

Ulrich Thielemann

**Wettbewerb
als Gerechtigkeitskonzept**

Kritik des Neoliberalismus

Metropolis-Verlag
Marburg 2010

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Metropolis-Verlag für Ökonomie, Gesellschaft und Politik GmbH

<http://www.metropolis-verlag.de>

Copyright: Metropolis-Verlag, Marburg 2010

Alle Rechte vorbehalten

ISBN 978-3-89518-833-6

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	11
-------------------------	-----------

Kapitel I

Eine elementare, ethisch fokussierte Theorie des Marktes	25
---	-----------

1 Der Markt als Geflecht von Tauschbeziehungen	27
2 Markt als Tausch und Wettbewerb.....	31
3 Der systematische Stellenwert marktfremder Gesichtspunkte.....	34
4 Der systemische Charakter des Marktprozesses und die Eliminierung marktfremder Gesichtspunkte	44
5 Die Idee der Marktbegrenzung.....	50
6 Die Problemstellung: Wettbewerbsethische Gegenargumente	55

Kapitel II

Zum Verhältnis von Wirtschaftstheorie und Wirtschaftsethik – Die Frage der „Wertfreiheit“ der Sozialwissenschaften und die Grundidee integrativer Wirtschaftsethik	59
---	-----------

1 Die möglichen Aufgaben ‚wissenschaftlicher‘ Wissenschaft im Wissenschaftskonzept Max Webers.....	62
2 Die Verdinglichung des sozialwissenschaftlichen Gegenstandes als Implikation ‚wertfreier‘ Wissenschaft	64
2.1 Das Problem des ‚Durchschlagens‘ des verdinglichten Gegenstandes auf die normative Gültigkeit als Implikation eines ‚wertfreien‘ Theorie-Praxis-Verhältnisses.....	69
2.2 Vollständige Reversibilität als Bedingung der Möglichkeit gültiger sozialwissenschaftlicher Aussagen.....	79
3 Die Parteilichkeit ‚wertfreier‘ Sozialforschung und Praxisberatung – erläutert am Beispiel der Betriebswirtschaftslehre als Beratungswissenschaft	87

4	Die Normativität der Begriffswahl und die Aufgaben integrativer Wirtschaftsethik	104
4.1	Versuche der Zurückweisung der Normativität der Sprache	106
4.2	Das hermeneutische, uneingestanden normative Wissenschaftskonzept Max Webers – Der Sinn der Idealtypen	114
4.3	Die Aufgabe einer kritisch-hermeneutischen Sozialwissenschaft: Werterhellung statt Wertentscheidung	124
5	Die beiden Aufgaben integrativ verstandener Wirtschaftsethik: Werterhellung und transzendente Kritik	130
6	Das Verhältnis von (positiver) Wahrheit und (normativer) Richtigkeit – am Beispiel der Frage: Was ist Wettbewerb?.....	134

Kapitel III

Wettbewerbstheorie: Was ist Wettbewerb? 143

1	Markt als triadische Beziehung: Der für den Markt konstitutive Zusammenhang von Tausch und Wettbewerb	147
1.1	Wettbewerb als Resultante des Wechsels des Tauschpartners	148
1.2	Wettbewerb als Handlungstypus? – Der Status von „Rivalität“	154
1.3	Der unvermeidliche Zusammenhang von ‚Schöpfung‘ und ‚Zerstörung‘	160
2	Sind Wettbewerbsbeschränkungen durch Tauschhandlungen möglich?	165
2.1	Das Monopol als Kandidat für Wettbewerbsverhinderungen	166
	Exkurs: Berücksichtigung des Umstandes der Identität von Kosten und Einkommen	174
2.2	Latente Konkurrenz als Garant des Wettbewerbs?	179
3	Verhinderung latenter Konkurrenz durch Property Rights und andere Barriers to Entry?.....	182
3.1	Property Rights als Kandidaten eines wettbewerbsbeschränkenden ‚Monopols‘	182
	a) John Locke und die laboristischen Wurzeln des Eigentums	187
	b) Property Rights – einschließlich Patenten – als bloß formale, unspezifische Voraussetzung von Wettbewerb.....	196
	c) Privatrecht als notwendige Bedingung für Wettbewerb – Öffentliches Recht als Verhinderung von Wettbewerb.....	203
3.2	Barriers to Entry und Unternehmertum.....	206

a) Die Leichtigkeit des Eintritts als Indiz für Wettbewerb.....	207
b) Die Schwere des Eintritts als Indiz für Wettbewerb	209
c) Die Irrelevanz von Eintrittsbarrieren.....	213
d) Die logische Rolle des Unternehmertums für den Wettbewerb.....	214
4 Die konstitutive Wettbewerbsfähigkeit des Marktprozesses	224
4.1 Der allumfassende Charakter des Wettbewerbs: Die Gesamtmarktthese	224
4.2 Preiserhöhungen und Konsumentenwettbewerb	229
Exkurs: Konsumentenwettbewerb – Das Beispiel der Nahrungsmittelkrise 2008	239
4.3 Sonderfall Ressourcenmonopol?.....	257
4.4 Kartelle als marktkonforme Form der Wettbewerbsbeschränkung?.....	261
5 Die Möglichkeit der Wettbewerbspolitik.....	270
5.1 ‚Wettbewerbspolitik‘ für wettbewerbsfremde Ziele	271
5.2 Wettbewerbspolitik als Politik zusätzlicher Intensivierung des Wettbewerbs.....	274

Kapitel IV

Wettbewerbsethik: Begründungen für Wettbewerb 277

1 Weichenstellungen: Wettbewerb als Pflicht oder als Ergebnis eigeninteressierten Handelns – Fallstricke und Paradoxien einer affirmativen Wettbewerbsethik	278
2 Aspekthafte (substantielle) Wettbewerbsethiken	290
2.1 Utilitaristische Positionen	291
a) Weltnutzenmaximierung und ‚Effizienz‘	292
b) Utilitarismus ohne Subjekt: Der Wettbewerbsutilitarismus Hayeks	296
c) Was tun mit den Wettbewerbsverlierern? Die utilitaristische Aufrechnungslogik	300
d) Eine Rettung des Utilitarismus durch das Kaldor-Hicks Kompensationskriterium?.....	303
e) Fazit: Die Sinnlosigkeit der Weltnutzenmaximierung	307
2.2 ‚Wohlstand für alle‘ durch Wettbewerb?	310
a) ‚Wohlstand für alle‘ als Konsumwohlstand	313

b)	Die konstitutive Verkürzung des Konsumentenarguments	315
c)	Utilitaristische Rettungsversuche	320
d)	Das Wohlstandsargument als Anmaßung des Wissens	323
e)	Der Rückfall in Pareto-Ökonomik.....	324
f)	Fazit: Wettbewerb im Dienste der Wettbewerbsfähigen.....	327
2.3	Unternehmertum – Die ‚Kosten‘ des Wettbewerbs	329
a)	Die teleologische Dimension: Welche Werte setzt der Wettbewerb aufs Spiel?	336
b)	Die deontologische Dimension: Wer zwingt zum Unternehmertum?	352
	Exkurs: Die Erklärung des Wachstums	357
2.4	Die These der Machtneutralisierung durch Wettbewerb	369
a)	Die wettbewerbskonstitutive Rolle von Marktmacht.....	370
b)	‚Machtneutralisierung‘, ‚Machtgleichgewicht‘ und ‚Schlafmützenkonkurrenz‘	373
c)	‚Macht oder ökonomisches Gesetz‘? – Welche Macht wird beseitigt?.....	375
d)	Macht oder Leistung?	378
e)	Machtlosigkeit als Freiheitsverlust: Das Beispiel ‚unmöglicher‘ Geschäftsintegrität	380
3	Prinzipienorientierte (formale) Wettbewerbsethiken.....	383
3.1	Transzendente Wettbewerbsetheorie: Wettbewerb als ‚Entdeckungsverfahren‘	383
a)	‚Entdeckung‘ als performativ gespaltenes Konzept: Moralische Heteronomie als Programm	385
b)	Systemische Werttheorie als metaphysische Erkenntnistheorie.....	389
c)	‚Kontraproduktivität‘, ‚Durchschlagen‘ und das Recht des Stärkeren.....	392
3.2	Regelethische Positionen	397
a)	Gerechtigkeit als negative Gerechtigkeit.....	400
b)	Gerechtigkeit als Abwesenheit von ‚Diskriminierung‘	405
c)	Gleichheit als Chancengleichheit	422
	Ausblick: Die Zukunft des Wettbewerbs und die ethische Unausweichlichkeit der Wettbewerbsbegrenzung.....	435
	Literaturverzeichnis	453