

# Ordnung von unten

Die Demokratie neu erfinden

Hans Ruh

Versus · Zürich

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b>	<b>Worum es geht</b>	<b>11</b>
	Drei Grundgedanken	12
	Wer sind die Adressaten?	13
<b>Teil 1</b>	<b>Analyse der Lage</b>	
<b>Kapitel 1</b>	<b>Krisenphänomene und erste Erklärungsversuche</b>	<b>17</b>
1.1	Krisenphänomene	17
1.2	Erste Erklärungsversuche	19
<b>Kapitel 2</b>	<b>Die Ordnung des Seins</b>	<b>21</b>
2.1	Ethik und Wirtschaft in der europäischen Ideengeschichte	21
2.2	Zum Fazit der Ideengeschichte	23
2.3	Die Ordnung des Seins	25
	Theologische Begründung der Ordnung des Seins · Ethische Begründungen · Zum Inhalt der Ordnung des Seins · Das ethische Kapital	
2.4	Legitimität	30
	Legitimität als Thema der Staatstheorie · Der umfassende Anspruch der Legitimität · Warum braucht der Mensch Ethik? · Das Kulturwesen Mensch · Robustheit als Überlebensstrategie · Fazit: Menschen und Gesellschaft brauchen die ethische Dimension	
2.5	Das Maß als Inhalt der Ordnung des Seins	36
	Maßhalten als Tugend · Der Verlust der Ordnung des Seins als eigentliche Ursache von Krisen	

<b>Kapitel 3 Die Soziale Marktwirtschaft</b> .....	<b>41</b>
3.1 Die Grundidee der Sozialen Marktwirtschaft: Zusammenschau von Markt und Ethik .....	41
Das Konzept von Müller-Armack	
3.2 Markt und Ethik bei Wilhelm Röpke .....	44
<b>Kapitel 4 Abbruch der Beziehung zwischen Wirtschaft und Ordnung des Seins</b> .....	<b>47</b>
4.1 Das Erstarken des wirtschaftlichen Neoliberalismus .....	48
Defekte des Marktes · Positive Leistungen des Marktes	
4.2 Die Globalisierung der Wirtschaft .....	50
Fragliche Legitimität	
4.3 Die Auflösung von Bindungen .....	54
Autonomie · Freiheit und Bindung · «Befreiungsbewegungen» · Verlust der Balance zwischen Freiheit und Bindung	
4.4 Der Untergang der Sowjetunion bzw. des Ostblocks .....	59
<b>Kapitel 5 Die Folgen der Abkoppelung der Wirtschaft von der Ordnung des Seins</b> .....	<b>61</b>
5.1 Maßlosigkeit als Ursache der Krisen .....	62
Problematik des wirtschaftlichen Wachstums · Erklärungsversuche zur Transformation · Die Rolle des Geldes · Ideengeschichtliche Reminiszenzen zum Geld · Virtualität und Unbegrenztheit des Geldes	
5.2 Das Ende der Legitimität .....	68
Massenelend · Die Verletzlichkeit der modernen Welt · Das Ende der Zivilisation	
<b>Kapitel 6 Überlegungen zur Wiederankoppelung der Wirtschaft an die Ordnung des Seins</b> .....	<b>73</b>
6.1 Dimensionen der Anarchie .....	74
Massenelend · Kriminalität · Natur · Wissenschaftlich- technologische Entwicklung · Macht und Gewalt · Terrorismus · Globale Machtkonstellation	
6.2 Eckpunkte strategischer Überlegungen .....	78
Fragmentarische Lösungen · Praktische Handlungsmöglichkeiten · Verzicht auf Polemik · Stabilität · Idee der Selbstorganisation · Der Marktwert der Ethik steigt · Universalisierbarkeit · Universalisierbarkeit als Postulat in der globalisierten Welt · Chancen für die Idee der Universalisierbarkeit? · Ebene der Zivilgesellschaft · Neue Begründungen für die Zivilgesellschaft · Zum Verhältnis von Politik und Zivilgesellschaft	

## Teil 2 Leuchttürme für eine andere Welt

<b>Kapitel 7</b>	<b>Leuchtturm 1 – Das System «Ethische Marktwirtschaft»</b>	<b>95</b>
7.1	Wirtschaftliche Unternehmen Ethik-Research · Ethikmanagementsystem (EMS) Umriss einer ethischen Unternehmenskultur	98
7.2	Konsumentinnen und Konsumenten	101
7.3	Investorinnen und Investoren	102
7.4	Staat und Politik	103
<b>Kapitel 8</b>	<b>Leuchtturm 2 – Wirtschaft von unten</b>	<b>105</b>
8.1	Subsistenzorientierte Landwirtschaft	108
8.2	Alternative Geldsysteme bzw. Komplementärwährungen	110
8.3	Gemeinwesenorientierte Ökonomie	111
8.4	Genossenschaftsidee und Allmende	114
<b>Kapitel 9</b>	<b>Leuchtturm 3 – Agenturen für elementare öffentliche Güter</b>	<b>117</b>
9.1	Was sind öffentliche Güter?	117
9.2	Zur Bedeutung der öffentlichen Güter	118
9.3	Zum Status der öffentlichen Güter	119
9.4	Gefährdung der öffentlichen Güter	120
9.5	Welches Konzept?	121
9.6	Zwei Modelle	122
9.7	Umweltagentur	124
9.8	Agentur für die Sicherung des Existenzminimums	127
9.9	Weitere Agenturen	129
9.10	Zur Grundidee der Agenturen	130
<b>Kapitel 10</b>	<b>Leuchtturm 4 – Ideen, die selbständig fliegen</b>	<b>133</b>
10.1	Die Goldene Regel	135
10.2	Niemandem schaden	135
10.3	Das Recht Zur Idee des Rechts · Die autonome Kraft des Rechts	136
10.4	Menschenrechte Die Erfolgsgeschichte der Menschenrechtsidee	139

10.5	Nachhaltigkeit . . . . .	141
	Erfolgreiche Karriere eines Begriffs . . . . .	
10.6	Freiwilliges Engagement . . . . .	143
	Freiwilligkeit als condition humaine . . . . .	
10.7	Prävention . . . . .	145
10.8	Respekt . . . . .	146
10.9	Muße . . . . .	147
10.10	Hilfsbereitschaft . . . . .	148
10.11	Maß . . . . .	149
10.12	Schönheit . . . . .	150
10.13	Ideen als Elemente eines Weltbürgerethos . . . . .	152
<b>Kapitel 11</b>	<b>Leuchtturm 5 – Projekte . . . . .</b>	<b>153</b>
11.1	Grundsicherung . . . . .	153
	Umgekehrter Utilitarismus · Beispiel Share for Food · Beispiel arbeitsunabhängige Grundsicherung · Die ethische Begründung · Die republikanisch-liberale Begründung · Positive Folgen des Grundeinkommens	
11.2	Ein neues Modell für die Arbeitsgesellschaft . . . . .	162
	Lösungsrichtungen · Freizeit · Monetarisierter Arbeitszeit · Eigenarbeitszeit · Freiwillige und obligatorische Sozialzeit · Ich-Zeit · Reproduktionszeit · Bildungszeit · Überlegungen zur Umsetzung	
11.3	Sozialmarkt . . . . .	169
11.4	Soziale Unternehmen . . . . .	171
11.5	Obligatorischer Sozialdienst . . . . .	173
	Begründungen · Konzept	
11.6	Ethische Selbstregulation . . . . .	176
11.7	Werte für eine globalisierte Welt . . . . .	177
	Die Bedeutung der Sozialisation · Bedingungen für die Sozialisation · Akademie für die Förderung der Sozialisationsbedingungen · Sozialisation als Thema von Stiftungen · Olympische Bewegung als Sozialisationsfaktor · Universalistischer Ansatz der olympischen Idee · Inhalt der olympischen Idee · Fazit	
<b>Kapitel 12</b>	<b>Leuchtturm 6 – Demokratische Zivilgesellschaft . . . . .</b>	<b>187</b>
12.1	Legitimatorische Defizite . . . . .	187
12.2	Vielfalt der Demokratietheorie . . . . .	189
12.3	Konsumentinnen- und Anlegerdemokratie . . . . .	191

<b>Kapitel 13</b>	<b>Schluss – Gibt es einen Lebensstil von unten? . . . . .</b>	<b>195</b>
13.1	Grundsätzliche Überlegungen . . . . .	195
13.2	Konkrete Anregungen zum Handeln in der Perspektive einer Ordnung von unten . . . . .	199
	Konsumentinnen und Konsumenten · Unternehmen · Bürgerinnen und Bürger	
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>. . . . .</b>	<b>203</b>
<b>Namensverzeichnis</b>	<b>. . . . .</b>	<b>207</b>