der Verfügung über materielle Ressourcen, wo *Reichtum* und Armut in scharfem Kontrast stehen. Grundsätzlich gilt das aber auch für die anderen Kapitalsorten im Sinne Pierre Bourdieus, also das kulturelle und das soziale Kapital. Diese Formen der Ungleichheit werden immer wieder als moralisch problematisch diskutiert, wobei insbesondere die *Verschwendung* durch die einen und der elementare *Mangel* an Ressourcen bei den anderen Anlass zu moralischer Verurteilung geben. Die fehlenden (i. d. R. materiellen) Möglichkeiten zur Befriedigung elementarer Bedürfnisse (Essen, Trinken, Obdach) erscheinen moralisch als ebenso problematisch wie der scheinbar übermäßige Einsatz von Ressourcen für ver-

meintlich »unnötige« Bedürfnisse und Luxuskonsum. Die moralische Wertigkeit von Bedürfnissen wird dabei häufig an den Motiven der Konsumenten, am vermuteten Zweck oder an den Ressourcen festgemacht, die zu ihrer Befriedigung nötig sind und vermeintlich »besser« eingesetzt werden könnten. Bedingung der Moralisierung von Bedürfnissen und *Konsum* ist also deren Kontextualisierung und die Einordnung in eine Hierarchie legitimer Zwecke.

Die Beschränkung von Bedürfnissen und Entfaltungswünschen verweist auf Fragen der *Disziplin* und der Disziplinierung – mithin also auf Machtverhältnisse – sowie auf die moralische Selbstbindung aus besserer Einsicht, also unter Berufung auf vermeintliche Vernunftgründe. Aus dieser (Selbst-)Beschränkung erwachsen individuelle und kollektive **Pflichten**, die auf der Grundlage moralischer, ethischer, religiöser und rechtlicher Regeln einen Handlungsimperativ hervorrufen können. Sie sind häufig durch einen hohen Grad an Verbindlichkeit gekennzeichnet. Dies gilt für rechtlich verankerte Pflichten im Wirtschaftsleben wie in anderen verrechtlichten sozialen Beziehungen, die notfalls durch *Zwang* und Sanktionen durchgesetzt werden können. Es gilt aber ebenso für solche Verpflichtungen, denen sich Akteur:innen aus innerer Notwendigkeit nicht entziehen können, die also aus eigener moralischer Überzeugung oder aus geteilten Anschauungen heraus als richtig und geboten angenommen werden. Diesen Verpflichtungen zu entsprechen erscheint als eine Frage der *Vernunft*; ihre Ausgestaltung wie auch die Schwelle der Sanktionsdrohung sind jedoch historisch wandelbar und können Gegenstand moralischer Kommunikation sein, ebenso wie eine über die Regel hinausgehende oder gar diese konterkarierende (Selbst-)Verpflichtung der Akteur:innen.

Die Grenzen der Entfaltung, der schwierige Ausgleich von Bedürfnissen und die hiermit verbundenen Beschränkungen und Pflichten sind bedingt durch die Tatsache, dass es in der Ökonomie immer um Fragen der Verteilung knapper Güter geht. Allokationsprobleme entstehen dort, wo Dinge, Infrastrukturen oder Dienstleistungen nicht von allen Menschen gleichzeitig oder in gleicher Wei-

se genutzt werden können. Der Begriff der **Nutzung** ist dabei auf ambivalente Weise mit einem weiteren Schlüsselbegriff verbunden: dem des *Eigentums*. Das Verhältnis zwischen beiden ist spannungsgeladen: Auf der einen Seite sind Nutzungsrechte und -möglichkeiten oft mit dem Besitz oder dem Eigentum eines bestimmten Gutes verbunden. Auf der anderen Seite wird der Begriff auch im Sinne einer dinglichen oder digitalen Allmende oder *sharing economy* als moralisch aufgeladenes Gegenmodell zum exklusiven Privateigentum verwendet. Sowohl Nutzung wie auch Eigentum sind keine neutralen Begriffe, sondern Konzepte, die mit spezifischen Normen und Erwartungen an angemessenes Verhalten aufgeladen sind. Denn während die Unantastbarkeit des (privaten) Eigentums eine zentrale Bedingung kapitalistischen Wirtschaftens darstellt, existieren zugleich starke moralische Erwartungen und Vorbehalte, dass Eigentum nicht zu jeder Art der Nutzung legitimiere. Solche Tabus oder Beschränkungen betreffen die *Verfügung* über Dinge ebenso wie den Umgang mit natürlichen Ressourcen oder die Nutzung fremder Arbeitskraft. Ob eine Form der *Aneignung* – egal ob durch Überlassung, Wegnahme oder Nutzung von materiellen und immateriellen Werten – legal und legitim ist, ist abhängig vom historischen Kontext.

In der Idealvorstellung liberaler Ökonomen werden solche Fragen der Nutzung und des Besitzes über den Ausgleich zwischen Angebot und Nachfrage, also über den *Markt* gelöst. Die Bildung von **Preisen** ist hierfür der zentrale Mechanismus. Auch wenn »Preis« und »Markt« auf den ersten Blick als neutrale, primär technische Begriffe erscheinen, sind auch sie in starkem Maße mit moralischen Erwartungen und Vorannahmen verbunden. Einerseits verspricht die marktbasierende Preisbildung eine inhärente Gerechtigkeit: Im Ergebnis ist die Verteilung von Gütern zwar oft ungleich, ihr Zustandekommen erscheint jedoch als neutral und unabhängig von den jeweiligen Personen und damit als verfahrensgerecht. Andererseits existiert seit jeher eine moralische Kritik an Märkten und deren Preisbildung, denen die Vorstellung eines »gerechten Preises« gegenübergestellt wird, der nicht auf subjektiven und veränderbaren Wertzu-

schreibungen, sondern auf objektivierbaren und dauerhaften *Werten* – etwa dem Wert der eingesetzten Arbeitsleistung – beruhe. Der Preisbildung sind daher vielfach moralische Grenzen gesetzt, die z. B. Praktiken des Wuchers und der Spekulation betreffen oder manche Güter von der Preisbildung und der Vermarktlichung ausnehmen (menschliches Leben, Organe). Märkte sind jedoch nicht nur der Ort eines über den Preis vermittelten Wettbewerbs, der *Konkurrenz* zwischen Marktteilnehmer:innen, sondern immer auch ein Ort des Informationsaustausches sowie der Kooperation in arbeitsteiligen ökonomischen Prozessen, die im Zweifelsfall auch ohne Solidarität und Gemeinschaft auskommen.

Die Suche nach Entfaltung, durch Regeln gebändigte Konkurrenz und Preisdruck – darauf hat das Bleistift-Beispiel zu Beginn hingewiesen – können ein Motor für die kreative Aneignung von Dingen, Chancen und Ideen und mithin für die Entstehung von **Innovationen** sein. Dies bezieht sich nicht nur auf den Bereich der *Technologie*, sondern umfasst auch soziale Phänomene wie neue Formen der Organisation von Arbeit, von Produktions- und Absatzketten, damit auch neue Formen der Abhängigkeit sowie neue Lebensweisen – mithin also allgemein die Transformation der sozialen Arbeitsteilung in einer differenzierten Gesellschaft. Innovation, ihre sozialen, ökologischen oder sonstigen Folgekosten haben enormes Konfliktpotenzial, sie ist ebenso wenig moralisch neutral wie die aus ihr abgeleiteten Vorstellungen von *Dynamik* und die Narrative sozialen, ökonomischen und technischen *Wandels*, die die derart angestoßene gesellschaftliche Transformation (de)legitimieren. Die Fähigkeit zur Innovation ist zugleich Forderung und Versprechen gegenüber kapitalistischen Gesellschaften und Individuen und immer mit moralisch aufgeladenen Begriffen von Freiheit, Offenheit für Neues und *Flexibilität* verbunden. Hier zeigt sich die Kehrseite der Entfaltung, die den einzelnen Menschen die Chance auf Gestaltung eröffnet, sozialen Wandel befeuert und zugleich die dauernde flexible Anpassung an die sich wandelnden gesellschaftlichen und ökonomischen Gegebenheiten verlangt.

Diese Anforderungen an jeden einzelnen



Menschen sind zentraler Bestandteil moderner Ökonomien, die Ressourcen und Chancen auf der Grundlage von Leistungszuschreibungen verteilen. Auseinandersetzungen hierüber prägen die sozialen Konflikte von den Anfängen der Arbeiterbewegung bis zu den Protesten der Gegenwart. Wem welcher **Verdienst** zusteht, ist eine der zentralen Verteilungsfragen der Ökonomie. Sie betrifft zunächst die Frage nach einem gerechten und angemessenen Lohn für geleistete *Arbeit*. Ähnlich wie beim »gerechten Preis« steht infrage, ob der Markt allein hier eine gerechte Zuteilung ermöglicht oder ob andere Maßstäbe moralisch geboten sind. Auch Fragen des *Profits* stehen unter dem Vorbehalt moralischer Grenzen: Welche Anteile am erwirtschafteten Gewinn »dem« Kapitalisten und »dem« Unternehmer zustehen und wo dieser Profit entstehe, beschäftigte nicht nur Karl Marx, sondern auch viele liberale Ökonomen. Der Begriff des Verdienstes verweist darüber hinaus auf die moralisch aufgeladene Behauptung, dass Ressourcen, Chancen und Anerkennung nach *Leistung* verteilt würden – also entsprechend Prinzipien der Gerechtigkeit und Reziprozität, die sicherstellen, dass über die reine Marktallokation hinaus die Bedürfnisse einer möglichst großen Zahl von Menschen befriedigt werden – eine Vorstellung, die im englischsprachigen Kontext noch direkter in der Utopie der *meritocracy* zum Ausdruck kommt. Doch wer in der Leistungsgesellschaft als Leistungsträger:in zu verstehen sei – die Unternehmensberaterin oder der Pfleger, der Banker oder die Busfahrerin – und welche Tätigkeiten als gesellschaftlich wertvoll angesehen werden – die Steigerung von Profiten oder die Care-Arbeit in Familie und sozialem Umfeld –, ist nicht objektiv messbar, sondern Gegenstand politischer und moralischer Aushandlungsprozesse.

Diesen Schlüsselbegriffen ist gemein, dass sie vordergründig weniger moralisch aufgeladen sind als etwa politisch umstrittene und philosophisch schwer zu fassende Leitbilder wie Freiheit, Gleichheit oder Gemeinwohl. Zugleich erweisen sie sich in den vorliegenden Texten als Objekte hochgradig moralischer Konflikte. Ordnet man sie in eine längere historische Perspektive ein, sind die mit ihnen verbundenen Debatten nicht immer

völlig neu: Manche der derart beschriebenen Felder – wenn auch vielleicht nicht alle einzelnen Schlüsselbegriffe – haben auch in früheren Epochen die Diskussion über die normativen Grundlagen der Ökonomie geprägt. Doch gerade die Formen der moralischen Kommunikation und die Strategien der Thematisierung und Plausibilisierung verweisen auf die spezifischen sozialen, ökonomischen und politischen Konstellationen des langen 20. Jahrhunderts. Sie rekurrieren damit sowohl auf spezifische Problemstellungen der Moderne als auch charakteristische Modi der Kommunikation und Skandalisierung.

Die fortgesetzte Transformation moderner Gesellschaften eröffnete immer wieder Zonen und Phasen moralischer Unbestimmtheit, in denen Akteur:innen um ihre Deutungen der Welt, des Wünschenswerten, des Gebotenen und Verbotenen rangen. Das zeigen die Beiträge dieses Bandes in all ihrer Vielfalt.

## Literatur

- Abend, Gabriel, 2014. *The Moral Background: An Inquiry into the History of Business Ethics*. Princeton: Princeton Univ. Press.
- Beckert, Jens, 2006. *The Moral Embeddedness of Markets*. In: Jane Clary, Wilfred Dolfsma und Deborah M. Figart (Hg.). *Ethics and the Market: Insights from Social Economics*. London: Routledge, 11–25.
- Beckert, Jens, 2007. *The Great Transformation of Embeddedness: Karl Polanyi and the New Economic Sociology*. MPIfG Discussion Paper 07/1, MPG PuRe Publik Repository.
- Beckert, Jens, 2009. *The Social Order of Markets*. *Theory and Society* 38/3, 245–69.
- Berger, Stefan und Alexandra Przyrembel, 2016. *Moral, Kapitalismus und soziale Bewegungen*. *Kulturhistorische Annäherungen an einen alten Gegenstand*. *Historische Anthropologie* 24, 88–107.
- Berger, Stefan und Alexandra Przyrembel, 2019. *Moralizing Capitalism: Agents, Discourses and Practices of Capitalism and Anti-Capitalism in the Modern Age*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Berghoff, Hartmut und Jakob Vogel, 2004. *Wirtschaftsgeschichte als Kulturgeschichte*. *Dimensionen eines Perspektivenwechsels*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Berghoff, Hartmut, 2013. *From the Watergate Scandal to the Compliance Revolution*. *The Fights against*

- Corruption in the United States and Germany, 1972–2012. *Bulletin of the German Historical Institute* 53, 7–30.
- Boltanski, Luc und Ève Chiapello, 2013. *Der neue Geist des Kapitalismus*, Konstanz: UVK.
- Bösch, Frank, 2001. *Mediengeschichte vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Frankfurt a. M.: Campus.
- Dejung, Christof, Monika Dommann und Daniel Speich Chassé (Hg.), 2014. *Auf der Suche nach der Ökonomie: historische Annäherungen*. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Derix, Simone, Benno Gammerl, Christiane Reinecke und Nina Verheyen, 2016. *Der Wert der Dinge. Zur Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Materialitäten*. *Zeithistorische Forschungen/Studies in Contemporary History* 13/3, 387–403.
- Dommann, Monika, Daniel Speich Chassé und Mischa Suter, 2014. *Einleitung: Wissensgeschichte ökonomischer Praktiken*. *Berichte zur Wissenschaftsgeschichte* 37/2, 107–111.
- Durkheim, Émile, 1893. *De la division du travail social*. Paris: Félix Alcan.
- Eisenberg, Christiane, 2009. *Englands Weg in die Marktgesellschaft*. Göttingen: Wallstein.
- Etzemüller, Thomas (Hg.), 2009. *Die Ordnung der Moderne: Social Engineering im 20. Jahrhundert*. Bielefeld: transcript.
- Fassin, Didier, 2009. *Les économies morales revisitées*. *Annales. Histoire, Sciences Sociales* 64/6: 1237–1266.
- Fontaine, Laurence, 2008. *L'Économie morale. Pauvreté, crédit et confiance dans l'Europe préindustrielle*. Paris: Gallimard.
- Fontaine, Laurence, 2013. *Le marché. Histoire et usages d'une conquête sociale*. Paris: Gallimard.
- Fourcade, Marion und Kieran Healy, 2007. *Moral Views of Market Society*. *Annual Review of Sociology* 33, 285–311.
- Frevort, Ute (Hg.), 2019a. *Moral Economies (Geschichte und Gesellschaft. Sonderheft 26)*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Frevort, Ute, 2017. *Die Politik der Demütigung: Schauplätze von Macht und Ohnmacht*. Frankfurt a. M.: S. Fischer.
- Frevort, Ute, 2019b. *Kapitalismus, Märkte und Moral*. Salzburg: Residenz.
- Gert, Bernhard und Joshua Gert, 2020. *The Definition of Morality*. In: Edward N. Zalta (Hg.). *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Fall 2020 Edition). <https://plato.stanford.edu/archives/fall2020/entries/morality-definition/>.
- Geyer, Martin H., 2018. *Kapitalismus und politische Moral in der Zwischenkriegszeit, oder: Wer war Julius Barbat?* Hamburg: Hamburger Edition.
- Götz, Norbert, 2015. *»Moral Economy«: Its Conceptual History and Analytical Prospects*. *Journal of Global Ethics* 11/2, 147–162.
- Granovetter, Mark, 1985. *Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness*. *American Journal of Sociology* 91/3, 481–510.
- Hann, Chris, 2018. *Moral(ity and) Economy*. *European Journal of Sociology* 59/2, 225–254.
- Hockerts, Hans Günter, 2007. *Vom Problemlöser zum Problemerzeuger? Der Sozialstaat im 20. Jahrhundert*. *Archiv für Sozialgeschichte* 47, 3–29.
- Iltting, Karl-Heinz, 1972–1997. *Sitte, Sittlichkeit, Moral*. In: Otto Brunner, Werner Conze und Reinhart Koselleck (Hg.), *Geschichtliche Grundbegriffe*. Stuttgart: E. Klett, G. Cotta. Bd. 5, 863–921.
- Jüssen, Georg u. a., 1971–2007. *Lemma »Moral, moralisch, Moralphilosophie«*. In: Joachim Ritter und Karlfried Gründer (Hg.). *Historisches Wörterbuch der Philosophie*, Basel: Schwabe. Bd. 6, Sp. 149–168.
- Mannheim, Karl, 1935. *Mensch und Gesellschaft im Zeitalter des Umbaus*. Leiden: Sijthoff.
- Marx, Karl, 2005. *Ökonomisch-philosophische Manuskripte (Philosophische Bibliothek 559)*. Hamburg: Felix Meiner.
- Morat, Daniel, 2014. *Intellektuelle und Intellektuellengeschichte 1. o.* In: *Docupedia Zeitgeschichte*, <https://doi.org/10.14765/ZZF.DOK.2.279.V1>.
- Palomera, Jaime und Theodora Vetta, 2016. *Moral Economy: Rethinking a Radical Concept*. *Anthropological Theory* 16/4, 1–21.
- Pistor, Katharina, 2019. *The Code of Capital: How the Law Creates Wealth and Inequality*. Princeton: Princeton Univ. Press.
- Plumpe, Werner, 2019. *Das kalte Herz. Kapitalismus: Die Geschichte einer andauernden Revolution*. Berlin: Rowohlt.
- Polanyi, Karl, 1944. *The Great Transformation*. New York: Farrar & Rinehart.
- Raphael, Lutz, 1996. *Die Verwissenschaftlichung des Sozialen als methodische und konzeptionelle Herausforderung für eine Sozialgeschichte des 20. Jahrhunderts*. *Geschichte und Gesellschaft* 22/2, 165–193.
- Read, Leonard E., 1958, I. *Pencil*. *The Freeman* 1958/8 (Dezember), 32–37.
- Reddy, William M., 1984. *The Rise of Market Culture: The Textile Trade and French Society, 1750–1900*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
- Requate, Jörg, 1999. *Öffentlichkeit und Medien als Gegenstände historischer Analyse*. *Geschichte und Gesellschaft* 25/1, 5–32.
- Richter, Rudolf und Eirik Grundtvig Furubotn, 2010. *Neue Institutionenökonomik: eine Einführung und kritische Würdigung*. 4., überarb. und erw. Auflage. Tübingen: Mohr Siebeck.

- Rohkrämer, Thomas, 1999. Eine andere Moderne? Zivilisationskritik, Natur und Technik in Deutschland 1880–1933. Paderborn: Schöningh.
- Rosenberg, Hans, 1967. Große Depression und Bismarckzeit: Wirtschaftsablauf, Gesellschaft und Politik in Mitteleuropa. Berlin: de Gruyter.
- Schilling, Lothar und Jakob Vogel (Hg.), 2019. Transnational Cultures of Expertise: Circulating State-Related Knowledge in the 18th and 19th Centuries. Berlin, Boston: de Gruyter.
- Schulz, Andreas, 2000. Der Aufstieg der ›vierten Gewalt‹. Historische Zeitschrift 270/1, 65–97.
- Scott, James C., 1976. The Moral Economy of the Peasant: Rebellion and Subsistence in Southeast Asia. New Haven: Yale Univ. Press.
- Simmel, Georg, 1900. Philosophie des Geldes. Leipzig: Duncker & Humblot.
- Stolle, Dietlind und Lucas Huisoud, 2019. Undemocratic Political Consumerism. In: Magnus Boström, Michele Micheletti, und Peter Oosterveer (Hg.). The Oxford Handbook of Political Consumerism. Oxford u. a.: Oxford Univ. Press, 624–642.
- Ther, Philipp, 2014. Die neue Ordnung auf dem alten Kontinent: eine Geschichte des neoliberalen Europa. 2. Auflage. Berlin: Suhrkamp.
- Thompson, Edward P., 1971. The Moral Economy of the English Crowd in the Eighteenth Century. Past and Present 50, 76–136.
- Tönnies, Ferdinand 2019. Gemeinschaft und Gesellschaft 1880–1935 (Ferdinand Tönnies Gesamtausgabe, 2), Berlin, Boston: de Gruyter.
- Ullmann, Hans-Peter, 2005. Der deutsche Steuerstaat: Geschichte der öffentlichen Finanzen vom 18. Jahrhundert bis heute. München: C. H. Beck.
- Verdès-Leroux, Janine, 1969. Un prototype des scandales politico-financiers: le krach de l'Union Générale (1882). Le Mouvement social 66, 89–103.
- Weber, Max, 2013. Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus: Vollständige Ausgabe. 4. Aufl. München: C. H. Beck.
- Welskopp, Thomas, 2016. Wirtschaftskriminalität und Unternehmen – Eine Einführung. In: Hartmut Berghoff, Cornelia Rauh und Thomas Welskopp (Hg.). Tatort Unternehmen. Zur Geschichte der Wirtschaftskriminalität im 20. und 21. Jahrhundert. Berlin: de Gruyter, 1–18.