

Das Ordnungssystem der Sozialen Marktwirtschaft

Alfred Endres

Meine Damen und Herren,

in diesem Referat geht es um das Konzept der Sozialen Marktwirtschaft und seinen Bezug zur Ökologie.

Ich werde wie folgt vorgehen:

Als erstes sollen die Aufgaben geschildert werden, die eine Wirtschaftsordnung zu erfüllen hat. Dann gehe ich auf die spezifische Art ein, in der eine ideale Marktwirtschaft diese Aufgaben löst. Anschließend werden kritische Einwände gegen die marktwirtschaftliche Ordnung diskutiert. Schließlich soll die Variante der Sozialen Marktwirtschaft erläutert werden.

Dieser Teil des Referats behandelt das marktwirtschaftliche System ohne Bezug zur Umweltproblematik. Im zweiten Teil soll dann untersucht werden, inwieweit der Marktwirtschaft eine Tendenz zur Zerstörung der Umwelt und Vergeudung der erschöpflichen Rohstoffreserven innewohnt, und ob eine solche Tendenz gegebenenfalls zur Ablösung der Sozialen Marktwirtschaft durch ein anderes Wirtschaftssystem zwingt.

I. Die Aufgabe der Wirtschaftsordnung

Bei der Überlegung, welche Aufgabe die Ordnung der Wirtschaft haben könnte, müssen wir davon ausgehen, daß wir in einer Welt der „Knappheit“ leben. Knappheit soll dabei nicht notwendigerweise bedeuten, daß es den Menschen am Nötigsten mangelt, daß sie hungern, keine ausreichende Kleidung oder Gesundheitsfürsorge haben. Unter Knappheit verstehen wir viel allgemeiner, daß nicht alle Bedürfnisse, die die Mitglieder einer Volkswirtschaft haben, simultan in vollem Umfang befriedigt werden können. Unter Bedürfnissen werden dabei subjektiv von den Individuen empfundene Wünsche nach Güterversorgung verstanden, nicht etwa eine von dritter Seite festgelegte Standardausstattung mit Gütern. Jeder Konsument wird im Wirtschaftsalltag bei der Verausgabung seines begrenzten Budgets stets mit dem Phänomen der Knappheit konfrontiert. Politikern ergeht es mit dem Staatsbudget nicht besser.

In der Welt der Knappheit, in der nicht alle Wünsche aller Menschen befriedigt werden können, stellt sich die Frage: Welche der vielen Wünsche der vielen Menschen, die einer Volkswirtschaft angehören, sollen auf Kosten welcher anderer Wünsche erfüllt werden?

Dies ist eine allgemeine Formulierung der zentralen Frage, die in jeder Volkswirtschaft beantwortet werden muß. Sie läßt sich durch Aufspaltung in folgende drei Teilfragen konkretisieren:

1.) Wenn wir von einem gegebenen Sozialprodukt ausgehen, lautet die Frage: Wer soll welche Mengen der in der Volkswirtschaft produzierten Güter erhalten?

2.) Natürlich ist das Bündel von Gütern und Dienstleistungen, das in einer Volkswirtschaft pro Periode erstellt wird, nicht von vornherein gegeben. Vielmehr muß erst die Frage beantwortet werden: Welche Güter und Dienstleistungen sollen mit den Ressourcen, die der Volkswirtschaft zur Verfügung stehen, überhaupt hergestellt werden?

3.) Selbst wenn über die Zusammensetzung des Sozialprodukts entschieden ist, bleibt noch die Frage offen: Welche Produktionsfaktoren sollen in welchen Mengen bei der Produktion von Gütern und Dienstleistungen eingesetzt werden?

Wie die Antwort auf die zentrale Frage in ihren drei Spielarten ausfällt, wird durch die geltende Wirtschaftsordnung entschieden. In einer Situation des Überflusses sind die Fragen

irrelevant. Im Schlaraffenland lassen sich alle Bedürfnisse gemeinsam befriedigen, der Zwang zu wirtschaftlichem Verhalten entfällt.

II. Drei idealtypische Wirtschaftsordnungen

Denken wir über die oben allgemein formulierte Grundfrage nach, so wird wohl weitgehend Einigkeit darüber bestehen, daß die wichtigsten Wünsche, die dringlichsten Bedürfnisse erfüllt werden sollen. Sind nach der Bewältigung der ersten (steilsten) Dringlichkeitsstufe von Bedürfnissen noch Ressourcen in der Volkswirtschaft übrig, dann soll die zweite Dringlichkeitsstufe in Angriff genommen werden u.s.w. Unbefriedigt bleiben sollen am Schluß nur die relativ schwach ausgeprägten Bedürfnisse.

Mit einer Wirtschaftsordnung, die das fertig brächte, könnten wir wohl zufrieden sein. Zwar hätte sie das Übel der Knappheit nicht beseitigt, (es blieben ja noch unerfüllte Wünsche übrig) aber sie hätte doch das Beste aus der Situation gemacht. Die Knappheitsfolgen wären so milde wie eben möglich. Leider fehlt ein allgemein akzeptiertes operables Kriterium für die Dringlichkeit von Bedürfnissen.¹⁾ Daher ist es schwierig, eine unbestrittene Rangordnung aufzustellen. Wie unser Wirtschaftsalltag zeigt, ist dies für ein einzelnes Individuum noch ganz gut möglich: Jeder Konsument verfügt über ein (mehr oder minder) beschränktes Budget, mit dem er nicht alle seine Bedürfnisse nach Güterversorgung befriedigen kann. Es ist sinnvoll anzunehmen, daß er bewußt oder unbewußt danach strebt, dieses Budget so auf die möglichen Verwendungen aufzuteilen, daß der Nutzen, den er daraus zieht, so groß wie möglich ist. Er wird also sein Geld (bezogen auf eine Geldeinheit) kaum für nur am Rande als interessant angesehene Güter ausgeben, solange der Bedarf an als besonders dringlich empfundenen Gütern noch nicht gedeckt ist. Natürlich gelingt die Absicht des Individuums, das Beste aus seinen finanziellen Möglichkeiten zu machen, nicht immer. Es gibt unüberlegte Käufe, die man später bereut, ein sehr dringliches Bedürfnis mag auftauchen, nachdem der Großteil des Budgets schon ausgegeben ist o.ä. Dennoch glaube ich, daß die rational geplante, spontane oder routinisierte Ordnung von Bedürfnissen nach ihrer Dringlichkeit ein für den Alltag jedes einzelnen vertrauter Prozeß ist. Genau dasselbe Problem stellt sich übrigens für das »Zeitbudget« jedes Individuums. Wir müssen alle damit leben, daß der Tag nur 24 Stunden hat, und wir sind gut beraten, wenn wir diese Zeit klug auf verschiedene Tätigkeiten, die alle Zeit in Anspruch nehmen, aufteilen.

Wesentlich schwieriger aber wird das Problem, wenn wir die Betrachtungsebene von der individuellen auf die volkswirtschaftliche verlagern.

Mag jeder einzelne Konsument sein Budget sinnvoll verwenden können, indem er intensive von peripheren Bedürfnissen trennt, so folgt daraus nicht, daß man auch weiß, wie das Sozialprodukt eines Landes gemäß einer solchen Bedürfnisstaffelung produziert und aufgeteilt werden soll. Hierzu müßte nämlich nicht nur die Bedürfnishierarchie jedes einzelnen Mitgliedes der Gesellschaft bekannt sein, außerdem müßten auch die Bedürfnisintensitäten von Millionen verschiedener Individuen vergleichbar sein.

Braucht etwa Familie A in Bayern den Kühlschrank dringender als Familie B in Berlin? Soll der Kühlschrank für Familie A oder B überhaupt produziert werden, oder ist es dringlicher,

¹⁾ vgl. dazu Holger BONUS, Öffentliche Güter: Verführung und Gefangenendilemma, List Forum Bd. 10, 1979/80, S. 69-102.

die Produktionsfaktoren so einzusetzen, daß ein Herd für Familie C (oder D?) herauskommt?

Die gute Absicht, die dringlichsten Bedürfnisse zu befriedigen, ist also sehr schwer in die Tat umzusetzen.

Im folgenden sollen drei idealtypische Organisationen der Volkswirtschaft vorgestellt werden, mit denen das hohe Ziel angestrebt werden könnte. Keine dieser drei Wirtschaftsordnungen kommt in reiner Form in der Realität vor. Ihre Elemente spielen aber in realen Wirtschaftsordnungen und in der Diskussion um deren Weiterentwicklung oder Umgestaltung eine zentrale Rolle.

1. Die solidarische Wirtschaftsordnung

Da – wie oben angesprochen – jedes einzelne Individuum in der Lage ist, seine Bedürfnisse einigermaßen nach ihrer Dringlichkeit zu ordnen, könnte man versuchen, das zentrale Problem der Volkswirtschaft mit einem Appell an die Vernunft der Bürger zu lösen: Jedem Konsumenten wird es gestattet, sich aus dem (hier zunächst als vorgegeben angenommenen) Sozialprodukt zu nehmen, was er braucht. Da leider das Gesetz der Knappheit herrscht, werden alle aufgefordert, nur ihre wirklich dringlichen Bedürfnisse zu befriedigen, damit nicht ein Individuum Güter für periphere Bedürfnisse verbrauche, die einem anderen dann zur Befriedigung dringlicher Bedürfnisse fehlten.

Dieses solidarische Organisationsprinzip einer Volkswirtschaft hat zwei Nachteile:¹⁾

a) Offensichtlich setzt es einen altruistischen, gemeinschaftsverpflichteten Menschen voraus. Wir müssen aber damit rechnen, daß reale Menschen nicht zu der hier erforderlichen Selbstbeschränkung fähig wären. Jeder würde wohl dazu neigen, seine eigenen Bedürfnisse auf Kosten der Bedürfnisse anderer zu verfolgen. Letztlich würden diejenigen am besten gestellt, die sich am rücksichtslosesten bedienen, was natürlich auf Dauer die Moral derer, die sich zunächst altruistisch verhalten, nachhaltig untergraben würde.²⁾ Es ist wohl zu erwarten, daß eine Überforderung des Sozialprodukts rasch zum Zusammenbruch eines solchen Systems führen würde.

b) Selbst wenn die Menschen altruistisch wären, wäre die hier angesprochene Organisationsform nicht denkbar. Wenn Haushalt A einen Kühlschrank möchte, so müßte er die Intensität seines Bedürfnisses nach diesem Gut abwägen gegen die Bedürfnisintensität aller anderen Haushalte, die auch Interesse an dem Kühlschrank haben, um die Spielregeln des Systems einhalten zu können. Nur wenn sein Bedürfnis am dringlichsten ist, darf er zugreifen. Leider ist A grundsätzlich mit dieser Abwägungsaufgabe überfordert, selbst wenn er besten Willens ist. A kennt nämlich die Bedürfnisintensität der anderen Haushalte nicht. Er kennt in einer Massengesellschaft wie der unseren noch nicht einmal die Haushalte selbst. (Ein analoges Problem besteht beim Einsatz von Produktionsfaktoren.)

Egoismus und die Unkenntnis *relativer* Bedürfnislagen führen also dazu, daß ein Organisationsprinzip der freiwilligen Selbstbescheidung, das in kleinen Gruppen wie Familien, Wohngemeinschaften o.ä. durchaus seine Anwendung finden mag, für die Gestaltung einer Volkswirtschaft untauglich ist.

1) vgl. auch H. BONUS, Öffentliche Güter, a.a.O.

2) Natürlich setzt die solidarische Wirtschaftsordnung voraus, daß das altruistische Verhalten nicht nur im Prozeß der Verteilung von produzierten Gütern gilt, sondern auch bei der Produktion selbst. Nur dann würde jeder im Produktionsprozeß sein bestes geben, obwohl sein Anteil am Sozialprodukt bei der Verteilung nicht von seinem Produktionsbeitrag abhängt.

2. Die bürokratische Wirtschaftsordnung

Eine Alternative zu dem obigen extrem dezentralen Mechanismus bestünde in der Übertragung der Organisationsaufgabe an eine zentrale Organisation.

Man könnte sich vorstellen, daß die zentrale Instanz einen Katalog von Bedürfnissen für die Bürger festlegt, wobei verschiedene Dringlichkeitsstufen vorgegeben sind. Lebensnotwendige Ausstattung mit Kalorien, Kleidern usw. bildet die höchste Dringlichkeitsstufe I. Die Ressourcen werden so eingesetzt, daß jeder Haushalt mit dem Güterbündel der Stufe I ausgestattet wird. Sollten nicht alle Ressourcen dazu gebraucht werden, werden auch die Güter einer zweiten Dringlichkeitsstufe produziert und auf die Mitglieder der Gesellschaft verteilt. Sicherlich wäre auch diese Form der Organisation der Wirtschaft nicht attraktiv.

Hier wäre eine Uniformität der Versorgung zu erwarten, die der bunten Interessenvielfalt der Individuen nicht gerecht würde. Da die Bürokratie die Präferenzen der Bürger nicht kennt, würden wohl Gütermengen und -qualitäten hergestellt, die die Haushalte nicht nachfragen. Außerdem bestünde bei der Herstellung des nach Maßgabe des zentral festgelegten Bedürfniskatalogs zu verteilenden Sozialprodukts ein Motivationsproblem, wie es oben schon für die solidarische Wirtschaftsordnung angesprochen wurde: Es ist schwer, Individuen zu Anstrengungen in der Produktion zu gewinnen, wenn ihr Anteil bei der Güterverteilung nach einem bürokratischen Bedürfnisschema, also unabhängig vom individuellen Produktionsbeitrag bemessen wird.

Ein weiteres Problem, das hier nur angesprochen werden soll, besteht in der Gefahr des Machtmißbrauchs durch die zentrale Institution.

3. Die »reine« Marktwirtschaft

Der dritte Idealtyp einer Wirtschaftsordnung versucht die Schwächen der beiden bisher skizzierten Ordnungsvorstellungen zu vermeiden.

Er geht einerseits von einem realistischeren Menschenbild aus als der Idealtyp der solidarischen Wirtschaftsordnung. Mit einem marktwirtschaftlichen System ist es nämlich verträglich, daß wirtschaftliche Entscheidungsträger ihr eigenes Wohl und nicht so sehr das der Gemeinschaft verfolgen.

Andererseits versucht die Marktwirtschaft den Wirtschaftsablauf – im Gegensatz zur bürokratischen Wirtschaftsordnung – so zu gestalten, daß die Güterversorgung sich an den Präferenzen der einzelnen Konsumenten orientiert, wie diese sie selbst empfinden. Außerdem sollen die Weichen so gestellt werden, daß es für den einzelnen attraktiv ist, einen hohen Beitrag zur Erstellung des Sozialprodukts zu leisten. Nach der Idee der reinen Marktwirtschaft wird die Aufgabe (im Sinne der oben gestellten Teilfragen) das »richtige« Sozialprodukt auf die »richtige« Weise zu produzieren und auf die »richtigen« Konsumenten zu verteilen dadurch gelöst, daß die einzelnen Entscheidungsträger jeweils ihre eigenen Interessen verfolgen und durch den Marktmechanismus koordiniert werden. Adam Smith sprach in diesem Zusammenhang von der »unsichtbaren Hand« des Marktes, durch deren ordnende Tätigkeit individuelles Interesse und Gemeinwohl harmonisiert würden.

Wie will der ideale Markt dieses Kunststück zustande bringen?¹⁾ Wir werden sehen, daß hierbei der Marktpreis eine entscheidende Rolle spielt.

1) vgl. dazu auch H. BONUS, Das Ordnungssystem der sozialen Marktwirtschaft, unveröffentlichtes Manuskript 1982.

III. Die Funktionsweise des reinen Marktmechanismus

Da die Soziale Marktwirtschaft, über die ich hier spreche, zunächst einmal eine Marktwirtschaft ist, muß ich als erstes versuchen, die Natur des reinen Marktsystems – wie sie in weiten Teilen der Wirtschaftstheorie gesehen wird – zu erklären:

Im Marktsystem kann jeder Konsument seine individuellen Wünsche nach Güterversorgung artikulieren. Allerdings wird bei der Marktversorgung nicht derjenige am besten gestellt, der seinen Bedarf rücksichtslos als besonders dringlich darstellt, wie das beim »Selbsteinschätzungs- und Selbstbedienungsmodell« der solidarischen Wirtschaftsordnung der Fall war. Die Dringlichkeit des Bedürfnisses wird im Marktsystem vielmehr durch die Bereitschaft überprüft, für dieses Gut zu zahlen. Ist das Bedürfnis eines Konsumenten nach einem Gut so gering, daß seine Zahlungsbereitschaft unter dem Marktpreis liegt, so wird es ihm in einem Marktsystem nicht gelingen, das Gut durch Übertreibung seiner Präferenz oder Beziehungen zu einer zentralen Instanz zu erhalten. Ausschlaggebend für die Zuteilung ist nämlich der Beweis der Bedürfnisdringlichkeit in Form der Entrichtung eines Marktpreises. Wenn der Konsument unter Berücksichtigung seines begrenzten Budgets seine Bedürfnisintensität mit den Marktpreisen von Gütern vergleicht, wird er also gezwungen, eine Rangordnung seiner Bedürfnisse herzustellen und diese zu offenbaren. Zentral ist dabei, daß jeder Konsument, der seine Bedürfnisintensität für ein Gut mit dem Marktpreis dieses Gutes vergleicht, damit implizit seine Bedürfnisintensität mit den Bedürfnisintensitäten aller anderen Konsumenten vergleicht.¹⁾ Um dies zu verstehen, muß man sich zunächst klarmachen, wodurch ein Marktpreis charakterisiert ist.

Der Marktpreis für irgendein Gut X ist definiert als der Preis, der Angebotsmenge und Nachfragemenge für X zum Ausgleich bringt. Gehen wir einmal von einem einfachen Beispiel aus, bei dem ein gegebenes Angebot von 50 Einheiten X an 100 Konsumenten zu verteilen sei, von denen jeder gerne genau eine Einheit von X hätte. Wie wird nun über den Marktpreis entschieden, welche 50 Konsumenten eine Einheit erhalten und welche leer ausgehen? (vgl. Teilfrage 1)

Da bei einem Preis von 0 die nachgefragte Menge doppelt so hoch wäre wie die Angebotsmenge kann $P = 0$ kein Marktpreis sein. Beträgt der Preis eine Geldeinheit, so wird möglicherweise schon der eine oder andere Konsument nicht mehr bereit sein, das Gut zu kaufen, weil er – immer unter Berücksichtigung seines beschränkten Budgets – sein Bedürfnis als nicht so intensiv ansieht, daß sich die Verausgabung einer Geldeinheit für X (verglichen mit dem Nutzeffekt, den diese Einheit in anderen Verwendungen stiften könnte) lohnen würde. Fallen auf diese Weise z.B. 5 Nachfrager aus, so hat sich die Kluft zwischen nachgefragter Menge und angebotener Menge zwar schon etwas verengt, wir zählen aber immer noch 45 Interessenten zuviel. Der Marktpreis muß also höher sein als 1 Geldeinheit, um die Nachfrage auf die als vorgegeben angenommene Angebotsmenge zurückzudrängen

Nehmen wir einmal an, bei einem Preis von 27,3 Geldeinheiten wären gerade noch 51 Nachfrager der Meinung, es lohne sich – gemessen an ihren Bedürfnissen und Budgets – das Gut zu kaufen. Der Marktpreis liegt dann auf dem niedrigsten Preisniveau, mit dem man gerade noch einen Konsumenten verdrängen kann. Steigt bei z.B. 27,4 Geldeinheiten gerade ein zusätzlicher Konsument aus, so ist der Marktpreis, für den die Angebotsmenge gleich der Nachfragemenge ist,

gefunden. Jeder Konsument, der zu den 50 bei Geltung dieses Marktpreises aktuell Nachfragenden gehört, nimmt damit einem anderen, der zu den 50 ausgeschiedenen Konsumenten gehört, die Möglichkeit, X zu konsumieren. Dies kann er aber nicht, weil er etwa über die besseren Selbstdarstellungskünste verfügte oder die Kriterien einer Bürokratie besser erfüllte, sondern weil seine in Zahlungsbereitschaften ausgedrückte Bedürfnisintensität höher ist, als die jedes Individuums, das letztlich nicht zum Käuferkreis gehört.

In der Tat hat jeder Käufer von X vor dem Kauf seine Bedürfnisintensität mit der der anderen Konsumenten verglichen. Allerdings hat er dies getan, ohne mit den anderen Konsumenten direkt zu kommunizieren. Das Medium des Vergleichs war vielmehr der Marktpreis. Dieser spiegelt ja gerade die in Zahlungsbereitschaften ausgedrückte Bedürfnisintensität des »stärksten« Nicht-Käufers wider. Im obigen Beispiel ist der Marktpreis so definiert, daß er gerade hoch genug ist, um den 50. Konsumenten zu veranlassen, vom Lager der Kaufwilligen in das der Nicht-Käufer zu wechseln. Jedem der 50 Käufer wird somit beim Kauf durch die Entrichtung des Marktpreises fühlbar gemacht, daß er anderen Konsumenten mit seinem Konsum die Konsummöglichkeit raubt. Der Grad der Fühlbarkeit richtet sich sogar nach dem Nicht-Käufer, der den stärksten Bedarf geltend machen kann.

So wird jeder Käufer gezwungen, im eigenen Interesse zu prüfen, ob der Verzicht, den er mit seinem Konsum anderen aufzwingt, wirklich durch die Intensität des eigenen Bedürfnisses gerechtfertigt ist.

Wenn Güter Marktpreise haben, so zwingt dies jeden Konsumenten demnach dazu

- seine eigenen Wünsche nach der Intensität der Bedürfnisse zu ordnen und
- bei der Verfolgung seiner Interessen die Interessen anderer Konsumenten zu berücksichtigen.

Wichtig ist, daß dazu weder eine zentrale Steuerung noch Altruismus erforderlich sind.

Bevor anhand der Beantwortung der beiden anderen Teilfragen durch den reinen Marktmechanismus seine Eigenschaften weiter beschrieben werden, soll zunächst ein wichtiger Einwand angesprochen werden, der sich an dieser Stelle aufdrängt. Wenn bisher von Konsumentenwünschen bei gegebenem Budget gesprochen wurde, so muß deutlich gemacht werden, daß die im Marktgeschehen ausschlaggebenden Zahlungsbereitschaften nicht nur die Bedürfnisintensität eines Konsumenten widerspiegeln, sondern auch seine Zahlungsfähigkeit. Ein Individuum mag sich ehrlich nach einem Gut verzehren, hat es kein Geld, so kommt es am Markt nicht zum Zuge. Dieser Punkt wird später wieder aufgegriffen. Zunächst sollen jedoch noch einige weitere wichtige Eigenschaften von Marktpreisen erläutert werden.

In meinem obigen Beispiel bin ich davon ausgegangen, daß das Problem lediglich in der Aufteilung eines vorgegebenen Güterbestandes unter eine Vielzahl von Interessenten bestehe (Teilfrage 1). Natürlich fallen Güter in der Realität meist nicht vom Himmel, sind also nicht irgendwie vorgegeben, sondern müssen mühevoll produziert werden. Da die Produktionsfaktoren (Ressourcen), die hierfür zur Verfügung stehen, knapp sind, muß entschieden werden, wie der »Ressourcenvorrat«¹⁾ auf die einzelnen produktiven Verwendungen aufgeteilt werden soll (Teilfrage 3). Die »Mühen« der Produktion, von denen ich spreche, sind nichts anderes als die Produktionskosten. Ein Individuum, das eine Einheit von X konsumiert, nimmt nicht nur einem anderen Individuum die Konsummöglichkeit weg, sondern bindet außerdem

1) Streng genommen ist der Ressourcenvorrat keine feste Größe, sondern hängt selbst vom Ressourcenpreis ab.

1) Dieser interpersonelle Vergleich ist – wie oben angesprochen – notwendig für die Aufstellung einer Bedürfnisrangfolge in einer Volkswirtschaft.

knapp Ressourcen, Produktionsfaktoren, die zur Produktion des Gutes verwendet werden. Diese Faktoren stehen für andere Verwendungen nicht mehr zur Verfügung. Die Produktion eines Gutes bedingt also den Verzicht auf die Produktion eines anderen Gutes. Auch dieser Effekt spiegelt sich im Marktpreis wider, wird also von einem Konsumenten, der das Gut am Markt kauft, implizit berücksichtigt.

Dies macht man sich am besten durch ein den obigen Ausführungen analoges zweites Beispiel klar:

Stellen wir uns vor, es sei zu entscheiden, wie ein begrenzter Vorrat von 50 Mengeneinheiten eines Produktionsfaktors V auf 100 Firmen aufzuteilen sei, die jeweils an einer Mengeneinheit von V interessiert sind. Nehmen wir an, bei einem Preis von 11 Geldeinheiten wollten noch gerade 51 Firmen eine Einheit von V kaufen. Wenn eine Erhöhung des Preises z.B. auf 12 Geldeinheiten gerade den schwächsten dieser 51 Faktornachfrager zum Verzicht auf den Kauf veranlaßt, so ist 12 Geldeinheiten der Gleichgewichtspreis von V. Zu diesem Preis wird die zur Verfügung stehende Menge von 50 Einheiten gerade nachgefragt.

Warum veranlaßt die Anhebung des Preises von 11 auf 12 Geldeinheiten die 51. Firma gerade zum Verzicht?

Offensichtlich deshalb, weil mit dem Preis des Produktes, das die 51. Firma mit diesem Faktor (und anderen) herstellt, die Kosten für V bei einem Faktorpreis von 12 Geldeinheiten nicht mehr hereingeholt werden könnten. Der Markt, auf dem das Endprodukt verkauft wird, mißt ihm offensichtlich nur einen Wert bei, der die Verwendung von V bei Preisen unter 12 Geldeinheiten rechtfertigt, d.h. die Wertschöpfung durch die Verwendung von V bei der 51. Firma liegt offensichtlich gerade unter 12 GE.

Wenn die im Markt letztlich als V-Nachfrager agierenden 50 Firmen den Gleichgewichtspreis von 12 Geldeinheiten zahlen müssen, so wird ihnen damit der Verzicht der 51. Firma nachhaltig in Erinnerung gerufen. Indem die 50 verbleibenden Firmen die Wertschöpfung des Faktors V in ihrem Produktionsprozeß gegen den Faktorpreis abwägen, wägen sie damit implizit den Wert des Faktors in ihrem Produktionsprozeß mit dem Wert des Faktors im höchstwertigen Produktionsprozeß ab, dessen Realisierung durch ihre Faktornachfrage verhindert wird.

Natürlich kaufen die 50 Firmen V nur, wenn sie seine Wertschöpfung am Markt realisieren können. Der Preis des Endproduktes einer V verwendenden Firma wird also den Marktpreis von V (und die Preise der anderen Faktoren) widerspiegeln. Die im idealen Markt herrschende Konkurrenz sorgt dafür, daß der Preis des Endproduktes nicht wesentlich über den Preisen der in das Produkt eingegangenen Produktionsfaktoren liegt.¹⁾ Da die Konsumenten, wie oben dargestellt, bei ihren Kaufentscheidungen den Marktpreis eines Endproduktes mit ihrer Bedürfnisintensität vergleichen, berücksichtigen sie damit implizit den Wert, den die für ihren Konsum verwendeten Ressourcen in der nächstbesten Verwendung geschaffen hätten.

Selbstverständlich werden Firmen Produktionsfaktoren, die sie sich gegen gutes Geld in Konkurrenz mit anderen Interessenten gesichert haben, möglichst pfleglich einzusetzen versuchen. Es liegt in ihrem eigenen Interesse, Ressourcenverschwendung und Raubbau von marktlich voll erfaßten

1) Eine Ausnahme besteht, wenn eine Firma ein neues Verfahren oder Produkt verkauft, das bei den Konkurrenten noch nicht bekannt ist. Hier kann sie einen höheren Preis verlangen, solange sie noch nicht von der Konkurrenz eingeholt ist. Dieser »Übergewinn« ist eine Belohnung (und die Aussicht auf ihn ex ante ein Anreiz) für Pioniertaten.

Die Möglichkeit vorhaltender Pionier Vorteile analysiert R. SCHMALENSEE, Product Differentiation Advantages of Pioneering Brands, American Economic Review, 1982, S. 349 - 365.

Produktionsfaktoren zu vermeiden. Dieser Anreiz zur effizienten Verwendung knapper Ressourcen ist ein bedeutender Vorteil des funktionierenden Marktsystems.

Es schält sich mit dieser Argumentation am Beispiel eines Güter- und eines Faktormarktes heraus, daß das Grundprinzip der Marktallokation darin besteht, individuellen Entscheidungsträgern die sozialen Konsequenzen ihrer Entscheidung anzulasten. Insoweit ist also bei einem idealen Markt das »Verursacherprinzip« konsequent angewendet. Nichts anderes bedeutet es doch, wenn der Konsument eines Gutes über seinen Preis gezwungen wird zu berücksichtigen, daß er

- dieses Gut einem anderen Konsumenten wegnimmt und
- die Produktionsfaktoren für sich bindet, die dann in anderen Verwendungen fehlen.

Vielleicht wird dadurch deutlich, was mit der Behauptung gemeint ist, ideale Märkte ermöglichen individuelle Entscheidungsfreiheit, die mit dem Gemeinwohl harmonisch sei.

Lassen Sie mich den Argumentationsbausteinen der Verteilung eines gegebenen Güterbestandes auf Konsumenten und eines gegebenen Faktorbestandes auf Firmen zur Erhellung der Funktionsweise von Märkten noch einen dritten hinzufügen: Bisher ist ja noch nicht die Frage behandelt worden, welche Güter es sind, die mit den Produktionsfaktoren hergestellt und schließlich auf die Konsumenten verteilt werden (Teilfrage 2). Anhand dieser Fragestellung läßt sich am besten die Funktion des Gewinnstrebens in Marktsystemen erläutern.

Man kann wohl davon ausgehen, daß die Konsumenten gewisse Vorstellungen von der wünschbaren Beschaffenheit von Gütern haben. Man kann weiter davon ausgehen, daß die Konsumenten für Güter, deren Beschaffenheit ihren Wünschen entgegenkommt, bereit sind, höhere Preise zu zahlen als für Güter, die »am Bedarf vorbei« produziert sind.

Für Firmen, die einen möglichst hohen Gewinn erzielen wollen, ist es also attraktiv, ihre Produktionspalette möglichst eng an den Wünschen der Konsumenten zu orientieren. Natürlich werden sie dabei auch die Kosten eines solchen Vorgehens im Auge behalten. Die Zusammensetzung des Sozialproduktes ergibt sich hier also dadurch, daß die Konsumenten mit ihren Zahlungsbereitschaften für bestimmte Güter votieren, und die Firmen diese Voten unter Berücksichtigung der Produktionskosten in produktive Aktivität umsetzen. Wichtig ist dabei, daß die Firmen nicht aus Altruismus die Konsumentenwünsche hinsichtlich der Zusammensetzung und Beschaffenheit der Produktion erfüllen, sondern aus Egoismus wenn nicht sogar aus existenzieller Notwendigkeit. Je näher eine Firma sich an den Wünschen der Konsumenten orientiert, desto höher sind nämlich ihre Gewinnchancen. In einem funktionierenden Markt werden Firmen, die am Bedarf vorbei produzieren, dadurch bis zur Vernichtung hart bestraft, daß die Konsumenten zu besseren Konkurrenten überwechseln.

Marktpreise erfüllen also eine wichtige Signalfunktion, indem sie den Produzenten die Intensität von Konsumentenwünschen bezüglich der Zusammensetzung und der Eigenschaften des Produktionsergebnisses mitteilen. Simultan erfüllen sie eine Belohnungs- bzw. Sanktionsfunktion, indem sie die Firmen mit »Zuckerbrot und Peitsche« die Erfolge ihrer Bemühungen im Sinne der Konsumenten spüren lassen. Hier liegt die Fähigkeit von Marktsystemen zur Flexibilität und Innovation begründet.

Nicht nur die Firmen, die Konsumentenwünsche besser erfüllen, werden (über höhere Erlöse) belohnt, sondern (über niedrigere Kosten) auch diejenigen, die durch Einführung

von technischem Fortschritt oder effizienterer Produktionsorganisation den Faktorverbrauch der Produktion senken. Auch hier sind in der idealen Marktwirtschaft privates Firmeninteresse und soziales Interesse harmonisch. Schönen Firmen nämlich knappe Produktionsfaktoren, so stehen diese an anderer Stelle (bzw. in der Zukunft) zur Bedürfnisbefriedigung zur Verfügung.

Durch diese Überlegungen sollte deutlich geworden sein, daß das Gewinnstreben keinen bedauerlichen Betriebsunfall, sondern einen integralen Bestandteil marktwirtschaftlicher Systeme darstellt.

Die obigen Ausführungen sollten klären, wie in einer idealen Marktwirtschaft die eingangs gestellten drei Grundfragen der Wirtschaftsordnung beantwortet werden. Dabei kam es darauf an darzustellen, wie Marktpreise

- die Entscheidungen der einzelnen Nachfrager bzw. Anbieter jeweils untereinander koordinieren und

- die Gesamtheit der Entscheidungen der Anbieter und die Gesamtheit der Entscheidungen der Nachfrager aufeinander abstimmen.

IV. Strukturprobleme der reinen Marktwirtschaft

Lassen Sie mich nach dieser recht idealistischen Schilderung des Marktmechanismus auf einige wichtige Probleme der Marktwirtschaft eingehen.

1. Verteilung und Allokation

Die oben beschriebenen Zusammenhänge zwischen Marktergebnis und Konsumentenwünschen können nur dann als eng angesehen werden, wenn am Markt geäußerte Zahlungsbereitschaften als Näherungsgröße für Bedürfnisintensitäten anerkannt werden. Für ein einzelnes Individuum ist dies sicher nicht sehr strittig: Es ist trivial, daß ein Konsument für die Befriedigung eines dringlich empfundenen Bedürfnisses mehr zu zahlen bereit ist, als für die eines als peripher empfundenen Bedürfnisses.

Für den Vergleich der Bedürfnisintensitäten verschiedener Individuen ist die Zahlungsbereitschaft schon problematischer. Wenn wir vor der Situation stehen, daß ein Konsument A für ein bestimmtes Gut mehr zu zahlen bereit ist als B, so mag das daran liegen, daß A's Bedürfnis dringlicher ist, es mag aber auch daran liegen, daß A reich ist und B arm. Das Problem besteht darin, daß es generell (und nicht nur für den Markt) unmöglich ist, die Bedürfnisintensitäten von Individuen zu messen und zu vergleichen. Wir sind also stets auf Näherungsgrößen angewiesen. Die Zahlungsbereitschaft ist eine solche Näherungsgröße. Wenn wir sie verwenden, müssen wir uns stets ihrer »Kaufkraftlastigkeit« bewußt sein. Daraus folgt, daß wir die oben beschriebene Wirkungsweise von Märkten nur dann uneingeschränkt loben können, wenn die Kaufkraftverteilung, die die Marktpreise und damit die Güterallokation entscheidend beeinflußt als akzeptabel empfunden wird. Ich komme bei der Abgrenzung der Sozialen Marktwirtschaft von der »reinen« Marktwirtschaft noch einmal darauf zurück.

2. Konsumentensouveränität

Ein wichtiges Element der obigen Argumentation bestand darin, daß die Konsumenten ihre Bedürfnisse und deren Intensitäten selbst beurteilen können. Außerdem können sie beurteilen, inwieweit bestimmte Güter zur Befriedigung der Bedürfnisse geeignet sind. Dagegen ist häufig eingewendet worden, daß

- a) die Konsumenten häufig nicht in der Lage sind, die Eigenschaften von Gütern abzuschätzen, und

- b) die Produzenten die Wünsche der Konsumenten manipulieren, ja Bedürfnisse erst schaffen, um sie anschließend zu befriedigen. Extrem formuliert, richtet sich hiernach der Konsum nach den Produzentenwünschen statt die Produktion nach den Konsumentenwünschen.

Zu diesen Einwendungen zwei – im Hinblick auf den Sinn meines Themas im Rahmen einer Umweltdagung nur stichwortartige – Bemerkungen:

- ad a) Sicher ist es richtig, daß Konsumenten nicht voll informiert sind. Es wäre aber falsch, vollständige Information als Ideal hinzustellen, dessen Verfehlen gegen eine bestimmte Wirtschaftsordnung spräche. Erstens tritt das Informationsproblem für jeden Entscheidungsträger in jeder Wirtschaftsordnung auf und zweitens ist der höchste Informationsgrad keineswegs immer der beste. Die Produktion von Information beansprucht nämlich ebenso Ressourcen (darunter Zeit) wie die Produktion anderer Güter. Das optimale Produktionsniveau liegt daher wie bei anderen Gütern unter ∞ .

Wenn ich auch die Optimalität des Informationsangebots in Marktwirtschaften hier nicht diskutieren kann,¹⁾ so darf man doch sagen, daß die Möglichkeiten der Konsumenten, in einem Marktsystem Information über Produkteigenschaften zu bekommen, nicht schlecht sind. Außerdem bringt der Konsumprozeß selbst Informationen hervor.

- ad b) Sicher besteht für die Firmen ein starker Anreiz, die Präferenzen der Konsumenten in ihrem Sinne zu beeinflussen. Es ist schwer abzugrenzen, wo legitime Produktwerbung aufhört und Manipulation beginnt. Meiner persönlichen Meinung nach sind die Möglichkeiten einer Firma hier relativ begrenzt: Sonst könnte man einer unter Absatzproblemen leidenden Firma empfehlen, die Konsumenten einfach ein bißchen mehr zu manipulieren, dann würden die Probleme schon verschwinden. Für die Konjunkturpolitik eröffneten sich erfreuliche Perspektiven.

Wenn ich auch die Manipulationsmöglichkeit jeder einzelnen Firma persönlich für nicht so bedeutend halte, so möchte ich doch nicht ausschließen, daß die Anstrengungen aller Firmen zusammengenommen das Bewußtsein der Konsumenten wesentlich beeinflussen. Vielleicht ist das Wertesystem in marktwirtschaftlich orientierten Gesellschaften deshalb mehr an der Versorgung mit Konsumgütern orientiert als in anderen Gesellschaften. Dies ginge dann auf Kosten anderer Werte.

3. Wettbewerbsbeschränkungen

Ein weiterer Einwand gegen das oben beschriebene System einer reinen Marktwirtschaft besteht darin, daß es die Existenz von Konkurrenz voraussetze. In Wahrheit wohne dem System aber eine starke Tendenz zu Konzentration inne, die faktisch dazu geführt habe, daß reale Marktwirtschaften von Kartellen und Monopolen beherrscht würden, die die oben beschriebenen Mechanismen außer Kraft setzten.²⁾

Daran ist richtig, daß jede Firma, die – wie oben vorausgesetzt – ihr Gewinninteresse verfolgt, sich sagen muß, daß sie ohne Konkurrenten besser lebt als mit. Konkurrenz hat nämlich für jede Firma die unangenehme Eigenschaft, daß sie die Möglichkeiten der Firma beschränkt, den Preis einer Produkteinheit wesentlich über die von dieser Einheit verursachten Kosten zu heben. Konkurrenz führt dazu, daß sich die Firmen infolge ihrer Rivalität um die Konkurrenten bis auf die Produktionsgrenzkosten unterbieten. Dies verhindert

1) Schwierigkeiten bei der Marktallokation ergeben sich insbesondere daraus, daß Information Eigenschaften öffentlicher Güter aufweist.

2) vgl. dazu K. G. ZINN, Wohlstand und Wirtschaftsordnung, Darmstadt, 1972.

natürlich exzessive Gewinne. Was liegt also näher, als – etwa durch Verabredungen mit anderen Firmen derselben Branche – dieses lästige Phänomen auszuschalten?

Wir sehen also, daß dem Konkurrenzmechanismus durchaus Kräfte innewohnen, die auf seine Ausschaltung abzielen. Ganz so einfach ist diese Ausschaltung allerdings nicht. Wie wir aufgrund theoretischer Überlegungen und praktischer Anschauung (IATA, OPEC) wissen, sind Kartelle tendenziell instabil, weil es für das einzelne Mitglied attraktiv ist, auf Kosten des Kartells Seitengeschäfte zu machen.

Außerdem dürfen die Wirkungen der »potentiellen« Konkurrenz auf das Verhalten von Anbietern nicht unbeachtet bleiben. Schließlich soll darauf hingewiesen werden, daß bestimmte der oben idealisiert beschriebenen Eigenschaften des Marktmechanismus selbst bei der Marktform des Monopols erhalten bleiben. So besteht z.B. auch für einen Monopolisten ein Anreiz, auf Änderungen von Konsumentenpräferenzen zu reagieren oder durch Einführung von technischem Fortschritt die Produktionskosten zu senken. Derartige Aktivitäten erhöhen nämlich seinen Gewinn. Allerdings kann sich ein Monopolist die Verfolgung anderer Unternehmensziele als der Gewinnmaximierung eher leisten als eine Firma, die unter Konkurrenzbedingungen arbeitet.

4. Umweltprobleme

Ein weiterer Kritikpunkt besteht in der Aussage, marktwirtschaftliche Ordnungen führten aufgrund der ihnen innewohnenden Dominanz des Eigennutz- und insbesondere des Profitmotivs zu einer systematischen Zerstörung der Umwelt und einer Vergeudung des begrenzten Vorrats an natürlichen Ressourcen. Dieser Punkt soll in einem besonderen Kapitel ausführlich behandelt werden.

V. Die Idee der Sozialen Marktwirtschaft

Lassen Sie mich jedoch zunächst erklären, wie sich die Idee der »sozialen« von der oben dargestellten Idee der »reinen« Marktwirtschaft unterscheidet. Im Grunde besteht der Unterschied darin, daß mit der Sozialen Marktwirtschaft versucht wird, den ersten drei der obigen vier Einwände gegen die reine Marktwirtschaft Rechnung zu tragen.¹⁾ Am wichtigsten ist in diesem Zusammenhang der erste Einwand: Das in der reinen Marktwirtschaft herrschende »Darwinistische« Prinzip, nach dem sich der Stärkere gegen den Schwächeren egoistisch durchsetzt, scheint nicht akzeptabel. Es ist mit einer »sozialen« Einstellung eben nicht verträglich, daß menschliche Bedürfnisse nur insoweit zur Geltung kommen, wie sie mit Kaufkraft verbunden sind, wobei diese Kaufkraft zumeist selbst auf den (Faktor-) Märkten erworben werden muß.

Ein solches System, in dem – überließe man es sich selbst – das Gesetz des Dschungels herrschen könnte, fordert zur Schaffung von Regeln zum Schutz des Schwächeren heraus. Eine Soziale Marktwirtschaft würde also erfordern, daß die Marktkräfte so gebändigt werden, daß die Schwächsten nicht auf der Strecke bleiben. Dies geschieht dadurch, daß der Staat nicht zuläßt, daß die Situation jedes einzelnen allein das Resultat von Marktprozessen ist. Er garantiert vielmehr jedem einzelnen Individuum eine bestimmte Mindestausstattung an Kaufkraft (bzw. Mindestqualität der Lebensverhältnisse) unabhängig davon, ob es sie im Marktprozeß erworben hat oder nicht. Außerdem definiert er einen Rahmen, innerhalb dessen sich Marktprozesse abspielen

1) Zur Definition der Sozialen Marktwirtschaft vgl. auch H. F. ZACHER, Social Market Economy, Social Policy and the Law, Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft, 1982, S. 367 – 388.

müssen. Ergebnisse außerhalb dieses Rahmens sind verboten.¹⁾ Zum ersten Element (Mindestausstattung) gehören Einrichtungen wie Arbeitslosengeld, Sozialhilfe, Wohngeld und andere Unterstützungszahlungen. Zum zweiten (Restriktionen) gehören etwa Verbot der Kinderarbeit, Begrenzung der täglichen Arbeitszeit, Verbot von Märkten von Drogen usw. Die beiden korrigierenden Elemente sind oben allgemein formuliert worden. Es nimmt nicht Wunder, daß keine Einigkeit darüber besteht, wie die soziale Komponente einer Marktwirtschaft im einzelnen beschaffen sein sollte. Die Uneinigkeit geht soweit, daß nicht unumstritten ist, ob das Wirtschaftssystem der Bundesrepublik Deutschland den Namen »sozial« oder »marktwirtschaftlich« überhaupt verdient.

Strittig ist im Grunde, wie stark staatliche Eingriffe in die sich am Markt ergebende Verteilung sein sollen und wie eng die Restriktionen, die zulässige Marktprozesse definieren, begrenzt sein sollen.²⁾

Es wäre nämlich naiv zu glauben, weil »sozial« etwas Positives ist, sei eine Wirtschaftsordnung umso besser, je stärker die beiden o.a. sozialen Elemente ausgeprägt seien. Dies ist deshalb nicht richtig, weil man die vielleicht als ungut empfundenen Verteilungswirkungen von Märkten nicht korrigieren kann, ohne simultan die Effizienzeigenschaften des Mechanismus zu beschädigen. Dies wird am besten in einem extremen Beispiel deutlich: Wenn die Einkommen so besteuert würden, daß alle Individuen letztlich über die gleiche Kaufkraft verfügten, so könnten sich auf den Gütermärkten die Präferenzen der Konsumenten ohne soziale Unterschiede artikulieren. Diese Entkoppelung von Kaufkraft und Leistung würde aber dazu führen, daß auf den Faktormärkten für die Individuen jeder Anreiz fehlte, ihre Ressourcen zu pflegen und in die beste Verwendung zu leiten. Drastische Ineffizienz und Rückgang der volkswirtschaftlichen Produktion wären zu erwarten. Das Ergebnis, das in einem niedrigeren Wohlstand für alle bestünde, wäre auch nicht gerade sozial zu nennen.

Die Ausgestaltung einer Sozialen Marktwirtschaft wird also ständig zwischen der Skylla einer rücksichtslosen Entfaltung von Marktkräften auf Kosten der wirtschaftlich Schwächeren und der Charybdis einer Beschädigung der Funktionsfähigkeit des Marktmechanismus durch Maßnahmen zum Schutze ökonomisch Schwächerer manövrieren müssen. Wo der richtige Mittelkurs liegt, ist umstritten. Man sollte allerdings bei seiner Bestimmung nicht übersehen, daß soziale Leistungen den Frieden zwischen den verschiedenen Gruppen einer Gesellschaft fördern und damit auch einen Beitrag zum Funktionieren des Wirtschaftssystems leisten.

Der Unterschied der Sozialen zur reinen Marktwirtschaft ist oben anhand des ersten Problems der reinen Marktwirtschaft (ihrer Kaufkraftlastigkeit) verdeutlicht worden. Ähnlich kann man für die beiden nächstgenannten Probleme argumentieren. Ich will dies hier nur kurz andeuten: Es wird als unsozial empfunden, wenn ein marktbeherrschendes Unternehmen die Konsumenten durch überhöhte Preise ausbeutet, oder wenn die Konsumenten etwa durch »Psychoterror« von Firmen ihrer freien Entscheidung beraubt werden. Zu einer sozialen Marktwirtschaft gehören daher staatliche Maßnahmen gegen Wettbewerbsbeschränkungen und unlautere Werbeaktivitäten.

1) Wichtig ist dabei die Offenheit des Systems: Der Staat legt nicht fest, was erlaubt ist, sondern formuliert lediglich Handlungsrestriktionen. Zur Bedeutung dieser Unterscheidung vgl. H. GROSEKETTLER, Konzepte zur Beurteilung der Effizienz von Koordinationsmethoden, Jahrbuch für neue politische Ökonomie, Bd. 1, Tübingen, 1982, S. 213 – 257.

2) vgl. dazu auch P. BERNHOLZ, Expanding Welfare State, Democracy and Free Market Economy: Are They Compatible? Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft, 1982, S. 583 – 598.

VI. Die Ökologieverträglichkeit der Sozialen Marktwirtschaft

Wenden wir uns nun dem letzten der oben besprochenen Vorwürfe zu, der die Ökologieverträglichkeit der Marktwirtschaft in Frage stellt.

1. Umwelt

Zum Verständnis des Verhältnisses zwischen Marktwirtschaft und Umwelt muß zunächst darauf hingewiesen werden, daß es bei der obigen Erklärung der Funktionsweise von Märkten ausschließlich um die Allokation von privaten Gütern ging. Dies sind Güter, die von den Konsumenten sozusagen »exklusiv« konsumiert werden. D.h., daß der Konsum einer Einheit eines privaten Gutes durch einen bestimmten Konsumenten jeden anderen Konsumenten vom Konsum ausschließt.

Es ist deutlich, daß sich für derartige Güter (z.B. Brötchen) leicht Märkte bilden können: Ein Produzent, der Brötchen herstellt, entlohnt über Faktormärkte die Anbieter der Produktionsfaktoren Arbeit und Kapital, die er bei der Produktion einsetzt. Er tut dies, weil er darauf vertraut, daß er vom Käufer des Brötchens einen mindestens den Kosten entsprechenden Preis erhält. Er kann darauf vertrauen, weil er weiß, daß

- der Bedarf nach Brötchen groß genug ist und
- er einen Konsumenten, der seinen Bedarf mit den Brötchen decken will, nur bedient, wenn dieser den Preis entrichtet.

Diese einfache Koppelung von Leistung (Ware) und Gegenleistung (Geld) ist eine Grundvoraussetzung für das Funktionieren von Märkten.

Sie ist bei bestimmten Gütern, die als »öffentliche Güter« bezeichnet werden, nicht erfüllt. Die Umwelt weist wesentliche Merkmale von öffentlichen Gütern auf. Nehmen wir – um das Problem der Marktallokation bei öffentlichen Gütern zu verdeutlichen – das Beispiel der Luftqualität in einer Großstadt. Sicher besteht für das Gut Luftqualität in der Großstadt ein nennenswerter Bedarf der Einwohner, ganz ähnlich wie dies für Brötchen der Fall ist. Wie wäre es nun, wenn sich – ebenfalls wie bei Brötchen – bestimmte Firmen entschließen würden, diesen Bedarf über Märkte zu decken? Sie müßten dann mit kostenträchtigen Aktivitäten, etwa dem Einbau von Entschwefelungsanlagen bei Unternehmen, Filtern bei Autos u.ä. bessere Luft produzieren. Wenn sie dann aber bei den Luftkonsumenten in dieser Stadt, die über eine Verbesserung der Qualität sicher erfreut wären, die Gegenleistung in Form eines Preises (wie bei Brötchen) erheben wollten, könnten sie in arge Verlegenheit geraten. Jeder einzelne der vielen Konsumenten müßte sich doch sagen: Das Niveau der Luftqualität in der Stadt ist sicher unabhängig davon, ob ich als einer unter einer sehr großen Zahl von Einwohnern den vom Luftqualitätsproduzenten geforderten Preis zahle oder nicht. Da die Firma mich einerseits (wie bei Brötchen) am Markt nicht zur Entrichtung eines Preises zwingen kann, mich jedoch andererseits (anders als bei Brötchen) nicht leicht vom Konsum ihres Produkts ausschließen kann, ist es für mich rational, nichts zu zahlen und trotzdem zu konsumieren.

Diese Überlegung wird in der Literatur als »Trittbrettfahrerposition« bezeichnet.¹⁾

Da für alle Konsumenten ein Anreiz besteht, sich so zu verhalten, steht eine Firma, die Luftqualität produziert im Vertrauen darauf, daß sie sie wegen der bestehenden Nachfrage auch zu einem angemessenen Preis absetzen kann, (anders als die Brötchenfirma) schließlich vor nichts als einem Berg von Schulden. Weil die Firmen dies schon ahnen, produzie-

1) vgl. z.B. B. S. FREY, Umweltökonomie, Göttingen 1972.

ren sie erst gar keine Luftqualität, auch wenn das Bedürfnis, dieses Gut zu erhalten, noch so groß ist. Bei der Allokation öffentlicher Güter versagt also der Markt.

Die Probleme des Marktmechanismus bei der Bereitstellung von Umweltqualität können auch auf etwas andere Art erklärt werden: Bei der Produktion eines privaten Gutes setzt die Firma Arbeit und Kapital ein. Nach dem oben erklärten Mechanismus gewährleistet das Marktsystem unter bestimmten Voraussetzungen, daß diese Produktionsfaktoren in die (im oben erklärten Sinne) besten Verwendungen geleitet werden. Außerdem reizt der Marktmechanismus dazu an, mit Produktionsfaktoren ökonomisch umzugehen, indem er den Verwender über den Marktpreis daran erinnert, daß ihm etwas Kostbares anvertraut ist. Bei der Produktion von Gütern werden aber nicht nur die Ressourcen Arbeit und Kapital in Anspruch genommen, sondern auch Umweltressourcen. Dies geschieht etwa dadurch, daß Luft und Wasser als Schadstoffempfänger genutzt werden. Da diese Umweltleistungen im Gegensatz zu Arbeits- und Kapitaleistungen unentgeltlich entgegengenommen werden (jedenfalls solange es keine korrigierende Umweltpolitik gibt) entfällt für diese Ressourcen der Zwang, ökonomisch mit ihnen umzugehen. Eine Tendenz zur Überlastung und damit auf die Dauer zur Beschädigung der Umweltkapazität ist die Folge.

Wenn eine Firma Umweltleistungen unentgeltlich in Anspruch nimmt, und damit die Möglichkeiten der Umweltnutzung anderer beeinträchtigt, ohne dafür an einen Markt zu zahlen, so verursacht sie einen »externen Effekt«. Während bei internen Effekten jeder Entscheidungsträger die Verzichte, die seine Entscheidung anderen auferlegt – wie oben erklärt – durch den zu entrichtenden Marktpreis am eigenen Leibe zu spüren bekommt, entfällt dieses äußerst wichtige Regulativ im Sinne rücksichtsvollen Verhaltens bei externen Effekten.

Die Frage, die sich an eine solche Analyse des Versagens von Märkten bei der Produktion und Nutzung von Umweltgütern anschließt, lautet natürlich: Müssen wir aus Gründen des Umweltschutzes von der marktwirtschaftlichen Ordnung Abschied nehmen?¹⁾ Die Antwort lautet »nein«:

Ebensowenig wie aus der Existenz von schweren sozialen Problemen unkorrigierter Marktprozesse die Notwendigkeit folgt, den Markt abzuschaffen, gilt dies für ökologische Probleme. Es sollte vielmehr zunächst geprüft werden, ob nicht eine Ergänzung des Rahmens und der Regeln, die von staatlicher Seite dem Markt auferlegt worden sind, um sozialen Belangen Rechnung zu tragen, ökologische Belange berücksichtigen kann.²⁾ Natürlich ist es nicht gleichgültig nach welchen Prinzipien solche Ergänzungen vorgenommen werden. Ein törichtes Arrangement, das die Funktionsbedingungen des Marktsystems verkennt, kann die Marktkräfte lähmen oder zerstören, im schlechtesten Falle sogar, ohne den gewünschten ökologischen Erfolg zu erzielen. Die Suche gilt also einem Arrangement, das ökologisch wirksam und mit dem Marktsystem kompatibel ist, bestenfalls sogar Marktkräfte in den Dienst der Ökologie stellt.

Was soll der Staat tun, um eine Zerstörung der Umwelt durch Marktkräfte zu verhindern?³⁾ Diese Frage kann in einem

1) vgl. dazu H. BONUS, Neues Umweltbewußtsein – Ende der Marktwirtschaft? List Forum 1977/78, S. 3 – 24.

2) vgl. dazu H. Ch. BINSWANGER, H. BONUS, M. TIMMERMANN, Wirtschaft und Umwelt, Stuttgart, Berlin, Köln, Mainz 1981, S. 118 ff.

3) Natürlich ist es nicht zulässig, den Staat als Deus ex machina anzusehen, der dem Markt dort korrigiert, wo es erforderlich ist. Staatliches Handeln in der Umweltpolitik und die ihm zugrunde liegenden Interessen müßten vielmehr selbst Gegenstand ökonomischer Analyse sein. Eine solche Ausweitung würde allerdings den Rahmen meines Themas sprengen. Vgl. dazu B. S. FREY, Theorie demokratischer Wirtschaftspolitik, München 1981 und E. NIESSLEIN, Humane Marktwirtschaft – Ökonomische Aspekte der Umweltpolitik, Freiburg 1981.

Referat über das Wesen der Sozialen Marktwirtschaft nicht ausführlich behandelt werden. Sie würde ein gesondertes Referat erfordern.¹⁾ Im Rahmen einer Umwelttagung ist es aber doch erforderlich, mit einigen Worten darauf einzugehen.

a) Emissionsabgaben

Das klassische in der Ökonomie vorgeschlagene Instrument zur Schließung der ökologischen Lücken des Preissystems, ist das der Emissionsabgabe. Hier wird jeder Verursacher verpflichtet, pro Einheit eines bestimmten emittierten Schadstoffes eine Abgabe zu entrichten. Damit ist nicht so sehr die Absicht verbunden, dem Staat Mittel für die Reparatur von Umweltschäden zu verschaffen. Vielmehr soll erreicht werden, daß die Umwelt von ihren Nutzern als knappes Gut behandelt wird, weil ihre Inanspruchnahme, ebenso wie bei anderen Produktionsfaktoren und Endprodukten, Geld kostet. Im Idealfall würden damit die oben angesprochenen externen Effekte internalisiert.

Ebenso wie sich jede Firma fragen muß: Brauche ich den Faktor V_1 wirklich oder kann ich ihn gut durch den billigeren Faktor V_2 ersetzen, muß sich nun jede Firma fragen: Brauche ich die Umwelt tatsächlich als Aufnahmemedium dieser Emission E oder kann ich E durch billigere Maßnahmen vermeiden? Hier wird also ein Interesse an der Anwendung umweltschonender Maßnahmen auch beim egoistischsten Verursacher geweckt. Es besteht sogar ein starker Anreiz, umweltschonende Maßnahmen zu erfinden.

Diese Überlegungen von Firmen haben zur Folge, daß letztlich jede Firma, die Emissionen vermeidet, dies auf die kostengünstigste Weise tut. Außerdem werden diejenigen Firmen, die billig Emissionen vermeiden können, dies in größerem Umfang tun, als Firmen, die es schwerer haben. Bei ersteren fällt nämlich der Rentabilitätsvergleich zwischen Vermeiden (d.h., Vermeidungskosten zahlen, Steuern sparen) und emittieren (d.h., Steuern zahlen, Vermeidungskosten sparen) eher zugunsten der Vermeidungsaktivitäten aus, als bei letzteren. Da die Firmen ihre eigenen Kosten besser kennen als jede Behörde, hat man Anlaß zu der Vermutung, daß ein gegebenes Emissionsreduktionsziel mit einer Abgabe kostengünstiger, d.h. effizienter erreicht wird als ohne. Es zeigt sich also, daß eine Umweltpolitik mit Emissionsabgaben nicht versucht, das Umweltproblem in Marktwirtschaften durch Abschaffung des Marktmechanismus, sondern durch eine Ausweitung seines Anwendungsbereiches zu lösen.

Natürlich hat die Abgabenslösung den Nachteil, nur ein Marktpreissubstitut und kein wirklicher Marktpreis zu sein. Im Gegensatz zum wirklichen Marktpreis handelt es sich um einen staatlichen Festpreis, der nicht die wahren Knappheitsrelationen widerspiegelt. In einer Wirtschaft mit Wachstum und/oder Inflation ist er nicht in der Lage, die Einhaltung eines gegebenen Emissionshöchstniveaus zu garantieren.

Außerdem gibt es viele praktische Probleme bei der Festlegung der Abgabesätze, der Definition von Bemessungsgrundlagen usw.

b) Fungible Emissionsrechte

Eine weitere Idee für eine staatliche Umweltpolitik besteht in der Einrichtung marktfähiger Emissionsrechte. Diesem Konzept liegt folgende Überlegung zugrunde: Wenn der

1) vgl. dazu W. J. BAUMOL und W. E. OATES, *Economics, Environmental Policy, and the Quality of Life*, Englewood Cliffs, 1979. H. Ch. BINSWANGER, H. BONUS, M. TIMMERMANN, a.a.O. A. ENDRES, *Umwelt- und Ressourcenökonomie*, erscheint demnächst in der Reihe »Erträge der Forschung« der Wissenschaftlichen Buchgesellschaft, Darmstadt. H. SIEBERT, *Analyse der Instrumente der Umweltpolitik*, Göttingen 1976.

Staat in einer Region einen Höchstemissionsstandard gewahrt sehen möchte, und dies durch eine reine Auflagenpolitik durchsetzt, so bedeutet das, daß alle Firmen das Recht haben, Umweltressourcen kostenlos in Anspruch zu nehmen, solange der Grenzwert nicht erreicht ist. Ist er erreicht, so dürfen die Firmen um keinen Preis mehr Ressourcen in Anspruch nehmen. Hier wird also ein begrenzter Vorrat von Rechten kostenlos verteilt. Es ist nun gefragt worden, welche Konsequenzen sich ergeben, wenn man den Firmen gestatten würde, diese ihre Rechte zu verkaufen, oder wenn man ihnen die Rechte von vornherein nur gegen Entrichtung eines Preises überließe.¹⁾ Konzentrieren wir uns auf die erste Variante, und gehen wir von einer Situation aus, in der eine Region den Grenzwert einer bestimmten Emission erreicht hat. Will nun eine ansässige Firma expandieren, oder eine andere Firma neu in die betreffende Region eintreten, so muß sie berücksichtigen, daß diese Aktivitäten mit Emissionen verbunden sind. Da wir angenommen haben, daß das Emissionskontingent in der Region bereits erschöpft ist, kann die Firma, von der wir annehmen, sie sei ein Emittent des betroffenen Schadstoffs, ihre Expansions- bzw. Ansiedlungspläne nur verwirklichen, wenn sie von einer anderen in der Region emittierenden Firma Emissionsrechte im benötigten Umfang kauft oder selbst vollständige Emissionsvermeidungsmaßnahmen durchführt. Findet die Firma eine andere, die in der Lage ist, die Vermeidungsaktivitäten billiger durchzuführen als sie selbst, so werden sie sich auf einen Verkauf von Emissionsrechten einigen können. Der Preis der Rechte wird zwischen den Reduktionskosten der beiden Firmen liegen. Natürlich braucht der Handel nicht bilateral zwischen zwei Firmen stattfinden. Man kann sich vielmehr die Etablierung von Märkten für Emissionsrechte (unter Einschaltung von Emissionsmaklern und -Banken) mit vielen Teilnehmern auf der Angebots- und Nachfrageseite vorstellen.

Von diesem umweltpolitischen Mittel werden folgende Effekte erwartet:

- Wachstum und Strukturwandel in einer Region werden durch die Umweltpolitik nicht unmöglich gemacht.
- Das Umweltqualitätsziel wird erreicht.
- Die Lösung ist effizient: je billiger die Emissionsreduktion für eine Firma ist, desto mehr wird sie im Gleichgewicht reduziert.

Ein System fungibler Emissionsrechte wird in den U.S.A. bereits vielfach unter dem Namen »offset policy« bzw. »bubble concept« angewendet. Es hat in letzter Zeit viel Beachtung in der Bundesrepublik Deutschland gefunden.²⁾ Ich glaube, daß wir hier für die Ausgestaltung einer marktkonformen Umweltpolitik etwas lernen können.

2. Erschöpfliche Ressourcen

Vielfach wird behauptet, Marktsysteme seien prinzipiell unfähig, zukünftige Bedürfnisse zu berücksichtigen. Dies führe insbesondere zum Raubbau an erschöpflichen Ressourcen, wie Öl, Erzen, Mineralien usw. Eine nähere Betrachtung³⁾ zeigt jedoch, daß der Marktmechanismus bei natürlichen Ressourcen, an denen Eigentumsrechte durch-

1) vgl. dazu H. Ch. BINSWANGER, H. BONUS, M. TIMMERMANN, a.a.O., S. 143 ff., R. M. Lyon, *Auctions and Alternative Procedures for Allocating Pollution Rights*, *Land Economics* 1/1982, S. 16 - 32.

2) vgl. z. B. B. SCHÄRER, *Ökonomische Wege zur Bekämpfung der Luftverschmutzung in den Vereinigten Staaten*, *Zeitschrift für Umweltpolitik*, 1982, S. 237 - 50.

3) vgl. dazu P. S. DASGUPTA, G. M. HEAL, *Economic Theory of Exhaustible Resources*, Cambridge, Mass. 1979, A. Endres, *Umwelt- und Ressourcenökonomie*, a.a.O., H. SIEBERT, *Ökonomische Theorie der Umwelt*, Tübingen 1978, H. SIEBERT (Hg.), *Erschöpfbare Ressourcen*, Schriften des Vereins für Sozialpolitik N.F., Bd. 108, Berlin 1980.

gesetzt werden können, nicht schlecht gerüstet ist, einem Raubbau entgegenzuwirken:

Eine ressourcenbesitzende private Firma, die in der Zukunft eine merkliche Verknappung eines von ihr geförderten Rohstoffs erwartet, hat ein Interesse daran, die gegenwärtige Produktion etwas zu drosseln, um in der Zukunft, da ein höherer Preis gute Geschäfte verspricht, nicht ohne Ware dazustehen. Sie transferiert damit automatisch Ressourcen von der Gegenwart in die Zukunft und lindert so tendenziell die zukünftige Knappheit. Die Drosselung der gegenwärtigen Produktion hat, wenn die Firma einen bedeutenden Marktanteil hat, und/oder wenn sich andere Firmen auch so verhalten, eine Steigerung des Gegenwartspreises zur Folge. Den Nachfragern dieser Ressource (Firmen und Haushalten) wird so die Knappheit von morgen schon heute deutlich signalisiert. Sie haben also Zeit, sich in ihren Verbrauchsgewohnheiten umzustellen, indem sie etwa auf reichlicher vorhandene Ressourcen umsteigen, ressourcensparende Verfahren entwickeln, Recycling einführen usw.

Natürlich kann niemand behaupten, der Markt funktioniere hier perfekt. Es sei z.B. stets gewährleistet, daß die erforderlichen Umstellungen rechtzeitig erfolgen. Dies hängt von vielen Faktoren ab, etwa der Informiertheit der Firmen über zukünftige Entwicklungen oder davon, ob sie zukünftige und gegenwärtige Erträge auf dieselbe Weise miteinander vergleichen wie »die Gesellschaft«. Eine systematische Unfähigkeit zur Zukunftsvorsorge ist aber keineswegs erkennbar. Es erscheint höchst fraglich, ob andere Allokationssysteme hier besser arbeiten als der Markt.

Hindert man die Preise nicht an einer Reaktion auf sich für die Zukunft abzeichnende Verknappungen, so kommen nicht nur die vorhin angedeuteten Prozesse in Gang, die die Aufteilung des vorgegebenen Reservenbestandes zwischen Gegenwart und Zukunft modifizieren, sondern der Reservenbestand selbst wächst. Wie groß ein Reservenbestand ist, ist nämlich keineswegs eine rein geologische oder technische Frage. Die Verfügbarkeit von Ressourcen ist vielmehr selbst ein ökonomisches Phänomen: je größer die sich andeutende Knappheit der Ressource, desto höher ihr Preis und desto

größer der Vorrat an Ressourcen, der sich rentabel fördern läßt.

Anders ist die Angelegenheit bei Allmende-Ressourcen zu beurteilen, für die keine Eigentumsrechte abgegrenzt werden können. Hier führt der unkorrigierte Marktmechanismus auf ähnliche Weise zur Fehlallokation wie beim oben anhand des Konzepts der externen Effekte erläuterten Problem der Umweltverschmutzung. Staatliche Korrekturen sind hier unverzichtbar.

VII. Zusammenfassung

Es hat sich gezeigt, daß der Marktmechanismus ein leistungsfähiges Allokationssystem darstellt.

Die Bedürfnisbefriedigung von vielen Millionen unabhängig voneinander entscheidender Individuen wird koordiniert. Dabei werden Produktionsfaktoren tendenziell in die Verwendungen höchster Produktivität geleitet, und die Güterproduktion wird nach Menge und Zusammensetzung tendenziell an den Wünschen der Konsumenten ausgerichtet. Außerdem übt das System einen starken Anreiz zur Effizienz, dem reflektierten Umgang mit knappen Mitteln, aus. Natürlich birgt das System auch Gefahren und Probleme. Verteilungsaspekte, Marktmacht und Umweltgefährdung seien hier noch einmal besonders hervorgehoben. Eine Soziale Marktwirtschaft zähmt das System der reinen Marktwirtschaft mit einem Ordnungsrahmen, der die Bedeutung der beiden erstgenannten Probleme mindert. Der dritte Problembereich fordert zur Definition eines ökologischen Rahmens heraus, der die Umwelt schont, ohne die Funktionsbedingungen des Marktmechanismus zu zerstören.

Anschrift des Verfassers:

Prof. Dr. Alfred Endres
Institut für Volkswirtschaftslehre
der TU Berlin
Sekt. WW 15
Uhlandstr. 4-5
D-1000 Berlin 12

ZOBODAT - www.zobodat.at

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: [Laufener Spezialbeiträge und Laufener Seminarbeiträge \(LSB\)](#)

Jahr/Year: 1983

Band/Volume: [5_1983](#)

Autor(en)/Author(s): Endres Alfred

Artikel/Article: [Das Ordnungssystem der Sozialen Marktwirtschaft 22-30](#)