

2

Ideengeschichte: Der Markt als eigenständiges Drittes

An den Markt zu glauben, seine Überhöhung und die Möglichkeit eines eingeschlossenen Dritten schaffen einen eigenständigen Wert über das Offensichtliche hinaus. Dies entspricht der Denkweise einer dreiwertigen Logik. Diese Logik steht in einer jahrhundertelangen Deutungstradition zum Markt. Die Geschichte ist voll von Marktdiskursen, die den Markt als eigenständiges Drittes konstruieren, als einen eigenen Wert. Diesen Wert beschreiben wir im folgenden Kapitel entlang der Geistesgeschichte. In welchen Stationen hat sich der Markt als eigenständiges Drittes entwickelt?

Wir betrachten verschiedene Aufladungen, um die Logik des Marktes als eingeschlossenes Drittes zu begreifen.

2.1 Glauben schafft Werte I: Gabenökonomie und der „Geist der gegebenen Sache“

Unsere Darstellung beginnt mit einer Eingrenzung. Wir erforschen die Aufladungen des monetären Marktes in einem marktwirtschaftlichen Umfeld: Märkte, in denen eine Gewinnerzielungsabsicht besteht und Geld das vorherrschende Tauschmedium darstellt. Dies geschieht im Bewusstsein, dass es zahlreiche weitere Lesarten des Marktes gibt. Andere Geschichtsschreibungen, andere religiöse Prägungen.

So wie die prä-monetären Märkte auf den Pazifikinseln. Diese beruhen auf Warengeld-Tausch mit Salz, Muscheln usw. und sind nicht zwangsläufig auf Gewinnerzielung ausgerichtet. Hier ist das eingeschlossene Dritte des

Marktes anders nuanciert als in unserem gegenwärtigen Markt. Der Soziologe und Ethnologe Marcel Mauss erzählt in diesem Zusammenhang vom nicht-monetären Marktgeschehen der neuseeländischen Maori. Die Tauschbeziehungen untereinander und zwischen den Stämmen sind nicht nur mit Gewinnerzielung verbunden. Es werden „nicht ausschließlich Güter und Reichtümer, bewegliche und unbewegliche Habe, wirtschaftlich nützliche Dinge [getauscht]. Es sind vor allem Höflichkeiten, Festessen, Rituale, Militärdienste, Frauen, Kinder, Tänze, Feste, Märkte, bei denen der Handel nur ein Moment und der Umlauf der Reichtümer nur eine Seite eines weit allgemeineren und weit beständigeren Vertrags ist“ (Mauss 1968, S. 22). Diese Form des Tausches erhält von Mauss den Namen *Potlatsch*. Das Geben, Annehmen und Erwidern sind hier wichtiger als der Gewinn. Durch diese drei Elemente entsteht ein Tauschsystem, das ohne Geld auskommt. Es verlässt sich auf die Gegenseitigkeit der Tauschpartner. Man spricht von der *Gabenökonomie*. Durch die Gabe entsteht ein Drittes, welches an die Tauschobjekte gebunden ist und das sich im Vorgang der Gabe zeigt. Mauss nennt dies den „Geist der gegebenen Sache“ (vgl. Mauss 1968, S. 33 ff.). Diese Sache ist nicht leblos, sondern transportiert im Prozess der Gabe einen Teil seines Gebers, ist von ihm beseelt und gibt einen Teil dieser Seele an den nächsten Halter der Sache weiter. Der „Gewinn“ dieser Vorgänge ist nicht monetär, sondern sozial. Es ist der Wille zur Kooperation und eine Alternative, um Wohlstand und Einfluss außerhalb kriegerischer Auseinandersetzungen voranzubringen (vgl. Paul 2005, S. 250). Dies ist die Aufladung des prä-monetären Marktes: Statt des Marktes selbst wird die Beziehung zwischen den Gebenden überhöht.

Der Markt ist über den ökonomischen Aspekt hinaus soziale Institution und Mittel zur Verwirklichung gesellschaftlicher und politischer Überlegungen. Die Aufladung dieses Marktes folgt einer nicht primär ökonomischen Zielvorstellung. Deutlich wird in diesem Markt das Potenzial, den Tauschvorgang mit über sich selbst hinausweisenden Aufladungen zu versehen. Deutlich wird außerdem die kulturelle Bedingtheit des Marktes, die sich in diesen Aufladungen äußert.

Wir machen einen Schritt von der Maori-Gabenökonomie zur christlich geprägten Ökonomie und dem modernem Geldsystem – und lernen eine weitere Form der Aufladung kennen.

2.2 Glauben schafft Werte II: Die Aufladung des Geldes

Bei der Aufladung des Geldes spielen soziale Erwägungen, ganz wie im Maori-Markt, eine zentrale Bedeutung. Allerdings verschiebt das Geld den Fokus der Aufladung vom Tauschvorgang und der damit verbundenen sozialen Beziehung auf das Tauschmedium.

Der nachfolgende Exkurs zum Geld zeigt, wie durch Glauben an Geld sein Wert entsteht. Diese Betrachtung liefert einen Einstieg zur Frage, welche Rolle ein solcher Glauben für ökonomische Zusammenhänge spielt – und wird im nächsten Schritt auf den Markt angewendet.

Wie es dazu kam, zeigt ein kurzer Blick auf die Entwicklung moderner Währungen. Frühe Geldsysteme wurden von einem Rohstoff gestützt. Das Geld war Vertreter des Rohstoffwertes. So bestimmte sich der Wert einer Währung in der Regel im Verhältnis zum Gold. Zudem entstanden das Kredit- und das Fiatgeld. Beim Fiatgeld stehen der Geldmenge keine Rohstoffe wie Goldreserven gegenüber. Das Geld wird von einer Zentralbank „geschaffen“ (fiat von lat. fieri – werden, entstehen, erschaffen). Der Wert des Geldes bemisst sich am Wert der es nutzenden Volkswirtschaften und der Sicherung dieses Wertes durch die Politik. Vertrauen in die Währung wird zentral für die Anerkennung des Geldes und dessen Funktionieren (Seele 2009). Es wird zum Strukturmerkmal von Geld, dass seine Anwender daran glauben. Dieses Glaubensfundament des Geldes bewirkt, dass beim Umgang mit dem Geld „der menschliche Faktor“ stark zum Tragen kommt. Von gigantischen Spekulationsgewinnen bis hin zur Entwertung ganzer Währungssysteme ist das Fiatgeld ein Spielball von Emotionen. Bereits zu Beginn der Ära des Fiatgeldes in den 1920er-Jahren sprach der Politik- und Wirtschaftswissenschaftler Erich Eppich von der „Massensuggestion des Geldes“:

Nur wenige Eingeweihte wissen, warum es sich eigentlich handelt, die große Menge läßt sich von der Stimmung treiben. Dabei ist es erstaunlich, wie fein sie reagiert auf kleinste Anzeichen, wie schnell die Stimmung umschlagen kann, wobei oft die Logik völlig versagt. Solche Vorgänge, bei denen die Handlungen des einzelnen weniger durch eigene Vorstellungen als durch fremde, ihm irgendwie zugetragene bestimmt werden, bezeichnet man als Wirkungen großer Suggestibilität (Eppich 1921, S. 45).

„Versagende Logik“ ist die Folge der Geldnutzung, sie verändert Stimmungen und Vorstellungen. Es entsteht eine eigene Dynamik des Geldes, die mehr als den aufgeprägten Wert transportiert. Die Nutzung des Geldes

bedingt mehr als den Gebrauch eines Tauschmediums, sie schafft eine Währungsgemeinschaft, vereint im Zeichen des gemeinsamen Glaubenssystems. Kulturelle oder religiöse Unterschiede spielen dabei keine Rolle. Das Geld zieht in den Bann, fast außerweltlich, trotz seiner profanen Funktionen und seiner menschlichen Gemachtheit. Es wird mit Geld möglich, was gewöhnlich mit dem Begriff der „Kontingenzbewältigung“ als Aufgabe von Religion besteht: Geld eröffnet Wahlmöglichkeiten in einer Situation der Unsicherheit, der Unkenntnis und der unendlichen Varianten. Es ergeben sich Handlungswege: „Alles kann anders sein, als es ist, wenn man Geld hat“ (Hörisch 2013, S. 150). Prägnant bringt der Philosoph Georg Simmel diese Orientierungsfunktion in seiner *Philosophie des Geldes* bereits im Jahre 1900 auf den Punkt, wenn er dem Geld gesamthaft die Regelung der Ordnung der Dinge und ihres Verhältnisses zueinander zuschreibt:

Dies ist die philosophische Bedeutung des Geldes: daß es innerhalb der praktischen Welt die entschiedenste Sichtbarkeit, die deutlichste Wirklichkeit der Formel des allgemeinen Seins ist, nach der die Dinge ihren Sinn aneinander finden und die Gegenseitigkeit der Verhältnisse, in denen sie schweben, ihr Sein und Sosein ausmacht (Simmel 1900, S. 136).

Die grundlegende Funktion des Tauschmediums Geld verrät, dass sich auch hier mehr hinter dem ökonomischen Instrument verbirgt, als seine technische Funktion beschreibt. Beim Geld gilt: Glauben schafft Werte.

Ziel unserer Forschungen ist es, den gerade vorgestellten Glaubensmechanismus des Geldes im Bezug auf den Markt darzustellen. Durch den Glauben an den Markt übersteigt dieser seine unmittelbare ökonomische Funktion. Ausdrücke eines solchen „Glaubens“ an den Markt sind die von uns identifizierten verschiedenen Logiken, mit denen der Markt betrachtet wird.

Durch die verschiedenen Logiken erhält der Markt die Aufladung des Guten, des Strafenden, bis hin zu seiner Entfaltung heute. Bis hierher hat er einen weiten Weg durch die Geistesgeschichte hinter sich gebracht. Wo kommt er her, unser Markt? Woraus hat er sich entwickelt?

2.3 Der Markt als Ort und seine Loslösung: Agora und Forum Romanum

Die griechischen Agora und das römische Forum sind Inbegriffe des topografischen Marktes. Durch ihre klare Verortung scheinen sie beispielhaft für einen Marktbegriff ohne Aufladungen, Zuschreibungen

und Glaubensüberbau: einfach nur Marktplätze. Doch gerade auf diesen scheinbar reduzierten Märkten finden wir die Wurzeln der Aufladungen, die heute in ihrer vollen Entfaltung bestehen.

Die Agora im antiken Griechenland ist der zentrale Platz der Stadt, eine Institution des sozialen Miteinanders, Mittelpunkt aller Gesellschaftsbereiche. Sie ist Treffpunkt politischer Versammlungen, Verwaltungs- und Gerichtssitz und gleichzeitig immer Marktplatz. In der Umgebung der Agora wurden Geschäftsgebäude errichtet, ebenso Tempel und Altare. Die Agora war Ort für Festivitäten und künstlerische Darbietungen, ein Ort der Lehre, der Kultur und der Repräsentation (vgl. Thompson 1954, S. 9). Nach diesem Vorbild war auch das Forum Romanum mehr als ein Marktplatz, nämlich eine Begegnungsstätte von Religion, Wirtschaft und Politik, die als Platz für Händler, Geldwechsel, Juweliere und Prostituierte gleichermaßen diente. Das Forum beherbergte Privathäuser, war Hauptort religiöser Aktivität, Tempel und Senatsgebäude. Das Forum war ein Ort des Austauschs zwischen allen Sphären des Lebens. Dieser zeigt sich an den Funktionen des Tempels, der gleichermaßen religiöse und säkulare Aufgaben erfüllte. Er war religiöse Stätte, Schatzkammer, Museum und Ort politischer Treffen. Das gesamte Forum war als heiliger Ort von großer, gesellschaftlicher Bedeutung. Man hielt sich gerne an diesem religiösen Ort auf, erhoffte sich von Tausch, Handel und Aufenthalt an dieser Stelle wohlwollende Unterstützung von oben (vgl. Watkin 2009, S. 13 ff.).

Die Agora und das Forum sind in ihrer gesellschaftlichen Funktionsbreite und ökonomischen Zurückhaltung idealtypisch zu verstehen. Die Ökonomisierung des Marktes setzte bereits in der Antike ein, wo Aristoteles sie beschreibt: Der Erfolg kommerziellen Handels, die Ausdifferenzierung von Preisen und die gesellschaftliche Bedeutung des Geldes sind für den Philosophen Anzeichen einer sich verselbstständigenden Wirtschaft. Im Bild der Agora scheint die Wirtschaft in alle gesellschaftlichen Sphären integriert. Tatsächlich aber löst sie sich aus ihrem bisherigen sozialen Kontext und wird selbstständig, wandelt sich zur eigenen Sphäre – sie entbettet sich (vgl. Polanyi 2014, S. 271). Für das Bild des Marktes bedeutet dies eine auffallende Veränderung. Auf der alten Agora, auf dem alten Forum war der Händler ein Einzelaspekt des Marktgeschehens, ein Akteur, der zum Gesamtbild dieses Ortes gesellschaftlichen Austausches beitrug. Nun ist es das Ökonomische, das den Markt prägt. Der Marktplatz dient nun hauptsächlich dem Wochenmarkt, die künstlerische, religiöse und politische Begegnung tritt in den Hintergrund. Gleichzeitig entstehen ein Kunstmarkt, ein Markt der Religionen, ein Finanzmarkt. Der Markt erfüllt die sozialen Funktionen der Agora. Aber er reformuliert sie unter ökonomischen Vorzeichen.

Die von Aristoteles und Polanyi beschriebene Differenzierung der Ökonomie von anderen Lebensbereichen ist Voraussetzung für den Markt als Schwelle und die Marktvergötterung, wie wir sie später beschreiben. Ohne eine eigenständig wahrgenommene Ökonomie wäre der Markt bloß ein physischer Ort, wie er es lange in Form des Wochenmarktes war. Durch seine Entbettung übersteigt der Markt diesen physischen Ort. Er gelangt in den Bereich des Metaphysischen.

2.4 Teleologie und Marktwirtschaft

Die Eigenständigkeit der ökonomischen Sphäre wächst im weiteren Verlauf der Geschichte. Eine wichtige Rolle spielt dabei die christliche Geschichts- und Zeitauffassung (*Teleologie*). Diese beruht auf der Überzeugung, dass die Geschichte auf einen Zweck und ein Ziel (*Telos*) hin ausgerichtet ist. Dies ist im Vergleich zum antiken Zeit- und Geschichtsverständnis neu. Das *nunc stans* („im Jetzt stehen“) der Antike, von dem sich das neue Zeitkonzept abhebt, versteht sich folgendermaßen:

Es ist reine dauernde Gegenwart, [die] kein Gestern und kein Morgen kennt, es ist der ganz erfüllte schöne Augenblick, der in sich selber ruht und verweilt, der Vergangenheit und Zukunft zu einer lebendigen Gegenwart in sich hinein-schlingt. [...] Geschichte ist ein überall gleich naher und überall gleich gegenwärtiger See, kein fließender Strom (Brunner 1933, S. 2 f.).

Augustin, Kirchenlehrer und Philosoph auf der Schwelle der Antike zum Mittelalter, kämpft gegen diese Zeitvorstellung an (vgl. Seele 2008). Er verdeutlicht, dass die Ewigkeit kein Teil des Diesseits sein kann. Damit legt er den Grundstein für ein Ziel der Geschichte, das in der Erreichung dieser Ewigkeit liegt, eine christliche Heilsversprechung. Dieses normative, zielgerichtete Verständnis rückt die verselbstständigte Ökonomie in ein neues Licht. In der antiken Vorstellung war der Markt ein begrenzter Austauschprozess, zeitlich und räumlich klar definiert. Ausgestattet mit einer augustinischen Heilsvorstellung erhält der Austauschprozess eine Ziel- und Heilsdimension. An den Prozess des Austausches koppelt sich ein Wachstums- und Wohlfahrtsgedanke, der in der mittelalterlichen Ökonomie noch kritisch betrachtet wird. Mit der Befreiung der Ökonomie von christlichen Einschränkungen wird dieser heilsbewährte Marktbegriff aber zum Grundpfeiler der weiteren Wirtschaftsentwicklung. Denn ein zirkuläres Geschichtsverständnis macht Investitionen schwierig: Das immer

wiederkehrende Gleiche *nunc stans* bietet keinen Anreiz für das Sparen. Ein zur Erlösung hin ausgerichtetes Geschichtsverständnis hingegen befördert die kapitalistische Bereitschaft: Das Investieren, Ansammeln, Re-Investieren finden vor dem geistigen Horizont einer damit verbundenen Erlösung statt (vgl. Priddat 2013, S. 90).

Die Beschreibungen des Marktes in der ökonomischen Geistesgeschichte, denen wir im Folgenden nachgehen, bauen auf dieser Zeitvorstellung auf.

2.5 Die Geschichte des modernen Marktes

Unser Anliegen ist es, den heutigen Markt – marktwirtschaftlich, gewinnorientiert – zu verstehen. Nach Forum und Agora und dem antiken Zeitverständnis geht es nun um die Vordenker des Marktes in der weiteren Entwicklung. Wir machen einen Sprung und steigen ein im 18. Jahrhundert, Moderne und Spätaufklärung. In der Philosophie und Ökonomie dieser Zeit werden Weichen gestellt für weitere Entwicklung des Marktes und seiner Bedeutungen.

2.5.1 Die Neuzeit als Wegbereiter: Vom Rationalismus zum Renaissancehumanismus zum Utilitarismus

Um Adam Smith als Begründer der neoklassischen Ökonomie zu verstehen, richten wir den Fokus zunächst auf die Ideengeschichte mit Einsetzen der Neuzeit. War die mittelalterliche Ökonomie im Wesentlichen eine normative Behandlung der *Usus-fructus* -Debatte (Verfügungsrechte) sowie der Frage nach dem gerechten Zins und Ertrag unter dem Diktat der Institution Kirche, so bildete sich mit der Neuzeit ein neues Denken heraus, ein Denken, das das Neue zum Leitmotiv erhob. Somit wurden Wettbewerb, Ökonomie und, begünstigt durch die Seefahrt, der Handel zu starken Themen der Neuen Zeit. Hans Blumenberg hat dies in seinem monumentalen Werk *Die Legitimität der Neuzeit* den „Prozess der theoretischen Neugierde“ (Blumenberg 1976) genannt. Geht man zurück zur Einführung der Zielhaftigkeit der Zeit (Teleologie) Augustins, so wird das Ziel nicht mehr im christlichen Heil verstanden, sondern in der Neuzeit wird der Mensch zum Angelpunkt. Descartes' Rationalismus und sein methodischer Zweifel sind hier die Prinzipien, die erklären können, inwieweit der Mensch kraft seiner Vernunftbegabung Motor der Entwicklung und Neuerung wird. Der Fortschritt als Denkfigur bricht sich Bahn. Dies sieht man insbesondere im

Humanismus und hier im italienischen Renaissancehumanismus. So war es etwa Leonardo Bruni, der nach langen Jahrhunderten des Vergessens die pseudoaristotelischen Bücher zur Ökonomie (*Oikonomica*) neu übersetzt hat, die daraufhin eine große Leserschaft fanden. Brunis Heimat Florenz spielt hier eine wichtige Rolle. Ökonomischer Fortschritt wird zur Erfolgsbedingung einer Gesellschaft. Ein Glaube an den Fortschritt als innerweltliches Ziel wird zum bestimmenden Thema. Dynastien und Staaten entstehen in Europa, die Reichtümer durch den Handel und später nicht zuletzt durch die Kolonialisierung und Ausbeutung ganzer Länder und Kontinente anhäufen.

Der Markt ist dabei eine vernünftige Größe der Gestaltung von Fortschritt und Innovation. Der Markt wird zur praktischen Größe des Rationalismus. Die Verwirklichung des Fortschrittes im Wettbewerb und Abhängigkeit davon werden zum Signum jener neuen Zeit. Die Neuzeit lebt von der kontinuierlichen und rationalen Hervorbringung und Verwertung von Neuheiten. Auf diesem intellektuellen Nährboden hat sich schließlich in England der Utilitarismus entwickelt. Insbesondere Jeremy Bentham und John Stewart Mill waren es, die eine freiheitsliebende Philosophie entwickelten, bei der der Nutzen im Vordergrund steht. Benthams Formel vom Utilitarismus war ein Versprechen, zu dessen Realisierung der freie Markt das entsprechende Angebot bereithielt: das größte Glück für die größte mögliche Anzahl von Personen. War die Heilserwartung im augustianischen Verständnis noch im theologischen Sinne jenseitsbezogen, so wurde das Glück zum diesseitigen Heilsversprechen – und zwar direkt gekoppelt an den Nutzen.

Schließlich war es der schottische Moralphilosoph Adam Smith, der auf Grundlage des philosophischen Utilitarismus die Nationalökonomie begründete. Er etablierte die Prinzipien Eigennutz und Arbeitsteilung als Grundmotive der Volkswirtschaft und des Wohlstandes der Nationen.

2.5.2 Adam Smith und die unsichtbare Hand

Adam Smith (1723–1790) ist eine, wenn nicht *die* zentrale Figur in der Ideengeschichte der Ökonomie. Die Diskussionen um Funktion, Bedeutung und Aufladung des Marktes gehen bis heute maßgeblich auf diesen Schotten zurück.

Smith war Moralphilosoph und Denker des aufgeklärten Liberalismus: getragen von der Aufklärung und frei von den religiösen Einengungen des Mittelalters, die bis kurz zuvor bestanden hatten. Ziel seines Schaffens war

zu klären, welche moralischen Überlegungen vor und nach ökonomischen Entscheidungen Einfluss nehmen (vgl. Höffe 2014). Entsprechend trägt sein Erstlingswerk den Titel *Eine Theorie der ethischen Gefühle* (1759). Sein zweites Werk ist, aufbauend auf den *Ethischen Gefühlen*, der Analyse der Ökonomie gewidmet: *Der Wohlstand der Nationen* (1776) ist das Grundlagenwerk der modernen Ökonomie. Smith übernimmt das Menschenbild eines tugendgeleiteten Akteurs und beschreibt, was passiert, wenn dieser Mensch wirtschaftet. Smiths Akteure sind mit Empfindung und Mitgefühl ausgestattet. Die Moral eines Akteurs ist zentrale Leitlinie seines ökonomischen Handelns (vgl. Hühn und Dierksmeier 2014, S. 6, 9). Smith bezieht die geistig-kulturellen Voraussetzungen systematisch in die ökonomische Analyse mit ein. Hier wirtschaftet nicht der auf Zahlen und Gewinn fokussierte Gierschlund, sondern ein gesellschaftlich bedingtes Subjekt.

Das ausklingende 18. Jahrhundert war neben der aufklärerischen Freiheit eine Zeit wirtschaftlichen Umbruchs. Die Erfindung des mechanischen Webstuhls und etwas später der Dampfmaschine eröffneten neue Möglichkeiten der Produktion. Waren konnten in bisher ungekanntem Umfang hergestellt werden, in bisher ungekannter Geschwindigkeit. Smith liefert mit seinen ökonomischen Schriften die intellektuelle Grundlage für diese industrielle Revolution. Er beschreibt die Spezialisierung und die Arbeitsteilung als Voraussetzungen industrialisierter Produktion. Unter technischen Gesichtspunkten ist der Markt die Plattform, auf der sich Angebot und Nachfrage treffen, sich die Effizienz der neuen Produktionsformen voll auswirkt. Der Markt trifft immer bessere Entscheidungen als das Individuum, denn auf dem Markt wird das Wissen seiner Teilnehmer kollektiviert. Gleichzeitig stellt der Markt eine optimale Verteilung des Wohlstandes sicher (vgl. Herzog 2013a, S. 32 f.). Smith steht den staatlichen Einschränkungen des Handels unter nationalen Gesichtspunkten (*Merkantilismus*) daher kritisch gegenüber.

Smiths Markt fußt auf dem eigennützigen Verhalten seiner Akteure. Dieser Eigennutz ist nicht mit Egoismus zu verwechseln. Vielmehr ist eine Selbstliebe gemeint: Der Akteur muss mit sich selbst und seinen Entscheidungen leben können und für sich selbst Sorge tragen (vgl. Hühn und Dierksmeier 2014, S. 7). Ein solchermaßen verstandener Eigennutz führt dann *nolens volens* zu gesteigertem Wohlstand – und zwar ohne es zu wollen und ohne es zu wissen (vgl. Smith 1759, S. 215 f.). Dieser Gedanke ist zentral für Smiths wohl bekanntestes Statement: *Die unsichtbare Hand*. Sie ist eine der geläufigsten Aufladungen des Marktes: Das Individuum sucht im Markt seinen Nutzen, aber die Gesamtheit der kollektiv-eigennutzorientierten Handlungen bewirkt eine unbeabsichtigte Wohlfahrtssteigerung.

In Smiths Beschreibung besteht eine wohlwollende Macht im Hintergrund, die den Mechanismus des Marktes nutzt, um Gutes zu erreichen. Smith ist befreit von der scholastischen, religiös geprägten Ökonomie des Mittelalters. Er argumentiert naturalistisch und rational für seine Handlungs- und Wirtschaftstheorie. Dennoch ist er kein Atheist: Der Glaube an eine ordnende Kraft im Hintergrund, die außerhalb der Ökonomie steht, ist präsent. Der Markt erhält eine „metaphysische Würde“ (Rüstow 1942, S. 22), welche durch die eigennützigen Akteure realisiert wird. Aus diesem Eigennutz-Wohlstands-Mechanismus entsteht ein normativer Anspruch für das Wirtschaften, der im Markt seinen praktizierten Niederschlag findet (vgl. Herzog 2013a, S. 24).

Diese Praxis erhält ihre Zielvorstellung aus der augustinischen Erlösungs-Teleologie. So stellt Smith den im Wirtschaften geäußerten Willen zur Verbesserung der Lebensumstände als zielgerichteten Prozess dar – und als menschliches Grundprinzip:

Dagegen ist der Grund, der uns zum Sparen treibt, das Verlangen, seine Lage zu verbessern, ein Verlangen, welches zwar gewöhnlich ruhig und leidenschaftslos ist, aber uns auch von der Wiege an begleitet und bis zum Tode nicht wieder verläßt (Smith 1776, S. 420 f.).

Die Heilsversprechung der von Smith postulierten Wirtschaftsorganisation besteht in der Verbesserung der Lebensumstände. Augustin stellte dem Leiden, der Armut und den Entsagungen des weltlichen Daseins die Erlösung im Jenseits gegenüber. Das Sein erhielt eine Heilsvorstellung über das Ende der weltlichen Existenz hinaus. Smith interpretiert das neue, arbeitsteilig und maschinengestützte Wirtschaftssystem als Chance, diese Erlösung ins Diesseits zu holen: Dank Markt – Erlösung jetzt (vgl. Priddat 2010, S. 31). Der Markt wird als göttliches Prinzip verstanden, aber nicht als Gott selbst. Hier liegt ein noch genauer zu ergründender Unterschied zu den späteren Aufladungen des Marktes.

Smiths Aufladung des Marktes ist voraussetzungsreich. Sie wandert auf einem Grat zwischen technisch-ökonomischer Erklärung, Moral und Religion und ist im Kontext und Gesamtwerk des Autors zu verstehen. Entsprechend viele Lesarten gibt es, die sich im Laufe der knapp 250 Jahre Smith-Rezeption herausgebildet haben. Besonders verbreitet ist, vor allem im amerikanischen Raum, die *liberale* Lesart. Die Aspekte des Eigennutzes und der folgenden Wohlfahrtssteigerung durch den Markt werden hier verabsolutiert und als Argument für eine möglichst geringe Einflussnahme des Staates gewertet. Der Appell an und die Fokussierung auf den Eigennutz werden

zur Maxime der Wirtschaftswissenschaft. Aus der Smithschen Beschreibung der Ökonomie wird ein normsetzendes Rezept, mit dem theoretische Erkenntnisse in der wirtschaftlichen Praxis umgesetzt werden (vgl. Hühn und Dierksmeier 2014, S. 2). Der Markt wird überhöht und als Ausdruck göttlichen Willens der Kritik enthoben. Diese Schlussfolgerung und das Verständnis der Theorie als politisch-praktisches Programm unterscheiden die liberale von der philosophisch-kontextuellen Smith-Lesart einer unsichtbaren Hand. Ein treffliches Beispiel der Folgen dieser liberalen Interpretation sind die Äußerungen des Goldman-Sachs-Managers Lloyd Blankfein auf dem Höhepunkt der Finanzkrise 2009. In einem Interview mit der *Sunday Times* stellte er klar, dass seine Bank durch die Bereitstellung von Arbeitsplätzen und die Wertschöpfung einem „sozialen Zweck“ diene. Die Referenz zur unsichtbaren Hand ist offenkundig: Das eigennützig angelegte Wirtschaften dient dem sozialen Zweck. Dann aber legt der Manager nach und offenbart das Selbstverständnis der Teilnahme an diesem Prozess: „I am just a banker doing God’s work!“ Der eigene Beitrag zum Wohlstand schaffenden Markt ist gottgewollt. Die Beurteilung des Wirtschaftens muss sich allein dieser Maxime stellen (vgl. Seele und Zapf 2011, S. 321).

Welcher Smith ist nun der *echte*? Welche Marktdeutung im Anschluss an den berühmten Moralphilosophen und Ökonomen hat mehr Autorität? Wir wollen diese Suche hier nicht vorantreiben. Wir betrachten stattdessen die verschiedenen, Smith-bezogenen Marktaufladungen als Vorstufe einer weiteren Entwicklung ebendieser. In beiden vorgestellten Lesarten wird eine Aufladung des Marktes beschrieben. In beiden Fällen gibt es eine wohlwollende Macht, die hinter dem Markt existiert. Unabhängig von dieser Macht ist der Markt sozial bedingt und von seinen Konstituenten und ihren kulturellen Eigenheiten abhängig. Der Markt ist keine frei schwebende Größe, kein Naturgesetz, sondern übernimmt die Aufladungen der Teilnehmer. Da Smith einen mitfühlenden, von moralischen Überzeugungen getragenen Akteur vor Augen hat, übernimmt der Markt diese Attribute. Der Markt ist mehr als die Summe seiner Akteure, aber er ist von ihnen definiert. Die unsichtbare Hand ist keine eigene Markt-Entität, sondern die Auswirkung des Marktes.

Gott und Markt sind bei Adam Smith nicht gleichgesetzt. Die Aufladung des Marktes ist durch ihre gesellschaftliche Einbettung bedingt. Anders bei den späteren Zuschreibungen, bei denen *der Markt* sich verselbstständigt hat und selbst entscheidet. Je weiter sich die rhetorischen Aufladungen dieses Marktes zu einer eigenständigen Wesenheit entwickeln, desto mehr löst sich der Markt von seinen Akteuren und nimmt diese Akteure als vergöttertes Wesen in die Zange.

2.5.3 Verhältnisbestimmungen zwischen Markt und Gesellschaft

2.5.3.1 Hegel

Smith beschreibt den Markt aus Perspektive der Ökonomie als Plattform des Austausches und effizienter Kooperations- und Kommunikationsmechanismus. Der Markt steigert das Allgemeinwohl ausgehend von seinen wirtschaftlichen Funktionen. Die gesellschaftliche Funktion und Aufladung folgt seiner ökonomischen Grundfunktion. Die Existenz dieses Marktes, seine Berechtigung und seine Auswirkungen versteht Smith als naturgegebene Mechanismen, ausgestaltet durch die teilnehmenden Menschen (vgl. Priddat 1990, S. 24 f.). Hegel (1770–1831), Philosoph des deutschen Idealismus, greift die Smithsche Idee vom marktinduzierten Allgemeinwohl auf. Aber er betrachtet den Markt als Bestandteil der bürgerlichen Gesellschaft. Dabei erfüllt der Markt nicht in erster Linie ökonomische, sondern gesellschaftliche Funktionen. Dies ist mit Hegels Verständnis gesellschaftlicher Ordnung zu erklären. Er unterscheidet zwischen drei Ebenen: der Familie, der bürgerlichen Gesellschaft und dem Staat. Die bürgerliche Gesellschaft ruht wiederum auf drei Grundpfeilern: den Bedürfnissen ihrer Mitglieder, auf dem Rechtssystem, welches Sicherheit der Person und des Eigentums bedeutet, und auf den Institutionen zur individuellen und gemeinschaftlichen Interessenvertretung, wie Polizei und Korporationen (vgl. Hegel 1821, § 157; Herzog 2013a, S. 53).¹

Der Markt der bürgerlichen Gesellschaft dreht sich um die Bedürfnisse der Menschen. Hegels Markt reagiert auf ein *System der Bedürfnisse*, wohingegen bei Smith der Markt die Antwort auf ein *System der Produktion* ist (vgl. Priddat 1990, S. 27). Die menschlichen Bedürfnisse sind von besonderer Bedeutung für die bürgerliche Gesellschaft. Schließlich unterscheidet sich durch sie der Mensch vom Tier. Bedürfnisse können neu entstehen, von außen und innen hervorgerufen werden, sich ändern. Der Mensch ist bedürfnisoffen. Der Markt ist Ausdruck der kooperativen Befriedigung dieser Bedürfnisse und damit von gesellschaftlicher Wichtigkeit (Hegel 1821, § 190, 192; Herzog 2013a, S. 55). Die Entstehung, der Wandel und die Befriedigung der individuellen Bedürfnisse machen eine Struktur notwendig, welche sich stetig auf

¹Priddat führt noch einen vierten Bereich der Hegel'schen Differenzierung der bürgerlichen Gesellschaft auf: die Finanzwissenschaft (vgl. Priddat 1990, S. 23). Diese kümmert sich um die Ordnung des Geldwesens. Sie ist im Bezug auf den Markt für uns von geringerer Bedeutung.

die veränderten Verhältnisse einstellt (vgl. Herzog 2013a, S. 54). Der Markt ist die Struktur, welche dieser Aufgabe am besten nachkommt.

Hegel sieht die Bedürfnisbefriedigung als jenen Teil der bürgerlichen Gesellschaft, der sich im Gegensatz zum Staat und seinem allgemeinen Zweck durch individuelle Interessen definiert. Der Philosoph nennt den Markt nicht beim Namen, sondern umschreibt ihn mit dem Begriff des „Bedürfnisses“ und dem „Mittel“ der „Arbeit“, mit welchem diese „Befriedigung“ finden (vgl. insb. Hegel 1821, § 190 f.). Die Arbeit wird als Instrument beschrieben, mit dem die Bedürfnisbefriedigung erreicht wird. Die Bedürfnisbefriedigung ist, mittels der Arbeit, auf den Einzelnen ausgerichtet. Und hat doch – hier scheint Smiths *unsichtbare Hand* durch – eine positive Gesamtauswirkung:

In dieser Abhängigkeit und Gegenseitigkeit der Arbeit und der Befriedigung der Bedürfnisse schlägt die subjektive Selbstsucht in den Beitrag zur Befriedigung der Bedürfnisse aller anderen um, – in die Vermittelung des Besonderen durch das Allgemeine als dialektische Bewegung, so daß, indem jeder für sich erwirbt, produziert und genießt, er eben damit für den Genuß der Übrigen produziert und erwirbt (Hegel 1821, § 199).

Die individuelle Marktnutzung dient der Gesellschaft. Entsprechend schreibt Hegel dem Markt die Fähigkeit zu, gesamthaften Reichtum zu erzeugen. Gleichzeitig erkennt er dadurch eine Gefahr für die an die „Arbeit gebundenen Klasse“ innerhalb dieser Gesellschaft (Hegel 1821, § 243). Denn die notwendige Flexibilität des Marktes, um auf die Bedürfnisse seiner Teilnehmer einzugehen, führt auf der Ebene der Arbeit zu Unsicherheit, Unstetigkeit, ständigem Wandel. Das Herausfallen aus der Arbeit bedeutet ein Herausfallen aus dem Markt. Dies betrifft neben der materiellen auch die intellektuelle Partizipation an der Gesellschaft (vgl. Herzog 2013a, S. 55). Aus dieser Erkenntnis heraus plädiert Hegel stärker als Smith für Institutionen, die den Markt begrenzen und korrigieren (vgl. Herzog 2013a, S. 56).

Die Bedürfnisoffenheit des Menschen und die eigennützige, aber kooperative Bedürfnisbefriedigung durch den Markt begreift Hegel als tragende Elemente der bürgerlichen Gesellschaft. Aber er betrachtet diesen Mechanismus nicht wie Smith als selbstregulierend und naturgegeben. Für Hegel steht fest, dass der allgemeine Wille in Form des Staates über dem aggregierten Einzelwillen des Marktes steht. Aufgabe des Staates ist es, die Marktprozesse im Zaum zu halten. Der Staat hat folglich einen höheren Status als der Markt, selbst wenn dieser in seinem Rahmen Gemeinwohl stiftet. Die Zufälligkeit des Marktes wird der Bewusstheit eines Gesellschaftsvertrages untergeordnet.

Mit dieser Verhältnisbestimmung zum Markt zeigt sich Hegel als Vertreter des Kameralismus, einer deutsche Ausprägung des Merkantilismus, geprägt durch eine wachstumsorientierte, durch staatliche Partizipation gesicherte Organisation der Wirtschaft (vgl. Priddat 1990, S. 27, 30). Trotz des zentralen Aspektes der individuellen Bedürfnisbefriedigung bleibt das Primat des Staates über den Markt erhalten.

2.5.3.2 Marx

Bei Karl Marx finden sich Hegelsche Marktdeutungen wieder. So wird der Markt als definierendes Element der bürgerlichen („bourgeoisen“) Gesellschaft beschrieben, aber geht darüber hinaus.² Marx bezweifelt, dass sich der Markt der Politik unterordnet. Vielmehr sieht er den Markt als eine schwer zu bändigende, gnadenlose und verselbstständigte Macht. Bilder, denen wir im weiteren Verlauf der Marktaufloadungen wieder begegnen werden.

Den durchschlagenden Erfolg des Marktes führt Marx in Anknüpfung an Hegel auf die Bedürfnisoffenheit des Menschen zurück. Durch sie erhält der Markt laufend Nahrung, wird zu Notwendigkeit. Marx beschreibt die Bedürfnisbefriedigung nicht wie Hegel von Seiten des Individuums, sondern konzentriert sich auf die Angebotsseite der Bedürfnisse. Bei Marx agiert der Markt selbst:

An die Stelle der alten, durch Landeserzeugnisse befriedigten Bedürfnisse treten neue, welche die Produkte der entferntesten Länder und Klimate zu ihrer Befriedigung erheischen. An die Stelle der alten lokalen und nationalen Selbstgenügsamkeit und Abgeschlossenheit tritt ein allseitiger Verkehr, eine allseitige Abhängigkeit der Nationen voneinander (Marx und Engels 1848, S. 466).

Der globale Markt schafft sich seinen Absatz selbst. Er weckt und befriedigt Bedürfnisse, von denen der lokal begrenzte Mensch zuvor nichts ahnte. Wir haben es mit einer Grenzen sprengenden Macht des Marktes zu tun, zu

²Wir referieren zur Marx'schen Position das in Zusammenarbeit mit Friedrich Engels verfasste „Manifest der Kommunistischen Partei“ (1848). Der Aufsatz war eine Auftragsarbeit des Bundes der Kommunisten und ein Aufruf zur Revolution. Im *Manifest* werden Marxens ökonomische, philosophische und politische Ideen, welche er ausführlicher vor und nach dieser Veröffentlichung ausarbeitete, knapp und unter dem Vorzeichen des Umbruchs formuliert. Teile des Dokumentes sind sprichwörtlich geworden (u. a. „Ein Gespenst geht um in Europa ...“ und „Proletarier aller Länder, vereinigt Euch!“). Das Dokument wurde in das UNESCO Weltregister des Dokumenterbes aufgenommen (vgl. Deutsche UNESCO-Kommission 2013).

deren Agenten sich die bürgerliche Gesellschaft gemacht hat. Denn laut Marx verdankt die bürgerliche Gesellschaft ihre dominante Position im 19. Jahrhundert dem Siegeszug der Marktwirtschaft. Die marktliche, freie und private Organisation der Wirtschaft sei ein „revolutionäres Element in der zerfallenden feudalen Gesellschaft“ gewesen. Der Markt³ „drängte [...] alle vom Mittelalter her überlieferten Klassen in den Hintergrund“ (Marx und Engels 1848, S. 463 f.). Damit weist Marx der marktlichen und privaten Wirtschaftsorganisation den Status einer geschichtsverändernden Größe zu. Durch den Markt ist der Adel zurückgeschlagen, die Feudalgesellschaft beendet. Der Markt ist Voraussetzung und Sicherung der bürgerlichen Gesellschaftsordnung.

In Marxens Augen verlieren jene Bourgeoisien nun die Kontrolle über den Markt:

Die bürgerlichen Produktions- und Verkehrsverhältnisse, die bürgerlichen Eigentumsverhältnisse, die moderne bürgerliche Gesellschaft, die so gewaltige Produktions- und Verkehrsmittel hervorgezaubert hat, gleicht dem Hexenmeister, der die unterirdischen Gewalten nicht mehr zu beherrschen vermag, die er heraufbeschwor. Seit Dezennien ist die Geschichte der Industrie und des Handels nur Märkte (Marx und Engels 1848, S. 467).

Sollte der Hexenmeister gedacht haben, er könne den Markt, von dem er in historischem Ausmass profitiert hat, jemals bändigen, wird er eines besseren belehrt. Zwar mag die bürgerliche Gesellschaft die Vorteile und Logiken des Marktes übernommen haben. Aber beherrschen kann sie die zugrunde liegenden, „unterirdischen Gewalten“ nicht. Am Ende ist es nicht die bürgerliche Gesellschaft, sondern der Markt, der regiert. Hier findet eine Umdeutung des von Hegel festgestellten Primats des Staates über den Markt statt: Zwar ist der Markt mit der bürgerlichen Gesellschaft verwoben. Bestimmen oder von politischem Kalkül regulieren lässt er sich aber nicht.

Das ganze Ausmaß dieser Macht des Marktes wird in Marxens Rede von der „kapitalistischen Gesellschaftsordnung“, die sich als Folge der Marktherrschaft etabliert, deutlich. Den Regeln des Marktes sind nicht nur die Wirtschaft (wie bei Smith) und die bürgerliche Gesellschaft (wie bei Hegel)

³Freilich hängt an der bürgerlichen Ökonomie, wie sie Marx beschreibt, mehr als der Markt und der Marktbegriff, den wir behandeln. Insbesondere das Kapital, dessen Ansammlung und Reinvestition, steht im Zentrum der Marx'schen Kritik. Wir betrachten einen Ausschnitt dieser Ökonomie. Einen Ausschnitt allerdings, der in Form des Güter- und Arbeitsmarktes eine wichtige Grundlage dieser Wirtschaftsorganisation darstellt.

unterworfen. Das gesamte Leben dreht sich um den Markt (vgl. Engels 1877, S. 190). Er ist Definiens der bürgerlichen Gesellschaft, schier unüberwindlich, denn er ist eingebrennt in das kollektive Gedächtnis der Bourgeoisie:

Die Menschen machen ihre eigene Geschichte, aber sie machen sie nicht aus freien Stücken, [...] sondern unter unmittelbar vorgefundenen, gegebenen und überlieferten Umständen [...] So übersetzt der Anfänger, der eine neue Sprache erlernt hat, sie immer zurück in seine Muttersprache [...] (Marx 1852, S. 115).

Die marktliche Wirtschaftsorganisation ist für Marx die Muttersprache der bürgerlichen Gesellschaft. Marx prognostiziert als Folge dieser Gesellschaftsordnung schwindende Gemeinschaft und Solidarität (vgl. Herzog 2013b, S. 8), problematisch besonders für die Arbeiter. Bereits Hegel wies auf die Gefahren durch die Schwankungen des Marktes hin. Marx konstatiert gar eine zwangsläufig ausbeuterische Konsequenz der marktlichen Gesellschaftsorganisation. Verdeutlicht wird dies in der Dichotomie zwischen den beiden „einander direkt gegenüberstehenden Klassen: Bourgeoisie und Proletariat“ (Marx und Engels 1848, S. 463). Diese radikale Haltung zum Markt ist vor dem Marx'schen Horizont von Industrialisierung und Manchester-Kapitalismus zu verstehen. Marx steht einer vom Staat weitgehend unregulierten Wirtschaft gegenüber, die unter menschenunwürdigen Bedingungen produziert und verdient. Der verarmenden Arbeiterschaft steht ein kleiner Kreis wohlhabender Besitzer von Produktionsmitteln gegenüber.

Der Markt verliert in der Marx'schen Deutung die Kraft der optimalen, bedürfnisgerechten Verteilung. Diese war bei Smith als natürliche Konsequenz und bei Hegel als gesellschaftliche Funktion des Marktes beschrieben worden. Die Marx'sche Aufladung des Marktes bestätigt zwar die von Hegel festgestellte Rolle für die bürgerliche Gesellschaft. Angesichts des Verlustes des staatlichen Primates über die Ökonomie wird der Markt aber als eigenständige und problematische Macht beschrieben. Moralisches, solidarisches Handeln wird unter den Wettbewerbsbedingungen des freien Marktes verunmöglicht. Diese zwingende Konsequenz marktlicher Organisation führt Marx zu einem Schluss: In einer humanen, gerechten und sozialistischen Gesellschaft kann und darf es keinen Markt geben (vgl. Homann 1990, S. 36). Der Markt wird zugunsten der zentralen Planung ausgeschaltet: Planwirtschaft als Antwort auf die Auswüchse des freien Marktes. Mit weitreichenden Folgen, weit über die technische Änderung des Tausches hinaus.

Diese Folgen klarzustellen hat sich F.A. Hayek auf die Fahnen geschrieben.

2.5.3.3 Friedrich August von Hayek: Der Markt als soziales Phänomen und spontane Ordnung

Der Name des Ökonomen Friedrich August von Hayek (1899–1992) steht Synonym für die positiven Kräfte eines freien Marktes. Hayek argumentierte zeitlebens gegen staatliche Interventionen auf den Märkten – in seiner Sicht ein unzulässiger Übergriff auf eine perfekte Ordnung. Diese Aussage bedeutete in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts nicht nur ein wissenschaftliches, sondern ebenso ein politisches Statement. West und Ost, freie Marktwirtschaft und Planwirtschaft, standen sich unversöhnlich gegenüber. Hayek stand mit seiner Überzeugung der Macht des freien Marktes in fundamentaler Opposition zum planwirtschaftlich-sozialistischen Gesellschaftsmodell. Es verwundert daher nicht, dass wir in der Hayek'schen Marktdeutung Rückgriffe auf Smith und Hegel finden, die kritische Marktdeutung Marxens hingegen scharf zurückgewiesen wird.

Hayek betrachtet den Markt in seinen Funktionen für das Individuum. Er entwirft eine „methodologische Mikroökonomie“ (Schnaas 2011, S. 6), bei der individuell ungeplante Handlungen durch den Marktmechanismus zu einer komplexen, spontanen Ordnung führen. Leitender individueller Anreiz dieses Systems ist die Überzeugung, durch das marktliche Handeln die eigene Lage zu verbessern. Dieser zurückhaltend-eigennützte Akteur erinnert an Smith. Der Marktprozess führt zu Wettbewerb und ist, wo er frei walten kann, ein universell anerkanntes und anwendbares Prinzip (vgl. Hayek 1968, S. 15). Der Markt wird als anthropologische Konstante mit allgemeiner Gültigkeit gedacht und steht, folgt man Hayeks Argumenten, damit nicht zur Disposition. Insbesondere nicht durch politische Erwägungen.

Unangreifbar ist der Markt auch aufgrund seiner Wirkung. Denn die Marktdynamik kommt zu Ergebnissen, die durch Vorschriften oder Regeln nie zu erreichen wären:

[Wettbewerb] stellt eine Art unpersönlichen Zwanges dar, der viele Individuen dazu veranlassen wird, ihr Verhalten in einer Weise zu ändern, die durch keinerlei Anweisungen oder Befehle erreicht werden könnte (Hayek 1968, S. 15).

Hayek sieht den Markt als soziales Phänomen, dem mit szientistischer Logik, politischer Regulierung und Verboten nicht geholfen ist (Schnaas 2011, S. 7). Markt und Wettbewerb sind Koordinationsmechanismen, die außerhalb politischer Steuerbarkeit stehen. Der Markt – eine weitere Überschneidung

mit der Smith'schen Marktdeutung – ist ein universeller, sozial vermittelter Mechanismus, und dadurch eine natürlich gegebene Ordnung. Dieses Verständnis des Marktes als natürliche Instanz wird im nachfolgenden Zitat deutlich, in dem Hayek seine Vorbehalte gegenüber dem Sozialismus begründet:

Ja es kann wohl gesagt werden, daß der ganze Sozialismus auf nichts anderes hinzielt als darauf, daß die Katallaxie, wie ich, um den Ausdruck Wirtschaft zu vermeiden, die Marktordnung gerne nenne, in eine echte Wirtschaft verwandelt werden soll, in der eine einheitliche Wertskala darüber entscheidet, welche Bedürfnisse befriedigt werden sollen und welche nicht (Hayek 1968, S. 7).

Eine Katallaxie ist ein menschlich geschaffener, aber unwillkürlicher Mechanismus, der kulturelles Wissen transportiert (vgl. Hoppmann 1999, S. 149). Der Markt ist für Hayek eine solche Katallaxie: eine Sozialtechnik zur Bedürfnisbefriedigung über Angebot und Nachfrage. Die Bedürfnisbefriedigung als zentrale Marktfunktion (wieder Hegel) ist dabei strukturell offen, also ebenso wenig wie der Markt selbst regulierbar. Den Markt auszuhebeln, und das versteht Hayek hier unter Sozialismus, bedeutet, den Erkundungsprozess der Bedürfnisse auszuhebeln und damit notwendigerweise die Bedürfnisse selbst festzulegen. Hier wird deutlich, dass der Markt durch den Wettbewerb seine Gegenstände selbstständig regelt:

[...] welche Güter knapp, oder welche Dinge Güter sind, oder wie knapp oder wertvoll sie sind, ist gerade einer der Umstände, die der Wettbewerb entdecken soll: es sind jeweils die vorläufigen Ergebnisse des Marktprozesses, die den einzelnen sagen, wonach zu suchen es sich lohnt. Die Nutzung des weit verstreuten Wissens in einer Gesellschaft mit fortgeschrittener Arbeitsteilung kann nicht darauf beruhen, daß die einzelnen alle die konkreten Verwendungen kennen, die von den Dingen in ihrer Umgebung gemacht werden können (Hayek 1968, S. 7).

In diesem Sinne versteht Hayek den marktlich vermittelten „Wettbewerb als Entdeckungsverfahren“ – titelgebende Erkenntnis einer seiner bekanntesten Aufsätze (Hayek 1968). Die einzelnen Teilnehmer des Marktes sind *a priori* unwissend. Die Unvorhersehbarkeit des Marktgeschehens für den Einzelnen ist durch die Bedürfnisoffenheit der Teilnehmer bedingt. Die dafür notwendige Freiheit ist für Hayek Ziel des Marktes und zentrales Argument gegen die sozialistische Wirtschaftsorganisation (vgl. Hayek et al. 1988).

Durch das Entdeckungsverfahren des Marktes wird den Akteuren kollektives Wissen zugänglich. Dieses besteht in der Erkenntnis, was gefragt und notwendig ist, und vollzieht sich, indem „[...] der Markt sagt, welche

Art von Gegenständen und Leistungen verlangt werden und wie dringlich“ (Hayek 1968, S. 7). Der Markt als Struktur und der Wettbewerb als Vorgang ermöglichen die Entdeckung von jenem Unbekannten, welches ohne Markt und Wettbewerb nicht planvoll angesteuert werden könnte. Die Teilnehmer des Marktes erfahren von den Erfolg versprechenden Gegenständen des Marktes und passen ihr Verhalten entsprechend an. Der Markt bringt und fügt Bruchstücke von Wissen zusammen. Gleichzeitig wird nicht nur Wissen generiert, sondern auch Fehler und Fehleinschätzungen korrigiert (vgl. Wohlgemuth 2008, S. 37). Die kollektive Entdeckung und nachfolgende Ansteuerung des Neuen führen schließlich zum Entstehen jener „[...] Ordnung, die der Markt herbeiführt [...]“ (Hayek 1968, S. 8).

Diese Ordnung ist spontan und ungeplant, denn sie bildet die jeweilige Nachfrage als Abbild akuter Bedürfnisse anderer Teilnehmer ab. Durch die anhaltende Wiederholung des marktlichen Handelns wird die Kontingenz dieser spontanen Ordnung überwunden (vgl. Schnaas 2011, S. 8). Sie wächst und beinhaltet dann auch Organisationen und Vereinigungen, sofern diese ein effizienteres, besseres Agieren innerhalb des Marktes ermöglichen (vgl. Hayek 1988, S. 37).

Zwei Punkte der Hayek'schen Marktdeutung sind für die weitere Beschreibung von besonderer Bedeutung.

Erstens, der Markt als universelles, soziales Phänomen, auf dem sich Angebot und Nachfrage begegnen (vgl. Vanberg 2002, S. XII). Der Markt ist eine natürlich gegebene, soziale Struktur. Mit Hayek ist er damit schwerlich außerhalb seiner sozialen Einbettung – „entkoppelt“ – zu beschreiben. Die Marx'sche Beschreibung von der Marktmacht, deren Bändigung seinen Akteuren entgleitet, kann daher für den Hayek'schen Markt nicht gelten.

Zweitens, die spontane Ordnung des Marktes. Im marktlichen Wettbewerb werden durch Wissensaustausch Bedürfnisse ermittelt und befriedigt. Dies bewirkt eine spontane Ordnung, universell einsetzbar und überall gleichermaßen effizient. Diese Universalität bewirkt, dass der Marktmechanismus nicht auf die Ökonomie beschränkt bleibt. Dies zeigt sich am Begriff der Wettbewerbsgesellschaft: „Die moderne Gesellschaft ist eine Wettbewerbsgesellschaft. Ihr Kennzeichen ist es, dass [...] in ausnahmslos allen [...] gesellschaftlichen Funktionssystemen auf wettbewerbliche Strukturen gesetzt wird“ (Pies 2001, S. 1). Zwar entkoppelt sich der Markt nicht aus seinem sozialen Kontext, es entsteht kein eigenständiges eingeschlossenes Drittes, aber der Markt entledigt sich seiner Begrenzung auf die Ökonomie. Eine Wahrnehmung, dass der Markt an bestimmten Stellen unangemessen sein könnte (vgl. Lukes 2014, S. 491 ff.), lässt sich aus Hayek'schen Marktdeutung heraus nicht anstellen. Denn dies käme einer oktroyierten Bedürfnisdefinition und damit

einer Einengung gleich. Die Freiheit, das Leitmotiv Hayeks, wäre nicht mehr gewährleistet. Stattdessen gilt es, im Spiel des Wettbewerbs die angemessene spontane Ordnung entstehen zu lassen. Überall.

2.5.4 Neuere Marktdeutungen: Zwischen Entgrenzung und Ethisierung

Die neuere wissenschaftliche Beschäftigung zum Thema Markt differenziert sich aus. Komplexe Modelle beschreiben die technische Dimension des Austausches, treffen Vorhersagen zur Marktentstehung, Marktentwicklung und Marktstabilität.⁴ Neben den technischen, berechnenden Aspekten wird auch weiterhin die Verhältnisbestimmung zwischen Markt und Gesellschaft beforscht. Entsprechende Beschreibungen des Marktes finden sich in den Bindestrichdisziplinen der Ökonomie, in der Wirtschaftsethik, der Wirtschaftssoziologie, auch der Religionsökonomie. Hier werden Funktionen der Wirtschaft erforscht, die über den technischen Austauschprozess hinausweisen.⁵

Die solchermaßen kultur- und sozialwissenschaftlich angereicherte Marktdeutung lässt sich als Meta-Diskurs über die vorangegangenen Marktdeutungen lesen. So taucht die Frage der gesellschaftlichen Eigenständigkeit oder Einbettung des Marktes auf, verbunden mit den jeweiligen Auswirkungen auf gesellschaftliches Heil oder Unheil. Aufgearbeitet wird dies einerseits in Abgrenzung zu Markt und Ökonomisierung, andererseits durch affirmative Marktdeutungen.

Kritische Betrachtungen beanstanden mangelnde Werte innerhalb des Marktgeschehens. Entkopplung und Abstraktion des Marktes, ein Virtualisieren und Entfernen vom Menschen werden als Wurzeln des Problems beschrieben. Man erblickt einen Markt, der sich im ethischen Vakuum zu befinden scheint: Er macht, was er will.⁶ Im Lichte der Geistesgeschichte der

⁴Vgl. z. B. die Forschung von Alvin E. Roth und Lloyd S. Shapley (Wirtschaftsnobelpreis 2012), die sich mit der Stabilität von Allokationsmechanismen und der Entwicklung von Märkten beschäftigt (vgl. Sveriges Riksbank 2012).

⁵Die soziale Prägung des Marktes, wie sie von Smith, Hegel, Marx und Hayek konstatiert wurde, die Aufladungen und Einbettungen des Marktes, werden in die Modellbildung der Wirtschaftswissenschaft mit einbezogen. Hier wird deutlich, dass auch in der neueren Forschung das „außerkapitalistische[] Material“ (Thomä 2009) des Marktes eine wichtige Rolle spielt. Die klassische Wirtschaftswissenschaft bedient sich dieser Erkenntnisse, um zu einer dichteren Beschreibung ökonomischer Handlungen zu gelangen.

⁶Einschlägig dazu sind wirtschaftsethische Studien der Kirchen, wie beispielsweise der EKD 2009 (Kirchenamt der EKD 2009) als Reaktion auf die Finanzkrise. Aber auch marxistische Beiträge kritisieren die ökonomischen Missstände und führen diese auf das System (allzu) freier, entkoppelter und dadurch wertefreier Märkte zurück (vgl. dazu die Übersicht bei Honneth 2014).

verschiedenen Marktdeutungen erinnert dieser Diskurs an die aristotelische Warnung vor der Eigendynamik einer Wirtschaft, die sich aus der Einbettung der Agora gelöst hat.

Jürgen Werner sieht über die Entbettung hinaus den Marktbegriff gar als eine Universalformel, einen Sammelbegriff gegenwärtiger Weltbeschreibung. Die Akteure unter diesem Stern des Marktes versteht er als eine „[...] Ansammlung von tauschbereiten und nutzungsgesteuerten Subjekten, welche die entscheidenden Aspekte des Leben über das Verhältnis von Angebot und Nachfrage aushandeln“ (Werner 2014, S. 169). Werners Diagnose kritisiert die Reduktion auf die Effizienz und damit den Ausschluss jener Aspekte aus dem Leben, die vom Markt nicht umfassend abgedeckt werden können: Liebe, Selbstverwirklichung und alles, das nicht auf einem messbaren Parameter zurückgeführt werden kann.

Das Eindringen des Marktes in alle Themen des Lebens wird als Ökonomisierung, gar Ökonomismus kritisiert (Kirchgässner 2007). Der Markt ist, wenn er auf die Ordnung der Ökonomie beschränkt bleibt, ein Produkt gesellschaftlichen Lebens und diesem untergeordnet. Mit einem übergreifenden Markt kehrt sich dieses Verhältnis um. Der Markt produziert nun Gesellschaft: „Building markets is one of the most ordinary ways to produce society“ (Geiger et al. 2014, S. 1). Diese Entwicklung zeigt sich in verschiedensten Bereichen des Lebens. Wir stellen nachfolgend einige Beispiele aus der Politik, der Kirche und dem studentischen Feiern vor.

So zeigt sich dieses Marktverständnis an subtil geänderten Bezeichnungen. Der Bürger wird bei mancher Behörde als „Kunde“ bezeichnet, amtliche Vorgänge entsprechend von einem „Kundenservice“ bearbeitet (Kreis Ostholstein 2000). Folgerichtig stellt die Hansestadt Hamburg komplett von „Bürger“ auf „Kunde“ um:

Die Kundenzentren der Freien und Hansestadt Hamburg sind für Melde- und Ausweisangelegenheiten zuständig. Sie sind Bestandteil des Einwohnermeldewesens und ersetzen ‚Meldeamt‘, ‚Bürgeramt‘ und ‚Bürgerzentrum‘ (Politik & Verwaltung der Freien und Hansestadt Hamburg 2012).

Durch die Namensänderung wird die Passbeantragung vom bürgerrechtlichen Vorgang zum städtischen Service. Vom Bürger zum Kunden, vom Staat zum Dienstleister. Das zuvor beschriebene, von der Politik zum Markt gewechselte gesellschaftliche Primat wird hier wortgetreue Realität. Problematisch an dieser Markt-Orientierung ist der kategoriale Unterschied zwischen einem *Kunden* und einem *Bürger*. Erster definiert sich durch seinen Konsum. Letzter ist Konstituente eines demokratischen Gemeinwesens.

Bürgerrechte sind weitreichender als Kundenrechte. Und in der Regel werden Kunden nicht dazu gezwungen, bestimmte Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen – wer zahlt schon gerne seine Steuern. Außerdem sind Sonderangebote beim Finanzamt äußerst selten zu ergattern.⁷

Indem sich die staatliche Verwaltung semantisch auf die Marktsystematik einlässt, öffnet sie sich dem Vergleich mit anderen Dienstleistern, misst sich mit ihnen auf gleicher Ebene. Obwohl dies – siehe Finanzamt – in vielen Bereichen weder logisch aufgeht noch positive Auswirkungen schafft.

Die holzschnittartige Verschreibung auf marktliche Ziele zeigt sich auch im Bereich Religion: die Studie FAKIR, Finanzanalyse Kirchen, im Auftrag des Schweizerischen Nationalfonds. Die Ausgangsfragen der Studie:

Welcher Wert an sozialen Dienstleistungen und Angeboten steht den Ausgaben der Öffentlichkeit für die Kirchen gegenüber? Welche Angebote der Kirchen sind der Bevölkerung wichtig? Wie gross ist der Nutzen, den sie aus diesen Angeboten schöpft? Wie verhalten sich Kosten und Nutzen in einer gesamtgesellschaftlichen Betrachtung? (Marti et al. 2010, S. 2).

Kirche als Marktgegenstand, bewertet unter Kosten-Nutzen-Aspekten. Alle Leistungen der Kirchen werden *eingepreist*, in Bezug zu Kirchensteuern gesetzt, Gemeinnützigkeit und Sozialbilanzen betrachtet, am Schluss eine „tendenziell positive Bilanz“ gezogen (ebd.: 12). Zum Glück für die kirchensteuerfinanzierten Institutionen. Das Fazit der Autoren: Karitative und sozialdiakonische Leistungen garantieren gesellschaftlichen Pay-off, auch wenn offengelassen wird, ob „die öffentlichen Mittel bei einer anderen Verwendung allenfalls einen noch höheren Nutzen stiften“ könnten (ebd.: 53). Das ist ungefilterte Marktsystematik ohne Rücksicht auf den beschriebenen Gegenstand – der Markt als absolute Norm.

Die normierend-ethische Qualität des Marktes erreicht mit den umfassenden Möglichkeiten elektronischer Vernetzung neue Höhen. Für die Nutzer von Facebook, Google oder Apple ist es praktisch nicht mehr ersichtlich, in welcher Rolle sie sich gerade befinden, welche Rolle der Markt in ihrer Interaktion gerade spielt. Wo hört der Privatmensch auf, wo beginnt der Marktmensch? Wie die nachfolgenden Beispiele zeigen, ist dies einfach zu beantworten: Es gilt uneingeschränkt das System des Marktes.

⁷ Bestimmte Kantone in der Schweiz bilden freilich die Ausnahme. Dort wird das Marktprinzip konsequent auf die Steuerpolitik angewendet: Steuerwettbewerb heisst hier das Stichwort. Einzelne Kantone verhandeln mit wohlhabenden Personen individuelle, teils einmalige Steuerzahlungen, damit sie ihren Wohnsitz am entsprechenden Ort nehmen.

An den klassischen Orten des Marktes ist die Rolle des Akteurs klar: Konsument und Marktteilnehmer wird man durch die physische Präsenz auf dem Wochen- oder Supermarkt. Beim Gang durch den Supermarkt lautet der Modus: Einkaufen. Beim Tablet-Surfen auf der heimischen Couch wird dieser Modus hingegen unklar. Der Besuch des Online-Warenhauses ist noch vergleichsweise deutlich. Die Informationen zum ersehnten neuen Fernseher werden als potenzieller Kunde aufgerufen. Aber schon die darauffolgende Stippvisite im sozialen Netzwerk und die anschließende E-Mail-Kommunikation verwischen die Grenzen. Der Nutzer fühlt sich als Privatmensch, ist aber faktisch Gegenstand des Marktgeschehens: Der Chat mit Freunden wird ebenso analysiert wie die *Likes*, wie lange auf verschiedenen Neuigkeiten oder Profilseiten verweilt wird und wo es als Nächstes hingehet. Entsprechend wird Werbung angezeigt, die passend erscheint (vgl. Klein 2015). Sofort nach dem Absenden einer E-Mail scannt der Suchalgorithmus des Free-Mail-Providers den Inhalt und zeigt beim nächsten Log-in ein dem Inhalt angepasstes Produkt an (vgl. Gibbs 2014). Im Namen des besten Services wirft der Markt neugierige Blicke in die Privatsphäre. Jede elektronisch getätigte Äußerung wird hinsichtlich ihres Vermarktungspotenzials untersucht. Der Nutzer, kommuniziert, liest und unterhält sich ohne Konsumabsicht, und ist doch die gesamte Zeit Gegenstand einer ausgeklügelten Vermarktungsstrategie.

Das Münchner Start-up *Partyguerilla* zieht diese im virtuellen Raum erprobte Verschleierung des Marktes in die Realität. Unter dem Motto „WG Partys für alle“ kann sich der Gastgeber mit einem Konzept bewerben. Wird die Feier ausgewählt, liefern Markenhersteller kostenlos Getränke. Die Idee dahinter: Im privaten Rahmen, auf Einladung eines Bekannten wirkt eine Marke besonders positiv und glaubwürdig. Der geschützte Rahmen führt zu besonderer Markenbindung. Die Gäste wähnen sich privat, sind aber tatsächlich als Kunden beim Feiern. *Partyguerilla* sucht zielgruppengenaue passende Gastgeber (bzw. lässt sich deren Bewerbungen zukommen). Ein Vertreter des Unternehmens ist dann jeweils bei den Feiern anwesend und kontrolliert, ob die Angaben stimmen, richtet die Getränke ansprechend an, legt nach usw. Das Sponsoring wird nicht verheimlicht, explizit darauf hingewiesen wird aber nicht (Partyguerilla 2013). Alle gewinnen: der Gastgeber, der sich die Markengetränke sonst nicht leisten könnte. *Partyguerilla*, die für den zielgruppengenaue Zugang ins Privatleben entlohnt werden, und natürlich die Getränkehersteller, die von einer im freundschaftlichen Rausch geformten Bindung an ihre Produkte profitieren. Eine wettbewerblich normierte WG-Feier, der absolute Markt im Zentrum studentischer Hochstimmung. Die Getränkehersteller lassen sich nicht lumpen und spendieren reichlich.

Der Markt schafft sich seine Politik, seine Kirche, seine Partys.

Befürchtet und abgelehnt wird, wenn sich der Markt entgrenzt, Einfluss nimmt und ökonomische Theorie auf den jeweiligen Bereich abfärbt. Gefordert wird, Eigenlogiken zu akzeptieren und umgekehrt den Eintrag von geistes-, kultur- und sozialwissenschaftlichen Logiken in den ökonomischen Diskurs zu ermöglichen (vgl. Dommann 2011). Hier spiegelt sich die Marx'sche Deutung des verselbstständigten Marktes, aus dessen Klauen es sich zu befreien gilt.

Auf der anderen Seite: affirmative Marktdeutungen, gute Auswirkungen für alle Beteiligten. Diese positive Natur des Marktes und seines Wettbewerbs findet sich beispielsweise bei Amartya Sen. Hier wird die Hayek'sche Verknüpfung von freiem Markt und freiem Menschen weiterentwickelt. Sen knüpft Kooperation und gesellschaftliche Entwicklung an eine Marktorientierung, betrachtet das Bestehen eines freien Marktes als gesellschaftliches Grundrecht:

We have good reasons to buy and sell, to exchange, and to seek lives that can flourish on the basis of transactions. To deny that freedom in general would be in itself a major failing of a society (Sen 2000, S. 112).

Mit dem Ökonomen Sen deutet sich der Kern positiver Marktdeutungen an. Die deutlichste Affirmation des freien Marktes kommt aus der Wirtschaftswissenschaft. Dies darf nicht als normative Haltung missverstanden werden. Vielmehr ist dies logische Konsequenz der paradigmatischen Ausrichtung *marktwirtschaftlicher* Wirtschaftswissenschaften. Schließlich steht der freie Markt im Zentrum dieser Wissenschaft. Die empirische Berechtigung dazu liefert das gescheiterte Gegenmodell: Das Ende der Planwirtschaft und das Scheitern des Sozialismus verfestigen die Überzeugung, dass der Markt *einfach Sinn macht*. Auch mit Blick auf das Wohlstandsniveau. Und zwar so nachhaltig, dass er als Tausch- und Allokationsmechanismus alternativlos erscheint. Die solchermaßen geschulten Akteure der Ökonomie perpetuieren diese Überzeugung in die ökonomische Praxis. Die Aufladung des Marktes und dessen Konstruktion als eigenständiges Drittes stehen damit auf einem festen Fundament.

Über seine technische Alternativlosigkeit hinaus wird der Markt zum Maßstab von Gut und Böse erkoren. Folgerichtig wird eine „Ethik des Wettbewerbs“ konstatiert, welche als „Musterbeispiel für ein Konzept der ‚System-Ethik‘“ (Lütge 2014, S. 29) allen Teilnehmern zum Wohle gereicht. Dem Wettbewerb wird die doppelte Funktion zugeschrieben, zwischen der Leistung vieler, „die sich gegenseitig Konkurrenz machen und damit dem

Wohl aller dienen“ (Lütge 2014, S. 29) und individuellem Anreiz zu vermitteln. Die Hayek'sche Forderung nach der Auflösung der Schranken des Wettbewerbs wird konzipiert auf ein Mehr des Wettbewerbs gebracht:

Wettbewerb ist mehr als ein ökonomisches Konzept und ist nicht spezifisch an ökonomische Mechanismen und Märkte im engeren Sinn gebunden. Es handelt sich um einen allgemeinen Problemlösungsmechanismus, der in seiner vollen Leistungsfähigkeit gewürdigt werden sollte (Lütge 2014, S. 138).

Der Markt wird damit selbst zur Ethik, zu einer normativen und ins Gute gerichteten Handlungsanweisung mit universeller Gültigkeit.

Die neueren Marktdeutungen bauen auf den geistesgeschichtlichen Deutungen auf, Aufladungen, die auf Smith, Marx oder Hayek rekurrieren. Wenn dem Markt eine eigenständige, von gesellschaftlichen Funktionen abstrahierte Aufladung zugeschrieben wird, gehen diese allerdings über die bekannten Deutungen aus der Geistesgeschichte hinaus. Hier findet der Übergang vom Markt als Schwelle zur Marktvergötterung statt. Diese beiden Formen des Eigenständigen Dritten des Marktes vertiefen wir in den folgenden Abschnitten.

2.6 Zusammenfassung: Verhältnisbestimmungen zwischen Markt und Gesellschaft

Die Verhältnisbestimmung zwischen Markt und Gesellschaft beschäftigt die Denker seit der Antike. Die antike Agora steht zunächst als Platz der Begegnung ohne ein ausdrückliches Primat. Hier kommen Politik, Kunst und Wirtschaft zusammen (s. Abschn. 2.3). In der weiteren Entwicklung beobachten wir eine Loslösung aus dieser gesellschaftlichen Einbettung. Der Markt wird zur eigenständigen Sphäre, mit eigener Teleologie und metaphysischen Elementen. Dabei sind kritische Töne – wie die Ausführungen Marxens – nicht zu überhören. Aus dieser losgelösten Position schließlich wird der Markt zur Kraft, die gesellschaftliche Veränderungen bewirkt, stilisiert. Zuvor vom Markt losgelöste Bereiche werden nun unter seinem Vorzeichen verändert. Die Auseinandersetzung um das gesellschaftliche Primat des Marktes beginnt (s. Abschn. 2.5). Diese Verhältnisbestimmung zwischen Markt und Gesellschaft und deren Wandel werden in Abb. 2.1 verdeutlicht.

Vom Einzelaspekt gesellschaftlichen Lebens über den eigenständigen Bereich hin zum gesellschaftlichen Primat ändert sich das Verhältnis des Marktes zur Gesellschaft.

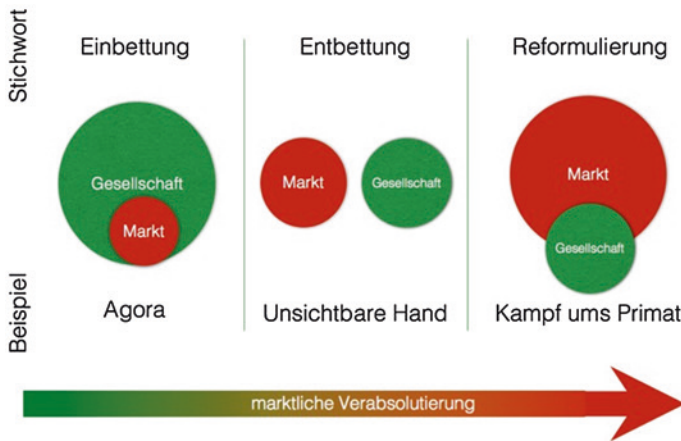


Abb. 2.1 Verhältnisbestimmungen zwischen Markt und Gesellschaft. (Eigene Abbildung)

Für die nachfolgenden Kapitel, in denen wir die Aufladungen des Marktes bis hin zu seiner Vergötterung nachzeichnen, ist diese Entwicklung maßgeblich. Je eigenständiger sich der Markt zu der ihn hervorbringenden Gesellschaft verhält, desto höher erscheint sein Potenzial zur rhetorischen Vergötterung.

"Der Markt" existiert nicht
Aufklärung gegen die Marktvergötterung
Seele, P.; Zapf, L.
2017, XXIII, 122 S. 10 Abb., Hardcover
ISBN: 978-3-662-53939-2