



Ökonomisches Denken nach dem Crash

Einführung in eine realitätsbasierte Volkswirtschaftslehre

John Komlos
Metropolis © 2015
378 Seiten

Bewertung

8 9 Wichtigkeit
6 Innovationsgrad
9 Stil

Fokus

Führung & Management
 Strategie
 Marketing & Verkauf
 Finanzen
 Personalwesen
 IT, Produktion & Logistik
 Karriere & Selbstmanagement
 KMU
Wirtschaft & Politik
 Branchen
 Business weltweit
 Verwandte Themen

Take-aways

- Freie Märkte versagen. Sie sind ineffizient, ungerecht und skrupellos. Dennoch hält die konventionelle Ökonomie unverdrossen an ihrer Ideologie der freien Märkte fest.
- Neoklassische Theoriemodelle haben kaum Bezug zur Realität.
- Rationales Verhalten und perfekter Wettbewerb existieren nur in der Theorie.
- Realistischere Ansätze, etwa zu unvollkommenen Informationen, begrenzter Rationalität oder Transaktionskosten, werden von vielen Ökonomen ignoriert.
- Der Staat wird in diesen Kreisen als ineffizienter Störenfried der freien Märkte verunglimpft.
- Dabei kann allein der Staat die Selbstbedienungsexzesse der Mächtigen bremsen.
- Nur der Staat kann öffentliche Güter schützen, Infrastruktur bereitstellen, für gute Bildung sorgen sowie Umweltschutz- und Sicherheitsstandards durchsetzen.
- Unternehmen versagen bei diesen Aufgaben, nutzen aber die Leistungen des Staates, also der Steuerzahler, zur Maximierung ihrer Profite.
- Die Mehrheit der Bevölkerung verarmt und muss ohnmächtig mit ansehen, wie die Reichen und ihre Lobbyisten den Wohlstand von unten nach oben umverteilen.
- Ohne Kontrolle und staatliche Regulierung können Märkte nicht funktionieren.

Relevanz

Das lernen Sie

Nach der Lektüre dieser Zusammenfassung wissen Sie: 1) warum die neoklassischen Marktmodelle in der Realität versagen, 2) welche Probleme uns deren Prominenz in der Ökonomie gebracht hat und 3) was dagegen unternommen werden muss.

Rezension

John Komlos schreckt vor deutlichen Worten nicht zurück: Die Gier weniger Superreicher hat uns die Finanz- und Wirtschaftskrise von 2008 beschert. Ausgerechnet die Verursacher sind aus dem Crash noch reicher hervorgegangen, während die Steuerzahler das System retten mussten. Ideologische Rückendeckung erhält das System, so Komlos, durch die neoklassische Ökonomie, die die Realität jedoch völlig falsch und verzerrt darstellt und realistischere Ansätze dreist ignoriert. Mit Vehemenz wendet sich der Ökonom gegen die neoklassischen Modelle. Er entlarvt ihre weltfremden Axiome und zeigt auf, wie die aus ihnen abgeleitete Ideologie der freien Märkte den Reichen und Mächtigen hilft, auf Kosten der Mehrheit noch reicher und mächtiger zu werden. Engagiert, aber sachlich spricht er sich gegen diese Missstände aus und zeigt, wie eine realitätsnahe Volkswirtschaftslehre aussehen müsste. Denn Märkte sind für den Menschen da, nicht umgekehrt. *getAbstract* empfiehlt dieses Buch allen Lehrenden und Studierenden der Ökonomie sowie allen Politikern und Bürgern.

Zusammenfassung

„Es ist unsere wichtigste Aufgabe, die Umstände, die das optimale Funktionieren der Märkte verhindern, so klar wie möglich zu erklären und geeignete Gegenmaßnahmen vorzuschlagen.“

„Menschen sind keine Objekte, deren Lebenslauf durch eine mathematische Funktion genau beschrieben werden kann. Im Gegensatz zu Planeten können sie ihre Richtung ändern.“

Ökonomie ist Ideologie

Märkte funktionieren unter günstigen Rahmenbedingungen immerhin gelegentlich. Oft allerdings sind sie nicht nur ineffizient, sondern sie ermöglichen es Insidern auch noch, fragwürdige Vorteile zu erlangen. Ökonomie ist Ideologie, insofern sie ein System von Glaubenssätzen ist, denen eine empirische Grundlage weitgehend fehlt, die aber dennoch soziale, wirtschaftliche und politische Handlungen beeinflussen. Die konventionelle Ökonomie ignoriert dieses Problem. Die Mehrheit der Ökonomen verliert sich lieber in mathematischen Modellen, die kaum Bezug zur Realität haben. Statt den Menschen zu dienen und die Lebensqualität der Bevölkerung zu verbessern, konzentriert sich die Ökonomie auf Konsum, Geld, Effizienz und Wachstum. Doch Wachstum trägt nicht zur Zufriedenheit der Menschen bei. Man sollte nicht mehr, sondern weniger produzieren, und der Wohlstand sollte gerechter verteilt werden. Die Menschenwürde sollte geachtet und das Selbstwertgefühl der Menschen verbessert werden. Tatsächlich aber werden die Reichen noch reicher und die Armen ärmer. Für solche Missstände und für Wirtschaftskrisen ist die Volkswirtschaftslehre blind. Hier muss man ansetzen, um einem menschlicheren Kapitalismus den Weg zu bereiten.

Irreführung von Studenten

Statt Wirtschaftsstudenten mit den Gedanken kritischer Ökonomen – viele davon Nobelpreisträger – vertraut zu machen, finden sich in den Lehrbüchern realitätsferne Lobeshymnen auf freie Märkte und deren Effizienz, die ein völlig falsches Bild der wirklichen Verhältnisse erzeugen. Konsumenten verhalten sich in diesen Modellen absolut rational. Informationen sind vollständig frei verfügbar und werden von jedem verstanden. Es gibt dort weder die Beeinflussung durch Werbung und Moden noch falsche Versprechen und Irreführung oder Qualitätsunterschiede. Ebenso wenig gibt es Topmanager, die vornehmlich eigene Interessen verfolgen, oder Lobbyisten, die die Spielregeln zugunsten der Mächtigen

„Wir sollten nicht versuchen, so viel wie möglich zu produzieren, sondern uns intensiver darauf einstellen, mehr Genugtuung aus bescheidener Produktion zu schöpfen.“

„Das Problem ist, dass die meisten der Unzufriedenen noch nicht verstehen, wie die extremistischen Befürworter freier Märkte uns in die Irre geführt haben.“

„Anstatt nach Wirtschaftswachstum zu streben, müssen wir lernen, psychologisch, spirituell und moralisch zu wachsen.“

„Die Märkte würden ohne ausreichende Gesetze und entsprechende Institutionen, die zum größten Teil vom Staat erschaffen werden, überhaupt nicht funktionieren.“

manipulieren; keine nachwirkenden Vorgeschichten und keine ungewisse Zukunft. Gesetze sind gegeben und werden nicht ausgehandelt. Ihre Durchsetzung bereitet weder Probleme noch Kosten. Der Staat wird daher nicht benötigt. Und da die Märkte effizient sind, braucht man weder Moral noch Ethik und Ästhetik. Macht und Hunger gibt es nicht. Dieses Zerrbild der Realität wird Studenten der Volkswirtschaftslehre vermittelt. Und mit diesem „Wissen“ ausgestattet gehen sie dann hinaus in die Wirklichkeit, werden Manager, Journalisten, Politiker oder Wissenschaftler und sollen sinnvolle Entscheidungen treffen.

Marktversagen

Märkte sind von Menschen geschaffen worden und sollten von ihnen kontrolliert und bei Bedarf verändert werden. Denn Märkte sind für Menschen da, nicht umgekehrt. Freie Märkte hätten weder die Sklaverei abgeschafft noch die Anschnallpflicht für Autofahrer eingeführt oder für Umweltschutzstandards gesorgt. Das relativ marktnahe Gesundheitssystem der USA ist nicht nur das teuerste der westlichen Welt, sondern auch eines der schlechtesten. Die Arbeitslosigkeit in den USA trifft Jugendliche und Schwarze besonders massiv. Sie sorgt für Verzweiflung und treibt die Kriminalität in die Höhe. In den USA leben 5 Prozent der Weltbevölkerung, aber 24 Prozent aller Gefängnisinsassen weltweit. Im reichsten Land der Welt lebt jeder siebte Mensch in Armut. Dort leben 400 Milliardäre, 237 000 Millionäre – und 600 000 Obdachlose. Das öffentliche Schulsystem ist chronisch unterfinanziert, und Kinder armer Familien haben miserable Startbedingungen. Der von Konservativen verunglimpft Staat allein schafft Infrastruktur und Rechtssystem, sorgt für Bildung, rettet das Bankensystem und marode Großunternehmen und hilft bei Katastrophen.

Unternehmen versagen, wo es um Produkt- und Verfahrenssicherheit geht: Immer wieder werden immense Schäden und gewaltiges Leid durch Katastrophen verursacht; man denke nur an das Gasleck bei Union Carbide in Bhopal, die Havarie des Tankers Exxon Valdez vor Alaska oder die Explosion der Bohrinself Deepwater Horizon im Golf von Mexiko. Freie Märkte funktionieren keineswegs so reibungslos, wie die ökonomischen Standardmodelle suggerieren. Obwohl diese Modelle, die perfekte Märkte unterstellen, oft von der Realität widerlegt wurden, halten Ökonomen an ihnen fest und verstoßen damit gegen ihre wissenschaftliche Sorgfaltspflicht. Die Volkswirtschaftslehre ist keine Naturwissenschaft, sondern eine Sozialwissenschaft. Trotzdem ignorieren viele Ökonomen hartnäckig Erkenntnisse anderer Disziplinen wie Psychologie und Soziologie zu den Eigenarten des menschlichen Verhaltens. Märkte sind notwendig, aber Moral sollte Vorrang haben. Ethische Überlegungen müssen wichtiger sein als Marktergebnisse.

Nachfrage und Manipulation

In gängigen ökonomischen Modellen wird angenommen, dass Verbraucher rational entscheiden und handeln sowie dass ihre Nachfrage die Produktion und damit das Angebot bestimmt. Das ist jedoch falsch, denn Werbung manipuliert, indem sie in das Unbewusste des Menschen eindringt. Dieses ist der Vernunft nicht zugänglich, beeinflusst aber Wünsche oder löst sie überhaupt erst aus. Es gibt drei Arten der Nachfrage:

1. Die Deckung der Grundbedürfnisse dient dem Überleben (Essen, Trinken, Obdach, Kleidung, medizinische Versorgung usw.).
2. Das Bedürfnis nach Komfort verlangt nach gesellschaftlicher Teilhabe und nach einem menschenwürdigen Leben (Auto, Computer, Telefon, Bildung usw.).
3. Luxus ist biologisch oder gesellschaftlich nicht nötig, dient aber dem gesellschaftlichen Status und der Zurschaustellung von Reichtum.

„Die Märkte sind nicht die Souveräne, wir sind es. Wir, die Menschen, haben das ultimative Recht, in einer demokratischen Gesellschaft zu bestimmen, was unsere Ziele sind und wie wir sie zu erreichen versuchen.“

„Wir werden nicht mit dem Wunsch nach iPhones geboren.“

„Der größte Fehler der ökonomischen Theorie ist ihr zähes Festhalten an der Fiktion, dass die Marktakteure rational sind, obwohl sich alle Psychologen einig sind, dass dies völlig falsch ist.“

„Wettbewerb beseitigt Fahrlässigkeit und die daraus folgenden Katastrophen nicht.“

Märkte sollten dafür sorgen, dass die flächendeckende Versorgung mit Gütern der Kategorien 1 und 2 gewährleistet ist. Marketingtricks jedoch bringen uns dazu, dass wir Güter der Kategorie 3 begehren und sie für solche der Kategorien 1 oder 2 halten. Da Konzerne ständig neue Gadgets entwickeln und unser Begehren nach ihnen wecken, sind wir nie zufrieden. Wir sind keine souveränen Konsumenten, die ihre Wünsche autonom bestimmen.

Rationalität

Grundlage vieler volkswirtschaftlicher Modelle ist die Annahme der vollkommenen Rationalität. Ihr zufolge haben Konsumenten perfektes Wissen über alle Güter und kennen ihre Präferenzen genau. Diese sind stabil und ihre Rangfolge ist widerspruchsfrei. Daraus ergeben sich rationale Kaufentscheidungen, die maximalen Nutzen stiften. In der Praxis freilich ist dies unmöglich. Menschen haben weder die Fähigkeit noch genügend Zeit, die erforderliche Menge an Informationen aufzunehmen und zu verarbeiten. Auch können sie viele Wahrscheinlichkeiten nicht korrekt einschätzen und müssen Entscheidungen fast immer unter Unsicherheit sowie beeinflusst durch Unbewusstes, Glaube, Intuition und Emotionen treffen. Entscheidungen sind aber nötig, um das Leben zu bewältigen, und so handeln Menschen spontan, intuitiv, oft irrational und begnügen sich mit immerhin zufriedenstellenden Lösungen. Zu ihrem Nachteil ist es, dass sich Konzerne Experten leisten, die es verstehen, Konsumenten durch irreführende Versprechen und undurchsichtige Qualitätsinformationen auszutricksen. Dem können sie nichts entgegensetzen. Deshalb ist ein funktionierender Verbraucherschutz enorm wichtig.

Macht

Im neoklassischen Marktmodell ist Macht ohne Bedeutung: Sie ist hier auf viele Akteure sowohl auf Anbieter- wie auch auf Nachfragerseite verteilt. Tatsächlich aber gibt es in der Wirtschaft eine Tendenz zur Machtkonzentration. Großkonzerne und systemrelevante Banken können Preise manipulieren und Märkte zu ihrem Vorteil beeinflussen, wodurch sie noch reicher und mächtiger werden. Sie lassen enorme Summen in die Lobbyarbeit fließen und verändern dadurch mitunter Gesetze zu ihren Gunsten. Diese gewaltige Machtfülle bedroht die Demokratie. Unternehmen haben auch die gefährliche Macht, Werte und Gewohnheiten der Verbraucher zu beeinflussen und sie von Kindesbeinen an in ihrem Sinn zu konditionieren. Es gibt massenhafte Werbung für schnellen Konsum, Moden und Vergnügungen aller Art, aber keinerlei Werbung für Mäßigung, Nachhaltigkeit, Geduld und Demut. Werbung erzeugt Neid und materielle Wünsche und verletzt dabei unser Recht auf Individualität und Autonomie. Die von ihr verführten Menschen lernen nicht, die Bedeutung von immateriellen Werten, tiefen Gefühlen, Spiritualität, Freundschaft und Respekt zu schätzen.

Effizienz und Gerechtigkeit

Obwohl die ökonomische Theorie davon ausgeht, dass die Präferenzen von Individuen voneinander unabhängig sind, zeigt der durch Marketing gezielt geschürte Neid, dass individuelle Wünsche keineswegs unbeeinflusst von dem sind, was Modemacher und Idole gerade propagieren. Die Gesellschaft an sich fehlt in ökonomischen Modellen, als würden Menschen nur bei geschäftlichen Transaktionen miteinander in Kontakt treten. Dabei findet Konsum oft in Gesellschaft statt und wird durch andere beeinflusst. Für Kultur, Sitten, Moral, Normen, Gerechtigkeit und Empathie ist die Ökonomie blind. Zwar gibt es das Konzept der Pareto-Optimalität, nach dem ein Zustand effizient ist, wenn niemand bessergestellt werden kann, ohne dass ein anderer schlechtergestellt wird. Aber danach wäre auch Sklaverei effizient, denn um die Sklaven besserzustellen, müsste ihr Besitzer schlechtergestellt werden. Offenbar hat Effizienz mit Gerechtigkeit wenig zu tun. Ohnehin stellen sich dazu ein paar Fragen: Warum soll die von Ökonomen zum Ideal erhobene Effizienz wichtiger

sein als Nachhaltigkeit, Moral, Gerechtigkeit oder Gleichheit? Was ist an der heutigen Verteilung der Vermögen effizient? Und was soll an Freihandelsabkommen effizient sein, wenn die Gewinner auf Kosten der Verlierer bessergestellt werden, ohne diese entschädigen zu müssen?

Wettbewerb

In gängigen ökonomischen Modellen wird ein vollkommener Wettbewerb vorausgesetzt, der sich dadurch auszeichnet, dass es hier unendlich viele und allwissende Anbieter und Nachfrager für ein unspezifisches Produkt gibt. Transaktionskosten kennen diese Modelle nicht; Gewinne auch nicht, denn der Preis findet bei den Grenzkosten sein Gleichgewicht. Allerdings gibt es solche Märkte in Wirklichkeit nicht. Unternehmen streben nach Profiten, und nutzen Produktdifferenzierung und Branding, Innovationen und Desinformation. Sie errichten Marktzutrittsbarrieren, Oligopole oder Monopole. Preise schwanken zeitlich und räumlich. Ein Gleichgewicht herrscht nicht. Wo Wettbewerb und Preisdruck herrschen, kommt es häufig zu unethischem oder gar illegalem Verhalten. Die Moral bleibt auf der Strecke. Kunden werden getäuscht und übervorteilt. Unternehmen verhindern, dass Konsumenten Preise, Leistungen und Qualitäten vergleichen können. Von Effizienz sind Märkte weit entfernt. Innovationen schaffen Gewinner und Verlierer und sorgen bei Letzteren für Leid, ohne ihnen dafür einen Ausgleich zu bieten. Die Kennzahl des BIP ist kein akkurater Maßstab für gesellschaftliches Wohlbefinden, denn sie berücksichtigt zwar den Wertzuwachs der Profiteure, ignoriert aber die dabei anfallenden Verluste der anderen.

Löhne und Produktivität

Nach der gängigen ökonomischen Theorie sollten die Reallöhne mit der Produktivität Schritt halten. Genau dies tun sie jedoch nicht. Bis 1975 entwickelten sich Löhne und Produktivität noch einigermaßen im Gleichschritt. Seit 1975, verbunden mit dem Niedergang der Gewerkschaften, bleibt das Wachstum der Löhne immer weiter hinter dem der Produktivität zurück. Anders sieht es bei Spitzenverdienern aus. In den USA verdient ein CEO heute mehr als das 350-Fache eines durchschnittlichen Arbeitnehmers – noch 1980 bekam er lediglich 50-mal so viel. Solche Diskrepanzen sind nicht gerechtfertigt und nur durch verantwortungslose Aufsichtsräte zu erklären. Die CEOs bedienen sich selbst und nutzen dabei die vom Steuerzahler und von früheren Generationen geschaffenen Strukturen, während die Mehrheit der Bevölkerung um den verdienten Lohn für ihre Arbeit gebracht wird.

Regulierung von Märkten

Die geschilderten wie auch viele weitere Unzulänglichkeiten der neoklassischen Theorie beweisen, dass diese zur Erfassung der Realität ungeeignet ist. Ebenso ungeeignet ist die aus der Theorie abgeleitete Forderung nach freien Märkten. Tatsächlich zeigt sich, dass Menschen oft unter Missachtung moralischer Standards ihren Vorteil suchen, wobei sie sich um Schäden, die sie anderen sowie der Umwelt zufügen, nicht kümmern. Wenige Gewinner bereichern sich skrupellos auf Kosten der großen Mehrheit. Um dies zu unterbinden, müssen die Handlungsmöglichkeiten der Menschen beschränkt sowie Märkte kontrolliert und reguliert werden. Ohne Regulierung können Märkte nicht funktionieren.

„Gewerkschaften waren in der Lage, eine Machtbalance herzustellen. Daher waren sie ein integraler Bestandteil des Erfolgs der amerikanischen Mittelklasse in der Mitte des 20. Jahrhunderts.“

„Der Markt ist keine gute Einrichtung, um Einkommen, Vermögen oder Arbeit gerecht oder gleichmäßig zu verteilen.“

Über den Autor

John Komlos ist Wirtschaftshistoriker und Ökonom. Er promovierte an der Universität von Chicago und lehrte unter anderem von 1992 bis 2010 an der LMU München, an den Universitäten Harvard, Duke, St. Gallen und Wien sowie an der Wirtschaftsuniversität Wien.