

Beiträge zur ganzheitlichen
Wirtschafts- und Gesellschaftslehre

Band 9

Der Kurzschluß der Marktwirtschaft

Instrumentalisierung und Emanzipation
des Konsumenten

Von

Helmut Steiner



Duncker & Humblot · Berlin

HELMUT STEINER

Der Kurzschluß der Marktwirtschaft

Beiträge zur ganzheitlichen
Wirtschafts- und Gesellschaftslehre

Herausgegeben von

o. Univ.-Prof. Dkfm. Dr. Dr. h.c. J. Hanns Pichler, M. Sc.

Wirtschaftsuniversität Wien

Band 9

Der Kurzschluß der Marktwirtschaft

Instrumentalisierung und Emanzipation
des Konsumenten

Von
Helmut Steiner



Duncker & Humblot · Berlin

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Steiner, Helmut:

Der Kurzschluß der Marktwirtschaft : Instrumentalisierung und
Emanzipation des Konsumenten / von Helmut Steiner. – Berlin :
Duncker und Humblot, 1999

(Beiträge zur ganzheitlichen Wirtschafts- und Gesellschaftslehre ;
Bd. 9)

ISBN 3-428-09568-5

Alle Rechte vorbehalten
© 1999 Duncker & Humblot GmbH, Berlin
Fotoprint: Berliner Buchdruckerei Union GmbH, Berlin
Printed in Germany

ISSN 0522-6457
ISBN 3-428-09568-5

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier
entsprechend ISO 9706 ☺

Erich Heintel
in Verehrung und Dankbarkeit
gewidmet

Vorwort des Herausgebers

Vorliegender Band, mit dem die Reihe der „Beiträge zur ganzheitlichen Wirtschafts- und Gesellschaftslehre“ fortgesetzt wird, widmet sich in systemkritischer Weise grundlegenden Fragestellungen der Marktwirtschaft mit deren offensichtlichen Verzerrungen, Abgleitflächen und Marktunvollkommenheiten im Blick insbesondere auf die entwickelten Konsumgesellschaften.

Ausgehend von der „klassischen“ Ziel-Mittel-Beziehung als systematisierenden Ansatz der Wirtschaftswissenschaft schlechthin, kommt es in individualistisch eigennutzbestimmter Fundierung von System und Funktionsweisen der Marktwirtschaft zu dessen so typisch einseitig betonter Konsumorientierung.

Diese Vereinseitigung, wie der Autor zu zeigen versucht, führt notwendigerweise zu einer folgenschweren Engführung des Bedürfnisbegriffes und damit zu einer – nach ganzheitlich umfassenderem Verständnis – unzulässig eingeschränkten Sicht von der intrinsischen Komplexheit wirtschaftlicher Ziele, die als solche nicht von ihrem wesensgemäß gesellschaftlichen Bezug loszulösen sind; oder anders formuliert: daß es (mit Wilhelm Röpke) für den Bereich der Wirtschaft sehr wohl Fakten und Phänomene durchaus auch „Jenseits von Angebot und Nachfrage“ zu berücksichtigen gelte. Wirtschaftswissenschaft im tradierten Sinne einer „Politischen Ökonomie“ ist so zugleich immer eingebettet in eine sie überhöhende Rangbestimmtheit von gesellschaftlicher Relevanz mit von daher letztlich auch zu begründenden Werten und Zielen.

Im sogenannten „mainstream“ der modernen Nationalökonomie (und in deren Textbüchern) scheint demgegenüber allerdings die Frage nach dem Ursprung, nach dem Zustandekommen von Bedürfnissen in deren tieferen Fundierung und damit nach Prägung der Zielwelt des Wirtschaftens i.w.S. gar nicht mehr gestellt oder schlichtweg ausgeblendet; gilt somit einfach als Tatsache, die allein von den Entscheidungen der Konsumenten bzw. Nachfrager her zu begründen sei.

Vor dem Hintergrund einer so gesehen auch systemtheoretisch argumentierten Untermauerung der Entwicklung der Marktwirtschaft in deren prägenden Merkmalen, Facetten und Instrumentarien formuliert der Verfasser schließlich seine – im Titel signalisierte – These vom „Kurzschluß der Marktwirtschaft“: sich darlebend in einer buchstäblichen Verkehrung des zugrundeliegenden, wesensgemäß zweckgerichteten Ziel-Mittel-Zusammenhanges im Wege heute zunehmend künstlicher „Produktion“ sowie damit einhergehender „Manipulation“ von Bedürfnissen mittels Werbung und deren Instrumentalisierung via Medienmacht.

All dies schließlich mit der Konsequenz bzw. auf Kosten von „Entfremdungslasten“, die vom Konsumenten über allenthalben zu ortende Defizite in der Wirtschaft bis hin zu Überforderungen in Politik und Gesellschaft ihren Niederschlag finden. Diesen Defiziten, so das schlußfolgernde Plädoyer vorliegender Arbeit, gelte es durch eine grundlegende Neuorientierung auf ordnungs- und gesellschaftspolitischer Ebene bewußt entgegenzutreten im Sinne einer nachhaltigen Korrektur aufgezeigter systemimmanenter Entsprechungsstörungen in den modernen Marktwirtschaften mit auf Dauer nicht zuletzt gesellschaftsgefährdenden Entartungserscheinungen und Folgewirkungen.

Wien, im Frühjahr 1998

J. Hanns Pichler

Vorwort

Der Europäischen Kommission zufolge nimmt die *Zufriedenheit der EU-Bürger* seit Jahrzehnten nicht mehr zu, und zwar trotz enormer Steigerung von Sozialprodukt, Einkommen und Konsum: ein überraschendes Faktum insofern, als es zum Credo der Wohlstandsgesellschaft gehört, durch Vermehrung von Einkommen und Konsum würden wir immer glücklicher werden.

Daß dies nicht zutrifft, zeigt *Sattheit bzw. Überfluß* an, denn nur wenn man satt ist, bringt zusätzlicher Konsum keinen Nutzen. So gesehen scheint es bei uns im großen und ganzen *keinen Mangel* zu geben. Dennoch bleibt der *allgemeine Wunsch nach mehr Einkommen und Konsum* bestehen, unabhängig vom jeweils erreichten Wohlstandsniveau. Trotz Überflusses empfinden wir die eigenen Mittel stets als knapp. Da aus solch seltsamer Knappheit *ökonomische Sachzwänge* abgeleitet werden, die uns heute in großem Stil Sparen, ja Arbeitslosigkeit und Sozialabbau verordnen, lohnt es, den Sachverhalt zu untersuchen.

Das Problem ist freilich komplex. In pragmatischer Absicht geschrieben, will der vorliegende Text nicht nur eine Problemanalyse, sondern auch einen Lösungsvorschlag anbieten. Meine Überzeugung von der Gangbarkeit des vorzuschlagenden Weges stützt sich auf eine der überragenden Stärken der Marktwirtschaft: ihre Anpassungsfähigkeit.

Für kritische Durchsicht des Textes und wertvolle Anregungen habe ich zu danken: Peter Burger, Randolf Hartmann, Dorl Koller, Marie-Theres Koller, Thomas Manndorff, Michael Nitsche, Georg Steiner, Helga Steiner und Friedel Wicke.

Darüber hinaus bin ich all jenen verbunden, die zu meinem Problembewußtsein wesentlich beigetragen haben: Uwe Arnold, Peter Heintel, Hans-Dieter Klein, Traugott Lindner, Bernhard Pesendorfer und Gerhard Schwarz – sowie, keineswegs zuletzt, meinen Lehrern Karl Skowronnek und Walter Heinrich.

Zu allererst danke ich Erich Heintel.

Wien, im Mai 1998

Helmut Steiner

Inhaltsverzeichnis

A. Konsum im Überfluß	15
1. Ökonomische Sachzwänge aufgrund von Knappheit	15
2. Stagnierendes Zufriedenheitsniveau in der EU	16
3. Stagnierendes Zufriedenheitsniveau in reichen EU-Ländern	18
4. Stagnierendes Zufriedenheitsniveau in den USA	20
5. Stagnierende Letztverbrauchermärkte	22
6. Wachsende Werbeausgaben	23
7. Paradoxe Priorität von Einkommens- und Konsumsteigerung	25
8. Exkurs: Bedürfnisbefriedigung ohne Marktentnahme	26
B. Knappheiten	30
1. Gesellschaftliche Knappheit	30
2. Negative externe Effekte	31
3. Unbefriedigte kollektive Bedürfnisse	32
4. Geltungskonkurrenz und Zufriedenheit	33
C. Triumphe der Marktwirtschaft	37
1. Konsum als Zweck der Marktwirtschaft	37
2. Überwindung der Not	39
3. Materieller Wohlstand	41
D. Leidensgeschichte der Marktwirtschaft	45
1. Ein Widerspruch im System: Die These	45
2. Bloße Instrumentalität der Wirtschaft	47
3. Arbeit als Mittel und als Selbstzweck	48
4. Sozialkämpfe	50
5. Arbeiterbewegung	51
6. Unternehmer und Manager	51
7. Betriebliche Sozialpolitik	52
8. Vereinnahmung der Umwelt	54
E. Entwicklungsschritte der Marktwirtschaft	56
1. These: Dialektik der Systementwicklung	56
2. Freie Marktwirtschaft	56
3. Soziale Marktwirtschaft	57
4. Ökosoziale Marktwirtschaft	59
5. Exkurs: Zum „Turbokapitalismus“	60
6. Ordnungsrahmen	62
F. Konsumfreiheit	64
1. Die ökonomische Zeitenwende	64
2. Exkurs: Wirtschaftswissenschaft und Freiheit	66

3. Wahlfreiheit	68
4. Konsumentensouveränität	70
5. Konsumentenautonomie	73
G. Bedürfnisse	76
1. Die Frage des Entstehens freier Bedürfnisse	76
2. Objektbesetzung	77
3. Plastizität	78
4. Standards	80
5. Exkurs: Grenzen der Konsumfreiheit	82
H. Zur Rolle der Unternehmung	84
1. Autonomie der Unternehmung und Gewinnziel	84
2. Exkurs: Gewinnmaximierungszwang der Unternehmung	86
3. Interpretation der Konsumentenwünsche	89
4. Bedürfnisproduktion	91
I. Das Instrumentarium der Bedürfnisproduktion	94
1. Zur Fragestellung	94
2. Technische Sichtweise der Werbung	95
3. Werbung als „Clown der Wirtschaft“	96
4. Funktionale Sichtweise der Werbung	98
5. Universalität der Werbung	101
6. Güterwelt	103
7. Die Motivdimension der Güter	104
8. Exkurs: Die Subjektivität des Wirklichen	107
9. Marketing	108
10. Zur „Kundenorientierung“ des Marketing	110
J. Der Kurzschluß der Marktwirtschaft	112
1. Kopfstand der Wirtschaft	112
2. Zirkel der Instrumentalität	114
3. Schlagseite der Bedürfnisproduktion	116
4. „Manipulation“	118
5. Medienmacht	121
6. „Weckung latenter Bedürfnisse“: das Argument	123
7. „Weckung latenter Bedürfnisse“: das Sophisma	124
8. Argumentationsnotstand der Werbung	127
9. Suggestivität der Werbung	128
10. Absenz der Bildungsbereiche	132
K. Entfremdungslasten des Konsumenten	134
1. Vorbemerkung zum Begriff	134
2. Das Mehrprinzip	134
3. Zur Attraktivität des Neuen	138
4. Die Bedürfnisspirale	140
5. Positionsgüter	141
6. Besitz als Identität	146

7. Potenzierungsgüter und Gemeinschaftsdefizite	147
8. Marktwert als Identität	148
9. Lasten des Wirtschaftswachstums	149
10. Die „Blamage des Marketing“	151
L. Entfremdungslasten der Wirtschaft	154
1. Die These	154
2. Absatzprobleme	154
3. Beeinträchtigung der Arbeitsmoral	156
4. Wirtschaftlichkeitsdefizite	159
5. Schleichende Inflation	160
6. Labilität	162
M. Entfremdungslasten der Politik	164
1. Überforderung der Politik	164
2. Gefährdung der Demokratie	166
3. Armut der Staatshaushalte	168
4. Konkurrenz privater und kollektiver Bedürfnisse	169
5. Vernachlässigung des Notwendigen	171
6. Massenarbeitslosigkeit	173
7. Flexibilisierung der Arbeit	174
8. Zum Diktat der Knappheitsillusion	175
N. Die ordnungspolitische Aufgabe	179
1. Zur Legitimität ordnungspolitischer Intervention	179
2. Die ordnungspolitische Lücke	181
3. Zielpluralismus	182
4. Relativierung der privaten Konsumwünsche	183
O. Die gesellschaftspolitische Aufgabe	185
1. Anforderungsprofil einer Problemlösung	185
2. Zur Realisierungschance	186
3. Kommunikationsaufgabe	189
4. Relativierung der Geltungskonkurrenz	190
P. Motivationsarbeit	193
1. Bedürfnisbildung	193
2. Dialektischer Prozeß	195
3. Zur Frage der Veränderungskompetenz	198
4. Organisationserfordernisse	200
5. Führungsrolle der Humanwissenschaften	202
6. Emotionale Motivierung	203
7. Ironie und Humor	205
8. Institutionalisierung	206
9. Finanzierung	209
Q. Systematischer Rückblick	211
1. Satttheit der Konsumgesellschaft	211
2. Der Wunsch nach Einkommens- und Konsumsteigerung	212

3. Freie Bedürfnisse	213
4. Einseitigkeit der Bedürfnisproduktion	214
5. Motivationsmacht Werbung	215
6. Werbesuggestion	216
7. Der Kurzschluß des Systems	216
8. Entfremdungslasten des Konsumenten	218
9. Entfremdungslasten der Wirtschaft	218
10. Entfremdungslasten der Politik	219
11. Die ordnungspolitische Aufgabe	220
12. Bildungsaufgabe	220
13. Motivationsprozeß	221
Literaturverzeichnis	223
Personenverzeichnis	233
Sachverzeichnis	236

A. Konsum im Überfluß

1. Ökonomische Sachzwänge aufgrund von Knappheit

Konsumsteigerung gilt immer noch als Zielpriorität der Marktwirtschaft. Aus Knappheiten im Konsumbereich werden harte ökonomische Sachzwänge abgeleitet.

Ökonomische Sachzwänge bedürfen heute schon deshalb der Begründung, weil sie der großen Mehrheit der Bevölkerung Belastungen und Einschränkungen verordnen. Allenthalben muß gespart werden: in den Privathaushalten, in den Unternehmungen, im öffentlichen Bereich. Selbst in reichen Ländern kann Wichtiges, wie Arbeit und befriedigende soziale Absicherung für alle oder ausreichender Umweltschutz, aus Mangel an Mitteln nicht verwirklicht werden.

Ökonomische Sachzwänge resultieren ausnahmslos aus einem *Mangel an Mitteln*. In der *Ökonomie* ist der Mangel an Mitteln als Faktum und Axiom in seltener Einmütigkeit vorausgesetzt. Die Wirtschaftswissenschaft spricht in diesem Sinn von „Knappheit“. Gemeint ist der Mangel an Mitteln für die Erreichung aller gegebenen Ziele. Knappheit ist demnach ein *relativer Begriff*, welcher sich einerseits auf die verfügbaren *Mittel* und andererseits auf den geltenden *Zielhorizont* bezieht. Deshalb werden die Ziele, wo immer gewirtschaftet wird, nach ihrer Wichtigkeit gereiht, um mit den verfügbaren Mitteln die wichtigsten Ziele erreichen zu können, während die minder wichtigen Ziele nicht zum Zuge kommen – bekanntlich das kleine ökonomische Einmaleins.

Knappheit darf aber nicht etwa als Fehler der real existierenden Wirtschaft gesehen werden, sondern: *Knappheit ist die unabdingbare Voraussetzung allen Wirtschaftens*. Ohne Knappheit gäbe es zwar Mittel im *technischen* Sinn, doch keine Mittel im *wirtschaftlichen* Sinn.¹ Die reale Wirtschaft wie die Wirtschaftswissenschaft existieren nur im Medium der Knappheit. Auch das „wirtschaftliche Prinzip“, die *generelle wirtschaftliche Handlungsmaxime*, ist allein in der Knappheit der Mittel in Relation zum geltenden Zielhorizont begründet. Die geforderte Minimierung des Mittelaufwands bei Maximierung der Zieler-

¹ Siehe die strenge Unterscheidung von *Wirtschaft* (als finales System der Mittel) und *Technik* (als kausales System der Mittel) bei *Othmar Spann*: *Fundament der Volkswirtschaftslehre*, Graz 1967², S. 60 ff.

reichung (des „Nutzens“) ist nur bei Knappheit sinnvoll, dann allerdings logisch zwingend.

In der politischen Realität konkretisiert sich das Prinzip der Nutzenmaximierung bzw. Aufwandminimierung als Anspruch „ökonomischer Sachzwänge“, welche Anerkennung und Befolgung fordern. Die Regierungen finden sich heute weithin in der Rolle von Exekutoren ökonomischer Sachzwänge. So kann J. Hanns Pichler bündig formulieren: „Das ‚Maximum-Minimum-Gesetz‘ ... dominiert unsere Gesellschaft“.²

Ökonomische Sachzwänge lassen sich nur aus einem Mangel an Mitteln für einen bestimmten Zielhorizont der Gesellschaft ableiten. Ziele, deren Erreichung sich durch zusätzlichen Mittelaufwand nicht verbessern läßt, können ökonomische Sachzwänge nicht begründen. Sollen solche Ziele dennoch der Ableitung ökonomischer Sachzwänge dienen, müssen sie sich auf ihre Gültigkeit im Sinne von Knappheit hinterfragen lassen.

Hinterfragt man nun die gegenwärtige westliche Gesellschaft auf ihren wirtschaftlichen Zielhorizont, so kommt die merkwürdige Tatsache in Sicht, daß die Marktwirtschaft seit Adam Smith – nach den großartigen Erfolgen von gut zweihundert Jahren und in einer völlig veränderten Situation der Gesellschaft – immer noch an der Priorität ihres ursprünglichen Zieles festhält: an der *Steigerung des Konsums*.

Vor diesem Hintergrund sei eine häretische Fiktion gestattet: Würde im Bereich des Konsums nicht mehr Knappheit, sondern Überfluß herrschen, dann wäre dem gegenwärtigen Primat der Konsummaximierung und den daraus abgeleiteten ökonomischen Sachzwängen der Boden entzogen. Dieser Nachweis soll in der Folge versucht werden.

2. Stagnierendes Zufriedenheitsniveau in der EU

Dem amtlichen „Eurobarometer“ der Europäischen Kommission zufolge hat die Zufriedenheit der EU-Bürger seit langem nicht mehr zugenommen.

Das „Eurobarometer“, die Zeitreihe repräsentativer periodischer Meinungsumfragen der Europäischen Kommission, weist einerseits das hohe Niveau der bei den EU-Bürgern erhobenen Zufriedenheitswerte, andererseits deren *Stagnation seit Jahrzehnten* aus:³

² J. Hanns Pichler / Hubert Verhönig / Norbert Hentschel: Inflation und Indexierung, Berlin 1979, S. 39 f.

³ „Standard Eurobarometer-Meinungsumfragen“ werden im Auftrag der Generaldirektion „Information, Kommunikation, Kultur, Audiovisuelle Medien“ der Europäischen

„Auf EU-Ebene hat sich die Reaktion auf diese Frage (nach der Zufriedenheit, Anm. d. V.), seit sie im Herbst 1973 in den damals neun Mitgliedsländern zum ersten Mal gestellt wurde, nur unwesentlich verändert. Tatsächlich entsprechen die auf EU12-Ebene ermittelten Zahlen von heute exakt denen, die vor 20 Jahren auf EG9-Ebene verzeichnet wurden.“⁴ Im Jahr 1996, nach der Aufnahme von Österreich, Finnland und Schweden in die EU, ergeben die Erhebungen (Feldarbeit im Frühjahr 1996), daß „these life satisfaction scores have remained remarkably constant over the past twenty-five years“⁵.

Die Fragestellung lautete stets: „On the whole, are you very satisfied, fairly satisfied, not very satisfied, or not at all satisfied with the life you lead?“ – Die Ergebnisse in Zahlen:

Zufriedenheit in der Europäischen Gemeinschaft⁶

Jahr	Very satisfied	Fairly satisfied	Not very satisfied	Not at all satisfied
	%	%	%	%
1973	21	58	16	4
1975	20	57	17	6
1976	20	55	18	6
1977	21	56	17	6
1978	22	56	16	6
1979	21	56	17	5
1980	21	57	16	5
1981	21	55	17	6
1982	23	56	16	5
1983	19	59	16	6
1984	20	58	16	5
1985	21	57	17	6
1986	21	59	15	5
1987	21	58	16	5
1988	22	54	19	5

– Fortsetzung –

Kommission seit Herbst 1973 durchgeführt. Die repräsentativen Meinungsumfragen in den Mitgliedsländern der EG bzw. EU wurden (mit Ausnahme von 1974) jährlich einmal oder mehrmals erstellt. Wo das Eurobarometer aufgrund wiederholter Umfragen in einem Jahr mehrere Ergebnisse ausweist, habe ich die Prozentwerte der besseren Übersichtlichkeit halber gemittelt und gerundet. Für 1993 und 1995 konnte ich die Werte nicht erheben.

⁴ Eurobarometer 41, Brüssel 1993, S. 35 und Tabelle B1.

⁵ Eurobarometer 45, Brüssel 1996, S. 38. Siehe auch Tabelle 2.2., S. B. 22 f. – Das Eurobarometer 47, S. 1, stellt für 1997 eine leichte Abnahme der Lebenszufriedenheit bei zunehmendem Pessimismus fest.

⁶ Einschließlich Griechenland ab April 1981.