

DIE GRENZEN DES MARKTES ALS VORAUSSETZUNG SEINER LEGITIMITÄT

Legitimation wirtschaftlicher Ordnungen: interdisziplinäre Perspektiven
Walter Eucken Institut, Wilhelm Röpke Institut
Schloss Ettersburg bei Weimar, 30./31. Januar 2015

1. Legitimität \neq Akzeptanz

- Legitimität = Richtigkeit (des Handelns). Nicht Wahrheit. Verantwortbarkeit, Fairness, Gerechtigkeit.
- Geltungsanspruch. Nichts in der Welt. Unsere Perspektive der Welt gegenüber.
- Akzeptanz = (mögliche) Faktizität der Zustimmung
- Zustimmungswürdigkeit (Legitimität) vs. Zustimmungsfähigkeit (Akzeptanz)

2. Die Normativität der Ökonomik

- Wirtschaftswissenschaften sind faktisch und logisch unausweichlich normativ (Zurückweisung erhobener Wertfreiheitsansprüche). Sonst: Was Ökonomen sagen ist über jeden ethischen Zweifel erhaben.
- Zwei Dimensionen:
 1. (Weitgehend) stillschweigende Normativität der Prosa-Ökonomik
 2. Konsequentialistische Normativität positivistischer Ökonomik

2.1 Die Normativität der Prosa-Ökonomik

- Ökonomen wollen etwas zeigen. → Normativität bereits dem subjektiven Sinn ihres Geltungsanspruchs nach (Orientierungswissen).
- Wie sind die Interaktionsverhältnisse, die den Gegenstandsbereich bilden („die Wirtschaft“), und die diesem zugeschriebene Interaktionslogik (Marktlogik) *zu beurteilen?*
- Normativität weniger via Präskriptionen, sondern via Deskriptionen. In der Regel marktaffirmativ: Ausdruck von „Freiheit“, „Effizienz“, „Rationalität“.
- „Die Ökonomen sind die konsequentesten Fürsprecher des Marktes.“ (Friedrich Breyer)
- Verschiedene Auslegungen der Markt- bzw. Wettbewerbslogik. Kaum marktdistanzierte Sichtweisen vorherrschend.

2.2 Die Normativität positivistischer Ökonomik

- Positivistische Ökonomik: Feststellung der Marktmachtverhältnisse als „Tatsache“ („Wirkungsanalyse“, „evidenzbasierte Politikberatung“).
- Kontraproduktivitätsparadigma
 - „Jeder Versuch, die Löhne anders zu strukturieren, als es das Gesetz der Knappheit diktiert, endet zwangsläufig in wirtschaftlichen Verzerrungen und Arbeitslosigkeit.“ (Hans-Werner Sinn)
 - Es ist eine „Tatsache“, dass „eine Verbesserung der Arbeitsmarktlage ... nur durch niedrigere Entlohnung der ohnehin schon Geringverdienenden, also durch eine verstärkte Lohnspreizung, möglich sein wird.“ Funke, M./Lucke, B./Straubhaar, Th. (2005): Hamburger Appell
- Parteilichkeit für die Interessen der diese „Tatsachen“ erzeugenden Akteure.
- Parteilichkeit für die Interessen der Adressaten der Theorie – als Kunden, denen man nützliches Verfügungswissen im Umgang mit den Wirkungseigenschaften des Gegenstandsbereichs zur Verfügung stellt („Erklärung zwecks Gestaltung“, Karl Homann). Beispiel Verhaltensökonomik: Der H.O. ist weniger im Gegenstandsbereich, sondern auf Seiten der „Kunden“ der Theorie zu verorten:
 - „Die Anwendung des Behavioral Economics Ansatz (BEA™) durch verhaltensökonomisch geschulte Berater und innovative Methoden der empirischen Forschung ermöglichen uns, unausgeschöpfte Verbesserungspotentiale in Unternehmen, Märkten und Organisationen zu identifizieren.“
www.fehradvice.com

3. Pareto-Ökonomik

- These: Eine innerlich konsequente (radikale) Rechtfertigung des Marktprinzips und ein rein positivistisches Erkenntnisprogramm (Verfügungs- oder Instrumentalwissenschaft) laufen auf das gleiche Paradigma hinaus: Die Pareto-Ökonomik (Pareto-Prinzip, Pareto-Effizienz/Superiorität, Transzendente Ökonomik, Constitutional Economics, Public Choice, Ordnungsökonomik). Hauptvertreter: James M. Buchanan
 - Der wahre (durchsetzbare) Vorteil eines jeden einzelnen ist durch den wahren (durchsetzbaren) Vorteil aller anderen definiert. („Konsens“ – Ohne Kon-sens)
 - Legitimation: Niemand verliert. – Der denknötwendig vorauszusetzende Status quo liegt dabei in der Zukunft. Manifeste Nachteile werden als Investitionen umgedeutet.
- Rechtfertigung des H.O.: „Rationalität“ = Erfolgrrationalität, instrumentelle Vernunft als *für uns verbindliche* Handlungsprinzip.

3.1 Das Scheitern der Rechtfertigung des *Marktprinzips*

- Ethik des Rechts des Stärkeren
- Ethik ohne Moral (Moralität)
- Performativer Widerspruch: Für die Rechtfertigung muss der Ökonomismus eine andere, zur Erfolgsrationalität konträr stehende Rationalität als maßgeblich voraussetzen: die Diskursrationalität.
- Hier interessieren andere (letztlich: alle Vernunftsubjekte) nicht bloß in ihren (nach Nützlichkeitskriterien bewerteten) Wirkungseigenschaften („als Mittel“, Kant), sondern als Argumentationspartner, die „als Zweck“ (Kant), als Wesen gleicher Würde, anzuerkennen sind.
- Es besteht keine Chance, das Prinzip Eigennutz („Nutzenmaximierung“) als Prinzip zu rechtfertigen. – H.O. ist nicht rechtfertigungsfähig.
→ Die Entfaltung der Marktlogik muss eine begrenzte sein.

4. Ordo- bzw. Neoliberalismus: Pflicht zur Herstellung wettbewerblicher Verhältnisse

- Ordo- oder Neoliberalismus: Es soll – mindestens im Wirtschaftlichen – überall Wettbewerb herrschen. Aber nicht auf der Ebene der Politik!
- Selbstzerstörungsparadigma → „Wettbewerb als Aufgabe“ (L. Miksch)
 - Es gelte sich der „Gefahr bewusst [zu sein], dass dieses Prinzip der Wahrnehmung des eigenen Vorteils unberechtigt über den Rahmen des Marktes hinausgreifen könnte.“ (Alexander Rüstow)
 - Um die „Wettbewerbsordnung“ zu etablieren, bedarf es der „selbstlosen Männer“, die mit „moralischem Eifer“ „kämpfen können“. Es bedarf ganz generell der „Demut“ vor den Ergebnissen des Wettbewerbs. (Friedrich August von Hayek)
 - „Die Wettbewerbsordnung verwirklicht sich nicht von selbst.“ In einer Gesellschaft, die nur von „egoistischen Einzelinteressen“ bestimmt ist, gibt es „niemanden“, der „das Gesamtinteresse [= Wettbewerbsordnung] sucht“. Es muss einen Kreis von Personen geben, der sich die „Herstellung der Wettbewerbsordnung“ zur „Aufgabe“ macht. (Walter Eucken)
 - „Markt und Wettbewerb sind weit davon entfernt, die ihnen notwendigen moralischen Voraussetzungen autonom zu erzeugen.“ (Wilhelm Röpke)

4.1 ... vs. Transzendente Ökonomik

- “Politics is a complex exchange process fully analogous to the market.” (James M. Buchanan)
- „Man darf nur nicht dem Fehler verfallen, vorschnell beim politischen Agieren auf andere, am Gemeinwohl orientierte Motive zu schließen; Unternehmen können auch hier nicht anders, als ihren eigenen Vorteil im Auge zu behalten.“ (Karl Homann)
- Der Neo- und Ordoliberalismus (im Unterschied zur „Ordnungsökonomik“) nimmt dem falschen Universalismus des *Prinzips* Eigeninteresse die Spitze.
- Legitimatorische Grenzen der Entfaltung der (eo ipso wettbewerblichen) Marktlogik ergeben sich allerdings von anderer, von materialer Seite.

5. Der Wettbewerb und seine Verlierer

- Der Markprozess ist eo ipso wettbewerblich.
 - „Unternehmertum ist immer wettbewerblich.“ (Israel Kirzner)
- Jeder erfolgreiche Versuch, das eigene Einkommen zu steigern, führt unausweichlich zu einem Einkommensverlust bei anderen Marktteilnehmern.
 - „Jeder neue Artikel schafft sich seinen Absatz ganz oder zum großen Teil zunächst durch das Abziehen des Publikums vom Verbrauch anderer Artikel.“ (Ludwig v. Mises)
- Wettbewerb ist „Schöpfung“ (win-win) und zugleich „Zerstörung“ (win-winlose).
 - „Free trade does the reverse of creating jobs. It eliminates jobs.“ (Richard B. McKenzie)
- Wachstum nur dann, wenn und insoweit es den unter Druck Geratenen gelingt, die Produktion zu steigern. → Ökonomisierung der Lebensverhältnisse

5.1 Untaugliche Versuche, mit dem Problem der Wettbewerbsverlierer umzugehen?

- Reduktion von Gerechtigkeit auf negative Gerechtigkeit → anti-humanistische Ethik
 - Utilitarismus, Kaldor-Hicks (enge Auslegung)
 - Kaldor-Hicks, weite Auslegung:
 - „Es ist klar, dass eine Öffnung der Wirtschaft insgesamt Vorteile bringt. Um den Widerstand gegen Marktöffnung zu brechen, könnten die Verlierer entschädigt werden.“ (F. D. Weiss)
- „sozialer Frieden“, Ethik des Rechts des Stärkeren, Rückfall in Pareto-Ökonomik

5.2 Eine Perspektive jenseits des Markprinzips

- Frage der Legitimität der fortgesetzten Entfaltung der eigendynamischen Logik des Wettbewerbs. → Zwei wettbewerbsethische Grundfragen
- 1. Lohnt sich der Stress noch? Ist die Ökonomisierung noch dem guten Leben dienlich?
 - Wir sind „Gefangene des Fortschritts“. „Selbst wenn wir wollten, könnten wir jetzt nicht die Hände in den Schoss legen und in Ruhe genießen, was wir erreicht haben.“ „Irgendwann in der Zukunft ... werden wir es vielleicht wieder in unserer Macht haben, zu wählen, ob wir in diesem Tempo weitergehen wollen.“ (Friedrich August von Hayek)
 - Der „alles durchdringende Wettbewerb“, als ein „fortgesetztes Ringen um Selbstbehauptung“, hat „die beunruhigende Tendenz, Wirkungen hervorzurufen, die uns vor allem unter moralischen Gesichtspunkten nicht gleichgültig lassen können.“ Ein „exzessiver Wettbewerb und freier Markt“ dürfen „nicht das Maß aller Dinge sein“. Es bedarf der „Korrektur“ der „Härten der Marktfreiheit“. „Der Markt muss in Schranken gewiesen werden.“ (Wilhelm Röpke)
- 2. Dürfen die Wettbewerbsfähigen und -willigen (im Verein mit dem Kapital) alle anderen (über „unpersönliche Instanzen“, Max Weber) zu einer stets marktkonformerem Lebensführung (kalkulatorische Lebensform) nötigen?
- Diese Fragen zu stellen (statt: sie als beantwortet einfach vorauszusetzen), setzt eine Perspektive jenseits des Marktgehorsams voraus.