

# Kritik der bürgerlichen Wissenschaft

## Markt und Preis in der VWL

Auf keine Errungenschaft dieser Wirtschaft sind Wirtschaftsprofessoren so stolz wie auf den „Marktmechanismus“. Mit der Konstruktion des Schnittpunktes zweier Geraden und der Interpretation dieses Kunstwerks begründen sie wissenschaftlich ihre gute Meinung über die Marktwirtschaft: keine vom Staat gelenkte Entscheidung, freie Konsumwahl, persönliche Freiheit, Effizienz und Wohlfahrt usw. Diese Ideologie führen sie über Fragestellungen ein, die sie als Grundprobleme jeder Wirtschaft verstanden wissen wollen, um dann den Marktmechanismus als beste Lösung zu präsentieren.

### „Die Aktivität von Millionen von Wirtschaftssubjekten koordinieren“ – ein Scheinproblem als Einstieg

*„Das Kernproblem besteht in der Frage, wie die wirtschaftliche Aktivität von Millionen von Wirtschaftssubjekten so koordiniert werden kann, dass der institutionelle, zeitlich und räumlich getrennt ablaufende, arbeitsteilige und hochspezialisierte Wirtschaftsprozess nicht nur möglichst reibungslos funktioniert, sondern auch möglichst effizient ist.“ (Lampert, Die Wirtschafts- und Sozialordnung, S. 24)*

Mittels einer falschen Abstraktion erzeugt LAMPERT hier das beabsichtigte Erstaunen. Er sieht zielstrebig von allem Inhalt der „Aktivitäten“, die er sehr wohl kennt, ab und sieht in ihnen nur noch eine sehr große Zahl, um sich dann die scheinbar praktische Frage zu stellen, wie diese Vielen wohl reibungslos und effektiv zusammenpassen konnten, wo sie doch so viele sind.

Die näheren Spezifikationen, von denen er sich jede Menge einfallen lässt, um die Schwierigkeit aufzuplustern und um Koordinationsbedarf in die Welt zu setzen, belegen allesamt das Gegenteil. Der „Wirtschaftsprozess“ ist „arbeitsteilig“, ja sogar „hoch spezialisiert“. Denken soll man sich dabei, dass alle Leute etwas Verschiedenes machen, jeder wurschtelt vor sich hin und entfaltet seine höchst eigene wirtschaftliche Aktivität, deretwegen man sich als nächstes fragen soll, wie diese Zersplitterung wieder sinnvoll zusammenzufassen, also zu koordinieren wäre. Bloß: Wenn zwei sich eine Arbeit aufteilen, dann sind ihre Tätigkeiten von Anfang an zusammenhängende Arbeiten, die deshalb auch nicht extra koordiniert zu werden brauchen. So blöd, dass der eine aufs Geratewohl dieses oder jenes macht, ist nun wirklich niemand.

Und überhaupt: Dass die Tätigkeiten zeitlich und räumlich getrennt ablaufen, ist ja wohl eine Selbstverständlichkeit und keine Quelle weiterer Schwierigkeiten. Wäre es wirklich einfacher, alles zur selben Zeit und am selben Ort abzuwickeln? Auf solche Einfälle kommen nur Leute, die „möglichst effizient“ für eine Steigerung von „möglichst reibungslos“ halten.

### „Abstimmung zwischen Produktion und Bedarf durch den Preis“ – der Preis leistet ganz unmögliche Dienste

Scheinbar näher am ökonomischen Geschehen als der vorherige Ökonom, der die große Zahl von Wirtschaftssubjekten für ein Argument hält, bewegt sich der Ökonomieprofessor GAHLEN, wenn er von Produktion und Bedarf spricht:

*„Die Abstimmung der Produktion mit dem Bedarf oder den Wünschen anderer Wirtschaftssubjekte erfordert also einen dauerhaften allseitigen Informationsaustausch. Dabei kann die Information verschieden sein: Anweisung einer zentralen Planungsbehörde, langfristig gesicherte Aufträge eines Großabnehmers oder Marktpreise. Irgendeine Regelung des Informationsflusses benötigt jedoch jedes Wirtschaftssystem.“ (Gahlen u.a., Volkswirtschaftslehre, S. 25).*

Zwischen Produktion und Bedarf gibt es nichts abzustimmen: Wenn der Zweck der Produktion die Befriedigung des Bedarfs sein soll, dann folgt auf die Feststellung der Bedürfnisse die Erzeugung der Güter, die sich zu ihrer Befriedigung eignen. Allenfalls können einige der gewünschten Gebrauchswerte nicht oder nicht in ausreichender Menge hergestellt werden. Mittel, hier: Produktion, und Zweck, hier: Bedürfnisbefriedigung, verhalten sich nicht wie zwei Pole zueinander, die einander anzugleichen wären. Die Eigenart von Mittel und Zweck ist es, dass das Mittel dem Zweck untergeordnet ist.

Andererseits: Wenn man sich vorstellen wollte, dass die Produktion ein anderes Ziel verfolgt als die Erfüllung der Wünsche, welche die Leute haben, bleibt Bedürfnisbefriedigung ein frommer Wunsch. Der Bereich, der die Mittel zur Versorgung mit Gütern für alle zur Verfügung stellen könnte, gehorcht ja erklärtermaßen einem anderen Zweck. Es ist ein Widerspruch, der Produktion einen von Bedürfnisbefriedigung verschiedenen Zweck zuzuschreiben, und dann zu fordern, dass die Produktion dabei aber die Wünsche zufrieden zu stellen habe.

Wenn Volkswirtschaftslehrer Produktion und Bedarf dauerhaft aufeinander abstimmen wollen, geben sie kund, dass ihnen die einfachen Bestimmungen von Produktion und Bedarf egal sind. Sie haben Höheres im Sinn: Produktion und Bedarf sind von vornherein zurechtdefiniert als Pole eines Abstimmungsproblems. Als solche Pole kennen Volkswirte einen grenzenlosen Bedarf und daran gemessen *immer* beschränkte Produktionsmöglichkeiten (*zur Konstruktion dieses Knappheitsproblems siehe SHZ Nr.1, April 2002*).

Nun argumentieren sie: Weil Produktion und Bedarf nicht zueinander passen, müssen sie passend gemacht werden. Wieso denn? Es handelt sich bei der vorgeführten Begründung um keinen Schluss. Das „müssen“ verdankt sich lediglich einer moralischen Forderung. Das Gemälde eines Missverhältnisses zwischen Produktion und Bedarf ist nur deshalb gezeichnet, um das Anliegen Koordination ins rechte Licht zu rücken.

Die Lösung des erfundenen Koordinationsproblems soll ein „allseitiger Informationsaustausch“ zwischen Produktion und Bedarf sein. Alle drei angeführten Varianten zeichnen sich allerdings nicht durch Information und deren Austausch aus:

- Fall 1: Das Wesentliche an der Anweisung einer zentralen Planbehörde ist nicht, dass eine Institution die andere informiert, sondern sie auf ein bestimmtes Tun verpflichtet. Wo der Ökonom einen Informationsaustausch entdeckt, liegt das Verhältnis von Anweisung und Ausführung vor.
- Fall 2: Wenn ein Unternehmer einem andren einen Auftrag erteilt, kommt es ebenfalls nicht darauf an, dass Mitteilungen hin- und herwechseln, sondern darauf, welchen Inhalt diese haben. An den Konditionen, die sich die Vertragspartner einräumen, entscheidet sich nämlich das Geschäft. Nicht auf Information haben sie es abgesehen, sondern auf den in Heller und Pfennig zählbaren Vorteil. Dieser besteht für den Auftragnehmer im möglichst großen Erlös für seine verkauften Produkte, für den Auftraggeber im billigen Einkauf von Produktionsmitteln oder Handelsartikeln. Der Ökonom hat es auf die Sicht dieses Auftrags als Informationsaustausch abgesehen.
- Fall 3: Der Preis. Hätten Sie's gewusst, dass auch der Preis Informationsaustausch ist? Der Preis ist die Information, was produziert und was konsumiert werden soll. Der Regen sagt dem Gras, dass es wachsen soll. Information ist nicht die Allgemeinheit von Preis und Regen. Auf den Einfall, dass Preis und Regen „Information“ sind, kommt man anders als durch die Analyse der Sachen. Der Trick, dem Preis die Informationsfunktion anzuhängen, funktioniert wie folgt: Man definiere einen Dienst, den die Information alias Regelung zu leisten habe: die Koordination von Produktion und Bedarf. Man suche zweitens einen Gegenstand, dem man diese Informationsaufgabe zuschreiben will. Der Wahrheitsbeweis braucht nicht angetreten zu werden; denn ist nicht die Existenz des Gegenstandes Beweis genug, dass es sich so verhält? Wozu bräuchte es denn sonst einen Preis? Als Quasibeweis entfaltet man eine ganze Sichtweise des Preises als Koordinationsmechanismus zwischen Produktion und Bedarf; das so entworfene Bild des Preises ersetzt die Beschäftigung mit dem Faktum Preis. Nur die Wörter erinnern noch an die ökonomischen Gegenstände, und bei der Wortwahl ist Sorgfalt geboten.

## **„Angebot und Nachfrage“ – die Konstruktion von orientierungslosen Angebots- und Nachfragewillen**

Dass es bei dem durch den Marktpreis zu lösenden Abstimmungsproblem um Bedürfnis im Sinne eines Wunsches und um Produktion im Sinne eines Produktionsverfahrens ginge, dementiert ein anderer Ökonom, wenn er vom selben Abstimmungsproblem als Abstimmung zwischen Angebot und Nachfrage handelt:

*„In jeder Volkswirtschaft ist unabhängig von der bestehenden Wirtschaftsordnung die Frage zu lösen, auf welche Weise eine Abstimmung zwischen Angebot und Nachfrage herbeigeführt werden soll (volkswirtschaftliches Koordinationsproblem). In marktwirtschaftlich ausgerichteten Volkswirtschaften erfolgt diese Koordination durch den Preismechanismus.“ (Henrichsmeyer u.a., Einführung in die Volkswirtschaftslehre, S. 21)*

Ökonomen wollen sich Angebot (= Produktion) und Nachfrage (= Bedarf) als zwei auf Gütermengen gerichtete Interessen vorstellen, die es einander anzupassen gilt – immer und überall: A hat etwas für B (= Angebot), B will etwas von A (= Nachfrage). Die gewollte Namensgleichheit mit Angebot und Nachfrage, die es gibt, sollte nicht dazu verleiten, diese mit dem wirklichen Angebot und der wirklichen Nachfrage zu identifizieren. Nicht „Mengen“, sondern Waren werden da angeboten und nachgefragt. Dabei ist der Preis weder ein Mechanismus zur Koordination noch ein Bestimmungsfaktor für Angebots- und Nachfragemengen. Auf dem wirklichen Markt macht der Preis den Inhalt von Angebot und Nachfrage aus. Der Anbieter will einen Preis erzielen, der als Mittel der Vermehrung seines Eigentums taugt. Der Nachfrager muss den geforderten Preis entrichten, um an einen Gegenstand des Bedürfnisses oder an ein Produktionsmittel heranzukommen.

Während der Preis für den Anbieter die Instanz ist, welche die Transaktion zum Geschäft macht, ist für den Nachfrager der Preis entweder die Besiegelung seiner Armut oder Vorschuss für ein Geschäft. Im VWL-Konzept dagegen soll der Preis die Aufgabe erfüllen, zwei Mengenpläne miteinander abzustimmen. Die Demonstration dieser Leistung des Preises verlangt vom Ökonomen noch einige gedankliche Bocksprünge.

Wenn man frank und frei „unabhängig von jeder bestehenden Wirtschaftsordnung“ ein Mengenabstimmungsproblem erfindet (das es weder in einer Planwirtschaft noch im Kapitalismus gibt), dann hat man damit zwei Pole erfunden, genannt Angebot und Nachfrage, die zusammenpassen sollen. Das Geheimnis ist, wie sie passend werden sollen, wenn sie nicht zueinander passen? Letzteres ist wohl bei dem Problem vorausgesetzt.

*„Das Angebotsgesetz besagt, dass normalerweise die angebotene Menge eines Gutes desto größer ist, je höher der Preis dieses Gutes ist. Sinkt der Preis, so sinkt auch die angebotene Menge (und umgekehrt). Das Nachfragegesetz besagt, dass normalerweise die nachgefragte Menge eines Gutes desto kleiner ist, je höher der Preis dieses Gutes ist. Sinkt der Preis, so steigt die nachgefragte Menge (und umgekehrt)“ (Bartling-Luzius, S. 57/58).*

Was will also der Nachfrager, folgt man dem „Nachfragegesetz“? Sein Interesse wird auf der fallenden Kurve abgebildet, wo unterschiedliche Preise zu unterschiedlichen Mengen gesetzt werden: Ihm sind kleine Mengen des „Guts“ mit hohem Preis genauso recht, wie große Mengen bei niedrigem Preis. Beim Anbieter nicht minder absurd, nur umgekehrt.

Die Interessen von Anbieter und Nachfrager sind hier in dem Widerspruch gefasst, in der Funktion von Preis und Menge gar nichts *Bestimmtes* zu wollen. Alle Kombinationen, sofern sie auf den jeweiligen Kurven liegen, sind beiden gleichwertig. So kommt man allerdings zu dem Ziel, das Ausgangspunkt des ganzen wissenschaftlichen Treibens war: *Abstimmung* und *Koordination*. Man hat ja passend zum Problem der Koordination *abstimmungsbereite Charaktere* erfunden.

Bei der angenommenen Gegenläufigkeit der Beziehungen schneiden sich die Kurven justament in einem Punkt und schon ist die Erfüllung der Interessen beider erreicht:

*„Man sagt daher auch, der ‚Markt-‘, ‚Preis- oder Konkurrenzmechanismus‘ koordiniere die Wirtschaftspläne. Der Preis spielt sich am Markt so ein, dass die mit diesem Preis verbundenen Angebots- und Nachfragemengen die Pläne und Erwartungen der Anbieter und Nachfrager erfüllen, die diesen Preis akzeptieren (!). Da zu diesem Preis die am Markt angebotene (geplante) Menge eines Gutes genau mit der von den Nachfragern geplanten Menge übereinstimmt ... spricht man vom Marktgleichgewicht.“ (Henrichsmeyer, S. 61)*

„Gleichgewicht“: eine Leistung des „Preises“, die sich allerdings weniger dem Preis als vielmehr dem Bedürfnis des Ökonomen nach Harmonie verdankt. Wenn die beiden Parteien auf dem Markt, Angebot und Nachfrage, als kriterienlose flexible Preis/Mengen-Funktionen konstruiert wurden, ist es billig, einen Punkt der Gemeinsamkeit von ihnen zu finden.

### **„Gleichgewicht“ – die „Leistung des Preises“, unglaublich ausgemalt**

Der Gleichgewichtspreis „bildet“ sich also durch Angebot und Nachfrage *und* (!) bringt beide so zur Übereinstimmung, dass weder Anbieter noch Nachfrager Anlass haben, ihr Verhalten zu ändern. Zusammen mit dem logisch recht zweifelhaften „und“ haben die Volkswirte in ihrer Ableitung vier Behauptungen vorgetragen, die man redlicherweise nicht nebeneinander stehen lassen kann:

- Der gegebene Preis bestimmt durch seine Höhe die nachgefragte Menge;
- ebenso bestimmt der Preis die Angebotsmenge;
- die beiden *preisbestimmten* Größen, Angebot und Nachfrage, bestimmen jetzt ihrerseits den Preis, der dann „Gleichgewichtspreis“ heißt;
- dieser Preis bringt die ihn hervorbringenden Größen zur Deckung.

Das ist zweckmäßig unlogisch. Zuerst denkt sich der Volkswirt zu *einem* Austausch, nämlich zum *vorgefundenen* Preis, viele *mögliche*, also unwirkliche Preise *dazu*, zu denen gerade nicht ausgetauscht wurde – nicht ohne die ebenso dazu erfundene Erklärung „für Anbieter oder Nachfrager zu teuer resp. zu billig“, denn schließlich sollte es ja der Preis sein, der die Mengen festlegt.

Dann „*bildet*“ sich durch den Austausch zu dem Preis der Preis und bringt dadurch als *seine* Leistung – als „Gleichgewichtspreis“ – das hervor, was der Ausgangspunkt war, um den der Ökonom das ganze Modell herum gebastelt hat: Austausch zu einem bestimmten Preis. Der wird jetzt aber versehen mit dem Pleonasmus, Angebot und Nachfrage seien „ausgeglichen“. Als könnte irgendein Händewechsel – Austausch wie Geschenk – sich nach Geben und Nehmen quantitativ unterscheiden.

Die mit der Tautologie „begründete“ Ideologie, der Preis habe die Koordination so hingebacht, dass es – zu dem Preis (!) – weder Überschussnachfrage noch unabsetzbare Mengen gebe, ist theoretischer Betrug. Und zwar auch dann, wenn man sich obigen Fehler als bloß „statisches Modell“ „dynamisch“ vervollkommenet:

### „Gleichgewichtspreis“ und Markträumung – „dynamisch“

*„In der Theorie der Marktpreisbildung wird nun vorausgesetzt, dass sich am Markt bei einer Überschussnachfrage eine Erhöhung der Preise einstellt und bei einem Überschussangebot eine Senkung des Preises, so dass am Ende der Gleichgewichtspreis erreicht wird ... bei dem die größtmögliche Menge von Anbietern und Nachfragern zum Zuge kommt“ (Neumann, Theoretische Volkswirtschaftslehre).*

Vielleicht sollte man aber diese wundersame Wirkung des Preises nicht einfach „voraussetzen“. Immerhin erfährt man in der Regel auf wirklichen Märkten das glatte Gegenteil: seit wann hat denn ein Überangebot die Konsequenz, dass die Preise immer weiter gesenkt werden, bis das Zeug alles verkauft wird? Wo der Unternehmer für unverkäufliche Waren immerhin drei Alternativen hat – Sommerschlussverkauf, Einlagern oder Vernichten – kennt der Volkswirt nur den idealisierten Sommerschlussverkauf: alles muss umgesetzt werden, der Preis spielt keine Rolle. Wo der Kapitalist je nachdem, welche Freiheit ihm die geglückten Umsätze lassen – Autohalden kosten dem VW-Werk Geld, das es offenbar mit den losgeschlagenen Golfs eingefahren hat; im Preis von Kleidung ist die Unverkäuflichkeit eines Teils der Saisonware antizipiert, so dass nach Ablauf der Saison der Absatz unter dem Einkaufspreis als Alternative zum Wegwerfen noch einen Zusatzprofit abwirft – wo also der echte Kapitalist am Maßstab des bereits erzielten und noch erzielbaren Profits recht undogmatisch mit seinem „Angebot“ umspringt, ersetzt der Volkswirt wieder mal die Betrachtung der Sache durch die seiner Konstruktion: Er fällt in seiner Grafik ein Lot vom Preis-Mengen- Punkt (C) der Angebotskurve auf die Nachfragekurve.

Dabei ist ihm auch nicht unbekannt, dass die kapitalistische Produktion ihren Ausstoß *nicht* nach dem plant, was an Wünschen oder auch an Zahlungsfähigkeit in der Gesellschaft da ist. Wer von einem „Überangebot“ und einer „Übernachfrage“ als den „Problemen“ ausgeht, die der Preis dauernd lösen soll, der weiß, dass die Unternehmer eine Preiskalkulation machen, die keinesfalls die unbedingte Verkäuflichkeit des Produkts zur Richtschnur hat. Wenn man aber davon ausgeht, dass die Anbieter den Preis ihres Produkts nicht anhand des Bedarfs und der Zahlungsfähigkeit des Publikums bestimmen, dann darf man nicht das genaue Gegenteil als „Tendenz“ annehmen: dass die „Anbieter“ bei einem „Überangebot“ ihren Preis solange senken, bis alles verkauft ist und alles ausgeht. Wenn die Anbieter nämlich bei einem Überschussangebot zu jeder Preissenkung bereit sind, dann hätten sie sich doch gleich vorher erkundigen können, was die Kundschaft wünscht und zu zahlen bereit ist!? Und warum sollte umgekehrt bei einer Preissenkung die Kundschaft, egal was sie braucht, immer mehr kaufen, nur um die Produzenten nicht auf Ladenhütern sitzen zu lassen? Da muss man sich ja auf einmal die „Markträumung“ als das *Interesse* der Anbieter und Nachfrager vorstellen. Dann wird aber unerfindlich, wozu es dann einen „Preismechanismus“ braucht, der doch gerade eine Harmonie zwischen beiden herstellen soll, *obwohl* keiner sie als Zweck verfolgt. Wenn so die „Markträumung“ als *Randbedingung* vorausgesetzt ist, dann ist die Koordination *als Preisfunktion* ja wohl dazugedichtet.

Allerdings: Nur so ist die Vorstellung vom Preis als Makler zu haben, der die Wünsche der Menschheit und das Geschäft aufeinander abstimmt. Wo angesichts des staatlich abgesicherten Zwangs, sich über den Kauf zu versorgen, der Preis das Bedürfnis auf die Zahlungsfähigkeit des Bedürftigen zusammenstreicht, *damit* der Verkauf für den Kapitalisten ein Geschäft ist, verdreht die VWL das recht einseitige Verhältnis zum nützlichen Kompromiss.

[www.sozialistischegruppe.de/hefte/2002/Markt\\_und\\_Preis.rtf](http://www.sozialistischegruppe.de/hefte/2002/Markt_und_Preis.rtf)