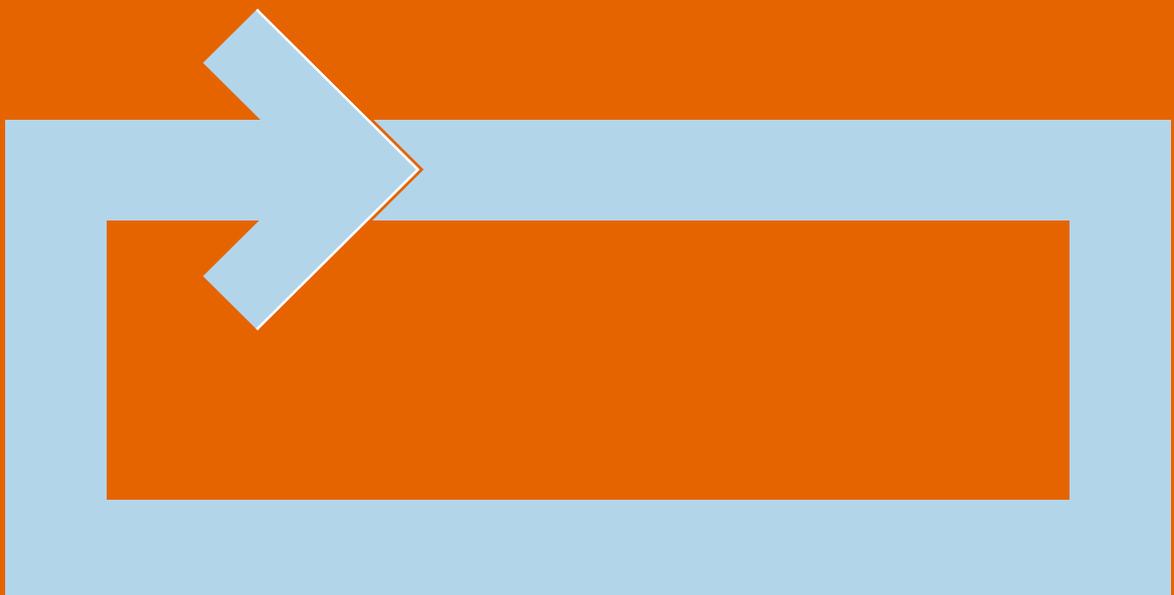
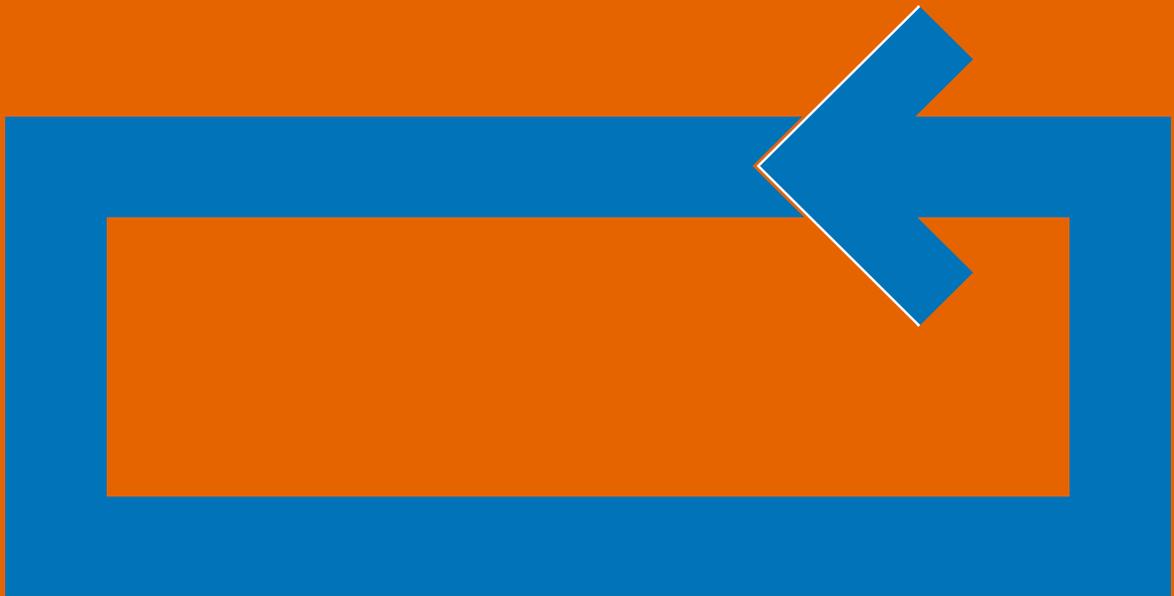


*Marktwirtschaft
und
Kapitalismus*

MODUL

I



Wie funktioniert unsere Wirtschaft, in welcher Rolle sehe ich mich darin, wie reden wir über das Wirtschaftssystem, was heißt Marktwirtschaft und was heißt Kapitalismus?

Inhalt

Einführung

I.1 **Aktivität: Bildimpuls – Arbeitsverhältnisse**

- M1–12: Zwölf Bilder zur Bedeutung von Arbeit in der heutigen Gesellschaft
- Methode: Statuentheater

I.2 **Aktivität: Das Gummibärchenspiel**

I.3 **Arbeitsblatt: Wer spricht wie über Wirtschaft?**

- M1: Mythos Soziale Marktwirtschaft (*Ralf Ptak*)
- M2: Mythos Soziale Marktwirtschaft (Alternativtext zu M1)
- M3: Soziale Marktwirtschaft und Kapitalismus (*Karikatur von Thomas Pläßmann*)
- M4: Was ist heute noch Soziale Marktwirtschaft? (*Telepolis, Interview mit Thomas Bedorf*)
- M5: Angriff auf die Marktwirtschaft (*Handelsblatt*)

I.4 **Arbeitsblatt: Marktwirtschaft und Kapitalismus**

- M1: Marktwirtschaft (*Lexikon Soziale Marktwirtschaft*)
- M2: Preisbildung (Schaubild)
- M3: Kurztext Marktwirtschaft (Alternativtext zu M1)
- M4: Kapitalismus (*Ulrich Brand*)
- M5: Kapital und Arbeit (Schaubild)
- M6: Kurztext Kapitalismus (Alternativtext zu M4)
- M7: Feministische Kapitalismuskritik (*Christine Bauhardt*)

I.5 **Aktivität: Das Marktspiel – Von der Konkurrenz zur Konzentration**

- M1: Markt und Marktformen (Autorentext)
- M2: Vom Anfang und Ende des Kapitalismus (*Ulrike Herrmann*)

Die Materialien haben folgende Formate

- **Einführung** – Fachliche Erläuterung des Themenschwerpunktes sowie ein didaktischer Kommentar zu den einzelnen Materialien
- ↑ **Aktivitäten** – Methoden, die Interaktionen in der Gruppe anregen und die zur Erarbeitung der Inhalte führen
- i **Infoblatt** – Erläuterungen zentraler Themen eines Moduls
- **Arbeitsblätter** – Methoden, die mit Text- und Bildmaterial arbeiten

Die Arbeitsblätter und Aktivitäten bestehen aus folgenden Elementen

- M1 **Materialien (M1 bis Mx)** – Texte, Bilder oder Karikaturen aus der öffentlichen Debatte oder Autorentexte

ARBEITSVORSCHLÄGE

Arbeitsvorschläge – Vorschläge zum inhaltlichen Erschließen der Materialien



Methoden – Spezielle Verfahren zur Bearbeitung der Materialien



Infotext – Erläuterungen zentraler Begriffe eines Arbeitsblattes



Diagramme – Grafisch aufbereitete Daten zum jeweiligen Thema



Requisiten – Spezielles Zubehör zu Methoden



Interviews – Für dieses Bildungsmaterial geführte Gespräche

Einführung

In der Alltagssprache, aber auch in den Medien, wird oft zwischen einem »bösen Kapitalismus« und einer »guten Marktwirtschaft« unterschieden. Insbesondere die »Soziale Marktwirtschaft« hat sich in Deutschland seit den 1950er-Jahren als positiv besetzter Begriff etabliert. Sie ruft Bilder von sozialstaatlicher Sicherung und Umverteilung auf, obgleich das dahinter stehende Konzept ursprünglich überhaupt nicht darauf ausgerichtet war. Und auch heute verwenden manche den Begriff, die das komplette Gegenteil anstreben. Kapitalismus hingegen ruft Bilder von fiesen, geldgierigen Ausbeutern auf der einen Seite und sklavenähnlichen Arbeitsbedingungen auf der anderen Seite auf. Bilder, die an das 19. Jahrhundert oder an heutige Textilfabriken in Bangladesch denken lassen. Analytisch sind solche Gegensätze zwischen »guter Marktwirtschaft« und »bösem Kapitalismus« allerdings nicht sinnvoll. Denn schließlich wird ja – um bei dem Beispiel zu bleiben – ein Großteil der Kleidung, die hierzulande verkauft wird, in Asien unter Bedingungen produziert, die hierzulande gesetzlich verboten wären.

In wirtschaftstheoretischer Hinsicht stellen die klassische Nationalökonomie und die Neoklassik den Markt in den Mittelpunkt ihrer Überlegungen. Dieser gilt hier als ideales Organisationsprinzip, da er in einer Gesellschaft von Egoist_innen zu den besten Ergebnissen für alle führe. Wenn alle ihren individuellen Nutzen verfolgen, bringe dies zugleich die optimalen Ergebnisse für die Gesamtheit hervor, so der Grundgedanke von Adam Smith, der die berühmte Metapher der unsichtbaren Hand für diese regulierende Kraft des Marktes erfand. Auf der gleichen Annahme beruht auch die vom Homo oeconomicus bevölkerte Modellwelt der Neoklassik, in der Angebot und Nachfrage stets zu einem Marktgleichgewicht führen. Zu den Krisen und Konzentrationsprozessen ebenso wie zu den sozialen und ökologischen Folgen der wirklichen Wirtschaftsprozesse hat diese Modellwelt allerdings wenig zu sagen.

Auf diese realen wirtschaftlichen und sozialen Prozesse zielt dagegen Kapitalismus als analytischer Begriff. Dabei wird die Bedeutung des

Markts für die »kapitalistische Produktionsweise« (Marx) keineswegs bestritten. Aber er gilt hier eben nicht per se als ideales Prinzip, sondern seine sozialen Voraussetzungen, Wirkungsweisen und Folgen rücken ins Zentrum der Betrachtung, das heißt unter anderem

- das Privateigentum an Produktionsmitteln,
- die Lohnarbeit, beziehungsweise der Verkauf der Arbeitskraft als Ware,
- die Akkumulation, das heißt die beständige Erweiterung des Kapitals durch Kredite und Reinvestition der Profite,
- die damit einhergehende und durch die Marktkonkurrenz befeuerte Konzentration in Megakonzerne und
- der mit dem ständigen Wachstumszwang einhergehende Naturverbrauch.

Entsprechende Analysen des Kapitalismus zielen auf eine Kritik der bestehenden gesellschaftlichen Verhältnisse. Damit wird immer auch die Frage nach Alternativen aufgeworfen, allerdings ohne den Anspruch, die »richtige Antwort« gleich mitliefern zu können. Diese Antworten zu geben, ist Sache der demokratischen gesellschaftlichen Auseinandersetzung.

Ein zentrales gesellschaftliches Verhältnis wird allerdings sowohl in den Theorien der (Neo-) Klassik als auch in Analysen des Kapitalismus oft nicht berücksichtigt: Das Geschlechterverhältnis. So haben feministische Autor_innen darauf hingewiesen, dass ökonomische Modelle wie der Homo oeconomicus oder Kategorien wie der Verkauf der Ware Arbeitskraft an männlichen Realitäten orientiert sind. Die noch immer mehrheitlich von Frauen geleistete Reproduktionsarbeit oder Care-Arbeit (Erziehung, Pflege, Kochen, Putzen etc.) kommt in ökonomischen Theorien oft gar nicht vor, weil sie unbezahlt zu Hause geleistet wird. Wenn sie marktvermittelt als Lohnarbeit organisiert ist, dann ist sie vielfach schlecht bezahlt und das, obgleich sie gesellschaftlich absolut unverzichtbar ist. Auch das gilt es bei der Auseinandersetzung mit unserer Wirtschaftsweise im Unterricht und in anderen Bildungsveranstaltungen zu berücksichtigen. ■

Zu den Elementen des Moduls

- Die **Aktivität I.1 (Bildimpuls – Arbeitsverhältnisse)** bietet zum Einstieg *zwölf Bilder (M1–12)* an, die Fragen nach der Bedeutung von Arbeit in der heutigen Gesellschaft aufwerfen. In Gruppenarbeit können die Lernenden damit verbundene Konfliktfelder identifizieren und diese in Form des *Statuentheaters* darstellen. Ein zweiter Arbeitsvorschlag ist, die Bilder einmal danach zu sortieren, wer vermutlich am meisten freie Zeit für sich hat und einmal danach, wer vermutlich das meiste Geld bekommt, um so wiederum in ein Gespräch über die gesellschaftliche Bedeutung von Arbeitsverhältnissen zu kommen.
Als weitere Möglichkeit zum Einstieg bieten sich auch die Fragen zum Thema Kapitalismus im Meinungsbarometer aus Modul III an (**Aktivität III.1**).
- Die **Aktivität I.2 (Das Gummibärchenspiel)** simuliert grundlegende Mechanismen der kapitalistischen Marktwirtschaft und ist gut zum Einstieg geeignet. Aufgeteilt in die Rollen von Unternehmer_innen, (teils eingewanderten) Arbeiter_innen und Erwerbslosen produzieren die Lernenden Schiffe für den Markt. Dabei werden unter anderem die Zwänge zur Akkumulation einerseits und zur Lohnarbeit andererseits spielerisch nachvollzogen.
- **Arbeitsblatt I.3 (Wer spricht wie über Wirtschaft?)** thematisiert die verbreitete sprachliche Unterscheidung zwischen »positiver (Sozialer) Marktwirtschaft« und »negativem Kapitalismus« und fragt ideologiekritisch nach den Interessen, die mit solchen sprachlichen Figuren verbunden sind. Zunächst können die Lernenden in getrennten Gruppen Assoziationen zu den Begriffen Marktwirtschaft und Kapitalismus sammeln und die Ergebnisse vergleichen. Anschließend bieten ein Text des *Wirtschaftswissenschaftlers Ralf Ptak (M1)* oder ein *etwas weniger voraussetzungsvoller Text (M2)* sowie eine *Karikatur von Plaßmann (M3)* die Möglichkeit einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Begriff der Sozialen Marktwirtschaft. Schließlich können die Lernenden wiederum in Gruppenarbeit die Verwendung der Begriffe »(Soziale) Marktwirtschaft« einerseits und »Kapitalismus/Neoliberalismus« andererseits in der medialen Öffentlichkeit analysieren. Als Material dienen dabei ein *Interview mit dem Philosophen Thomas Bedorf (M4)* sowie ein *Text aus dem Handelsblatt (M5)*. Abschließend wird die These »Soziale Marktwirtschaft ist Kapitalismus im Schafspelz« zur Diskussion gestellt.
- **Arbeitsblatt I.4 (Marktwirtschaft und Kapitalismus)** bietet einen Zugang zu den theoretischen Konzepten der Marktwirtschaft einerseits und des Kapitalismus andererseits, die jeweils in einer Gruppe bearbeitet werden. Zunächst entwickeln die Gruppen eine spontane Arbeitsdefinition, die gemeinsam besprochen wird. Dabei kann auch die *Karikatur (M3)* aus dem Arbeitsblatt I.3 eingesetzt werden. Anschließend erarbeitet jede Gruppe anhand eines Textes und eines Schaubildes einen Kurzvortrag zu ihrem Konzept. Materialgrundlage der Gruppe »Marktwirtschaft« ist dabei der Eintrag »Angebot und Nachfrage« aus dem »*Lexikon Soziale Marktwirtschaft« der Konrad-Adenauer-Stiftung (M1)*, ein *Schaubild zur Bildung von Gleichgewichtspreisen (M2)* sowie ein etwas *leichterer Alternativtext (M3)*. Grundlage der Gruppe »Kapitalismus« ist ein *Text des Politikwissenschaftlers Ulrich Brand (M4)*, ein *Schaubild zu den gekoppelten Kreisläufen der Güterproduktion und der Reproduktion von Arbeitskraft (M5)* sowie wiederum ein etwas *leichterer Alternativtext (M6)*. Nachdem die Gruppen die Kurzvorträge gehalten und sie gemeinsam diskutiert haben, können die Arbeitsdefinitionen zu fundierten Kurzdefinitionen überarbeitet werden. Den Abschluss bildet ein Text von *Christine Bauhardt zum Thema Feministische Kapitalismuskritik (M7)*. Die zugehörigen Arbeitsvorschläge zielen auf einen Vergleich mit den zuvor erarbeiteten Ergebnissen und somit auch auf die Ergebnissicherung und Vertiefung. An die feministische Debatte schließt auch das **Arbeitsblatt IV.5** zum Thema Care Revolution im Alternativen-Teil an.
- In der **Aktivität I.5 (Das Marktspiel – Von der Konkurrenz zur Konzentration)** begegnen sich die Lernenden als Käufer_innen und Verkäufer_innen auf dem Markt. Zunächst wird das neo-klassische Modell des »vollkommenen Marktes« simuliert, danach setzt der typische konkurrenzgetriebene Konzentrationsprozess ein. Anschließend werden das Modell des idealen Marktes und die Marktformen in einem *Autoren-text (M1)* eingeführt. Dies wird anschließend mit den realen Konzentrationsprozessen kontrastiert. Grundlage ist ein *Text der Wirtschaftsjournalistin Ulrike Herrmann (M2)*. Zur Weiterarbeit bietet sich die Thematisierung von Wettbewerbspolitik an, zugleich kann aber auch diskutiert werden, ob angesichts der faktischen Konzentration die Vergesellschaftung von Großkonzernen (siehe **Arbeitsblatt IV.5**) sinnvoll wäre. ■

Bildimpuls – Arbeitsverhältnisse

ARBEITSVORSCHLÄGE

1a. Bilden Sie Gruppen von vier bis fünf Personen. Jede Gruppe bekommt einen Satz Bilder (M1 bis M12).

Möglichkeit A

- Entweder es wurde schon ein Bild ausgewählt oder die Gruppe sucht sich (zufällig) eines aus.
- Suchen Sie in Ihrer Kleingruppe aus den restlichen Bildern eins aus, das einen deutlichen Gegensatz zum ersten Bild zeigt.
- Benennen Sie ein Problem oder einen Konflikt, der in dem Kontrast deutlich wird.

Möglichkeit B

- Wählen Sie ein Bild aus M1 bis M12 aus.
- Überlegen Sie, wie ein Gegenbild (ein Kontrast) dazu aussehen könnte.
- Benennen Sie ein Problem oder einen Konflikt, der in dem Kontrast deutlich wird.

1b. Stellen Sie das Problem/den Konflikt als Statue dar (siehe Methodenbeschreibung). Kommen

Sie dann wieder in der Gesamtgruppe zusammen und zeigen Sie sich gegenseitig die Statuen.

1c. Besprechen Sie die folgenden Fragen:

- Was sagen die Statuen über die Gesellschaft aus, in der wir leben?
- Gab es beim Bauen und Anschauen der Statuen besonders eindrückliche oder überraschende Momente?
- Was sagen die anderen Bilder über unser Zusammenleben aus?

2. Bilden Sie Zweiergruppen. Überlegen Sie, wie das Leben der Menschen auf den Bildern aussehen könnte. Dann sortiert eine Person die Bilder danach, wer vermutlich am meisten Zeit für sich hat. Die andere Person sortiert die Bilder danach, wer vermutlich am meisten Geld bekommt. Was sagen die Sortierungen über unsere Gesellschaft aus? Besprechen Sie dies abschließend auch in der Gesamtgruppe.

STATUENTHEATER (METHODENBESCHREIBUNG FÜR TEILNEHMENDE)

Ihre Kleingruppe hat die Aufgabe, gemeinsam eine Statue zum vorgegebenen Thema zu entwickeln, die anschließend in einer »Ausstellung« in der Gesamtgruppe gezeigt wird. Verständigen Sie sich kurz über das vorgegebene Thema und mögliche Ideen dazu (etwa 5 Minuten).

Der Bau der Statue verläuft weitgehend stumm und ist in zwei Varianten möglich: Einigen Sie sich auf eine_n Bildhauer_in, welche_r die Gruppenmitglieder im Raum anordnet, *oder* verständigen Sie sich in Ihrer Gruppe mit Blicken und Gesten auf eine gemeinsame Anordnung. Wichtig sind die Stellung der Körper zueinander, die Körperhaltung und der Gesichtsausdruck. Außerdem können Sie Requisiten (z.B. Stühle oder Trinkflaschen) nutzen.

Variante: Umbau der Statuen

Eine Statue, die ein ungelöstes Problem darstellt, kann umgebaut werden. Alle Darsteller_innen (Teile der Statue) suchen einen Satz, der ihre Si-

tuation, ihr Empfinden oder einen Wunsch ausdrückt und sprechen ihn laut aus (z.B. »Mein Arm schläft ein« oder »Ich werde hier erdrückt«). Anschließend können alle nacheinander »in Zeitlupe« ihre Position verändern *oder* ein_e Bildhauer_in nimmt den Umbau vor. Hierbei beginnen stets diejenigen, die sich besonders unwohl fühlen und die anderen reagieren darauf. Abschließend formulieren alle noch einen Satz, der ihre neue Situation ausdrückt.

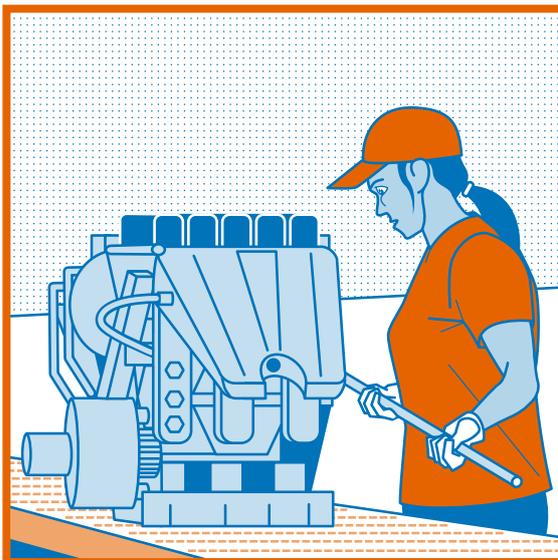
Variante: Aktionsbild

Entwickeln Sie eine Statue, die Sie im Rahmen einer Protestaktion an einem öffentlichen Ort aufführen könnten. Sie können auch eine »bewegliche Maschine« bauen, das heißt zwei Statuen, die abwechselnd ineinander übergehen.

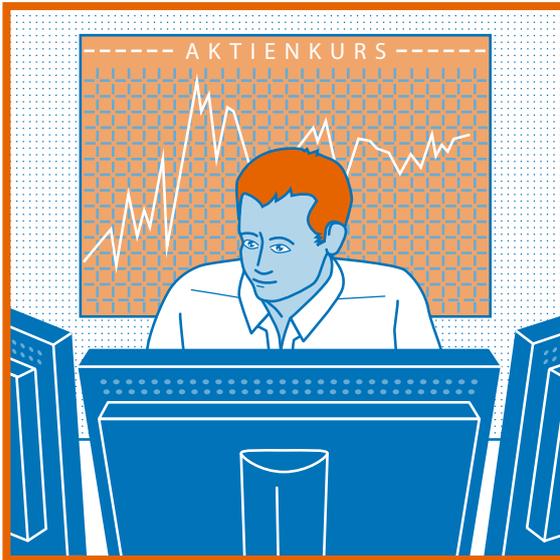
Bedenken Sie dabei die folgenden Aspekte:

- Was ist die zentrale Aussage der Aktion?
- Welche Statue passt zu dieser Aussage?
- Wer ist die Zielgruppe?
- Was ist ein geeigneter Ort für die Aktion?
- Werden Requisiten für die Statue gebraucht?

M1 – M6



M7 – M12



Das Gummibärchen-Spiel

Kurzbeschreibung:

Die Aktivität simuliert grundlegende Mechanismen der kapitalistischen Marktwirtschaft. Alle Beteiligten brauchen ein Einkommen (Gummibärchen), damit sie die notwendigen Dinge des Lebens wie Essen, Kleidung, Wohnung und vielleicht einige Luxusgüter konsumieren können (Gummibärchen essen). Dabei gibt es verschiedene Rollen: Unternehmer_innen investieren ihr Kapital (in Stifte, Papier und Arbeitskräfte) und produzieren Waren (Papierschiffchen), um sie mit Gewinn zu verkaufen. So finanzieren sie ihren privaten Konsum und akkumulieren Kapital, das sie erneut investieren. Die Lohnabhängigen finanzieren ihren Konsum, indem sie für die Unternehmer_innen arbeiten. Erwerbslose sind auf Unterstützung angewiesen und können nur auf sehr niedrigem Niveau konsumieren. Sowohl die Unternehmer_innen als auch die Lohnabhängigen und Erwerbslosen stehen permanent in Konkurrenz zueinander. Eingewanderte (und eventuell Frauen) sind dabei zusätzlich diskriminierenden Regeln ausgesetzt.

Zeit:

90 Minuten

Gruppengröße:

9 bis 30

Material:

- 600 bis 800 Gummibärchen = 4 bis 5 Packungen (alternativ: Schokolinsen, Salzbrezeln, Nüsse oder ähnliches).
- 4 bis 5 Tische
- ca. 200 Blatt DIN-A4-Papier
- bunte Stifte
- Tafel oder Wandzeitung
- kopierte Rollenkarten
- Faltpläne für Papierschiffe
- Nach Möglichkeit: 5 Teller und für die restlichen Personen Becher zum Aufbewahren der Gummibärchen

Ablauf:

1. VORBEREITUNG:

- Rollenkarten und Faltpläne je nach Gruppengröße kopieren

Teilnehmer_innen	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Rollenverteilung nach Gruppengröße																							
Unternehmer_innen	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Arbeiter_innen	4	5	6	6	6	7	8	8	9	10	11	11	11	12	13	14	14	14	15	16	17	17	17
Arbeitslose	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5
Arbeitsmigrant_innen	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5
Amt	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

- Tische stellen und bestücken:
 - Zwei oder drei Tische mit einem Schild »Schiffswerft«, einem Teller für das Startkapital und einem Faltpapier für Schiffe.
 - Ein Tisch mit dem Schild »Amt«, dazu ein Teller mit Gummibärchen für die Auszahlung von Arbeitslosengeld plus etwas Papier und Faltpläne für Qualifizierungsmaßnahmen.
 - Ein Tisch (vor der Tafel oder Wandzeitung) mit dem Schild »Spielleitung/ Markt«, dazu das restliche Papier, die restlichen Gummibärchen und ein Teller.
 - Löhne und Preise an die Tafel schreiben oder aufhängen (siehe Preise-Tabelle).

Preis-Tabelle		Hinweise für die Spielleitung
Startkapital		
Unternehmer_in	20 Gummibärchen	Unternehmer_innen müssen davon am Anfang Produktionsmittel kaufen: Stifte (Maschinen) und Papier (Rohstoffe)
Arbeiter_in	3 Gummibärchen	
Erwerbslose_r	2 Gummibärchen	
Eingewanderte_r	2 Gummibärchen	
Marktpreise		
Investitionen: 1 Stift	4 Gummibärchen	Die Preise können sich je nach Situation auf dem Markt ändern und werden jeweils angepasst
Rohstoffe: 10 Blatt Papier	3 Gummibärchen	
Produkte: 1 Schiff	4 Gummibärchen	
Löhne und Lohnersatz		
Lohn	4 Gummibärchen	Die Löhne sind Verhandlungssache zwischen Arbeiter_innen und Unternehmer_innen
Arbeitslosengeld	1 Gummibärchen	
Konsum		
Unternehmer_in	3 Gummibärchen	Gelegentlich kommen Sonderausgaben dazu oder die Lebenshaltungskosten steigen generell. Erwerbslose können nur ihr Arbeitslosengeld (plus ggf. Ersparnis) verbrauchen.
Arbeiter_in	2 Gummibärchen	
Erwerbslose	1–2 Gummibärchen	

2. GRUNDZÜGE DES SPIELS ERLÄUTERN

- Im Spiel geht es darum, wie unser Wirtschaftssystem funktioniert.
- Es gibt Unternehmer_innen, Arbeiter_innen und Arbeitslose.
- Alle müssen in regelmäßigen Abständen Gummibärchen essen (so wie im richtigen Leben alle konsumieren, das heißt ihr Einkommen für Essen, Kleidung, Wohnung und so weiter ausgeben).
- Produziert werden Schiffe: Dazu werden auf dem Markt (bei der Spielleitung) Papier und Stifte gekauft und die Schiffe werden dann wieder auf dem Markt verkauft.
- An der Tafel (Wandzeitung) stehen die Anfangspreise (siehe Tabelle »Preise«), die sich aber verändern können:
 - Bei den Schiffen kommt es zum Beispiel auch auf die Qualität an (wie schön sind sie gestaltet und so weiter).
 - Die Löhne sind Verhandlungssache zwischen Unternehmer_innen und Arbeiter_innen. Der normale Tariflohn liegt derzeit bei vier Gummibärchen.
 - Die Marktpreise können sich je nach allgemeiner Wirtschaftslage verändern.
 - Weitere Regeln gibt es nicht, es liegt an den Spieler_innen, etwas aus ihren Rollen zu machen.

3. SPIELBEGINN

- Rollenverteilung: Die Rollenkarten werden verlost. Je nach Gruppe können »das Amt« und »die Unternehmer_innen« auch nach Wunsch vergeben oder auch gezielt verteilt werden. Anschließend werden mögliche Rückfragen zu den Rollen geklärt.
- Startkapital: Die Spielleitung verteilt je nach Rolle das Startkapital.
- Konsum: Alle müssen entsprechend ihrer Rolle Gummibärchen konsumieren (siehe Spalte »Konsum« in der »Preis«-Tabelle). Wenn manche Teilnehmenden keine Gummibärchen essen wollen, sammelt die Spielleitung ihre Gummibärchen entsprechend ein.
- Danach beginnt das Spiel mit der ersten Marktöffnungsphase. Diese muss so lange dauern, bis die ersten Schiffe verkauft werden, damit die Unternehmen Löhne zahlen können.

4. SPIELPHASEN

- **Öffnungszeit des Marktes:** Die Spielleitung verkauft Papier und Stifte zum aktuellen Preis und sie kauft Schiffe je nach Qualität und aktuellem Durchschnittspreis. Wenn neue Produkte angeboten werden (besondere Schiffe, Hüte etc.), entscheidet sie, ob sich diese Produkte auf dem Markt durchsetzen und zu welchem Preis.
- **Monatsende:** Durch Klatschen oder lautes Pfeifen der Spielleitung wird das Spiel unterbrochen – alle Tätigkeiten werden eingestellt.
- **Zahltag:** Die Arbeiter_innen bekommen ihre Löhne und die Erwerbslosen das Arbeitslosengeld ausgezahlt.
- **Konsum:** Alle müssen entsprechend ihrer Rolle Gummibärchen konsumieren (siehe Spalte »Konsum« in der »Preis«-Tabelle). Wenn manche Teilnehmenden keine Gummibärchen essen wollen, sammelt die Spielleitung ihre Gummibärchen entsprechend ein.
- **Marktanpassung:** Je nach Spielverlauf kann die Spielleitung die Marktpreise anpassen. Dazu können zum Beispiel die folgenden Schlagzeilen angeschrieben werden:
 - Boom auf dem Schiffsmarkt
 - Flaute auf dem Schiffsmarkt
 - Rohstoffpreise steigen
 - Gewerkschaft droht mit Streik
 - Hohe Nachfrage nach Kriegsschiffen
 - Die Lebenshaltungskosten steigen
- **Monatsbeginn:** Die Migrant_innen werden erinnert, dass sie zu Beginn jeden Monats eine Verlängerung ihrer Arbeitserlaubnis brauchen. Danach öffnet der Markt wieder und das Spiel geht weiter.

5. SPIELENDEN

- Das Spiel endet, wenn die Handlungsprinzipien klar geworden sind und die Dynamik nachlässt.
- In diesem Fall können die Unternehmer_innen noch einmal ihre restlichen Schiffe (ggf. auch Rohstoffe/Papier und Maschinen/Stifte) auf dem Markt zu Geld/Gummibärchen machen.
- Anschließend nehmen alle die Teller oder Becher mit ihrem aktuellen Vermögen mit zur Auswertung in einen Stuhlkreis.

6. AUSWERTUNG

- Wie viele Gummibärchen haben sie sich erarbeitet?
- Wie war das Spiel, welche Momente sind ihnen besonders in Erinnerung?
 - Wie ging es ihnen in den Rollen?
 - Wie ging es den Arbeiter_innen?
 - Wie ging es den Arbeitslosen?
 - Wie ging es den Arbeitsmigrant_innen?
 - Wie ging es dem Amt?
 - Wie ging es den Unternehmer_innen?
- Gab es Unterschiede zwischen Männern und Frauen?
- Wer konnte sich weiterentwickeln, wer nicht? Warum?
- Welche Interessen und Strategien haben die Akteur_innen verfolgt?
- Was bedeutet die Konkurrenz zwischen den Beschäftigtengruppen für die Unternehmen? Und was bedeutet sie für die restlichen Beteiligten?
- Gibt es Erkenntnisse aus dem Spiel, die sich auf das wirkliche Wirtschaftsleben übertragen lassen?

REQUISITEN ROLLENKARTEN

Unternehmer_in

Dir gehört eine Schiffswerft und Du hast ein Startkapital von 20 Gummibärchen. Deine Aufgabe ist, möglichst viel Gewinn aus dem Kapital zu machen. Du kannst Arbeiter_innen anstellen, um Schiffe zu produzieren (möglichst schnell, möglichst gut, möglichst viele). Die Arbeiter_innen bekommen von Dir am Ende eines Monats ihren Lohn. Der normale

Lohn sind aktuell 4 Gummibärchen pro Runde. Arbeitslosen und Migrant_innen, die eine Arbeitserlaubnis brauchen, kannst Du etwas weniger bezahlen. Oft verdienen auch Frauen etwas weniger als Männer. Wenn das Geschäft schlecht geht, musst Du mit allen neu über den Lohn verhandeln. Spiele Deine Rolle so realistisch wie möglich.

Arbeiter_in

Du hast 3 Gummibärchen, die reichen aber nicht lange. Jeden Monat musst Du mindestens 2 Gummibärchen konsumieren (so wie Du im richtigen Leben Essen, Miete und Kleidung bezahlen musst). Du musst für deinen Lebensunterhalt arbeiten. Suche Dir ein Unternehmen, das Dich anstellt und Dir einen

möglichst guten Lohn bezahlt. Du kannst auch das Unternehmen wechseln oder gemeinsam mit anderen Arbeiter_innen für bessere Löhne streiken. Vielleicht fallen Dir auch noch andere Dinge ein, die Du tun kannst. Spiele Deine Rolle so realistisch wie möglich.

Arbeiter_in

Du hast 3 Gummibärchen, die reichen aber nicht lange. Jeden Monat musst Du mindestens 2 Gummibärchen konsumieren (so wie Du im richtigen Leben Essen, Miete und Kleidung bezahlen musst). Du musst für deinen Lebensunterhalt arbeiten. Suche Dir ein Unternehmen, das Dich anstellt und Dir einen

möglichst guten Lohn bezahlt. Du kannst auch das Unternehmen wechseln oder gemeinsam mit anderen Arbeiter_innen für bessere Löhne streiken. Vielleicht fallen Dir auch noch andere Dinge ein, die Du tun kannst. Spiele Deine Rolle so realistisch wie möglich.

Arbeiter_in

Du hast 3 Gummibärchen, die reichen aber nicht lange. Jeden Monat musst Du mindestens 2 Gummibärchen konsumieren (so wie Du im richtigen Leben Essen, Miete und Kleidung bezahlen musst). Du musst für deinen Lebensunterhalt arbeiten. Suche Dir ein Unternehmen, das Dich anstellt und Dir einen

möglichst guten Lohn bezahlt. Du kannst auch das Unternehmen wechseln oder gemeinsam mit anderen Arbeiter_innen für bessere Löhne streiken. Vielleicht fallen Dir auch noch andere Dinge ein, die Du tun kannst. Spiele Deine Rolle so realistisch wie möglich.

Arbeiter_in

Du hast 3 Gummibärchen, die reichen aber nicht lange. Jeden Monat musst Du mindestens 2 Gummibärchen konsumieren (so wie Du im richtigen Leben Essen, Miete und Kleidung bezahlen musst). Du musst für deinen Lebensunterhalt arbeiten. Suche Dir ein Unternehmen, das Dich anstellt und Dir einen

möglichst guten Lohn bezahlt. Du kannst auch das Unternehmen wechseln oder gemeinsam mit anderen Arbeiter_innen für bessere Löhne streiken. Vielleicht fallen Dir auch noch andere Dinge ein, die Du tun kannst. Spiele Deine Rolle so realistisch wie möglich.

REQUISITEN ROLLENKARTEN

Erwerbslose_r

Du hast aktuell leider keine Arbeit, Du hast nur 2 Gummibärchen gespart. Wenn Du zum Amt (zur Arbeitsagentur) gehst, bekommst Du Arbeitslosengeld. Jeden Monat musst Du mindestens 2 Gummibärchen konsumieren (so wie Du im richtigen Leben Essen, Miete und Klei-

dung bezahlen musst). Und wenn Du nicht bald Arbeit findest, kann das Arbeitslosengeld weiter gekürzt werden. Versuche, wieder Arbeit zu finden. Spiele Deine Rolle so realistisch wie möglich.

Arbeiter_in mit Aufenthalts- und Arbeitserlaubnis

Du hast 2 Gummibärchen, die reichen aber gerade für einen Monat, denn Du musst mindestens 2 Gummibärchen konsumieren (so wie Du im richtigen Leben Essen, Miete und Kleidung bezahlen musst). Du musst für Deinen Lebensunterhalt arbeiten. Suche Dir ein Unternehmen, das Dich anstellt.

Du bist aus einem Staat außerhalb der EU eingewandert und hast nur eine beschränkte Arbeits- und Aufenthaltserlaubnis. Du musst jeden Monat zur Ausländerbehörde und versuchen, die Erlaubnis zu verlängern (Kreuz rechts auf der Rollenkarte vom Amt holen). Wenn Du keine Arbeit hast, bekommst Du vielleicht kein Arbeitslosengeld. Spiele Deine Rolle so realistisch wie möglich.

- ARBEITSERLAUBNIS

Das Amt (Arbeitsagentur und Ausländerbehörde)

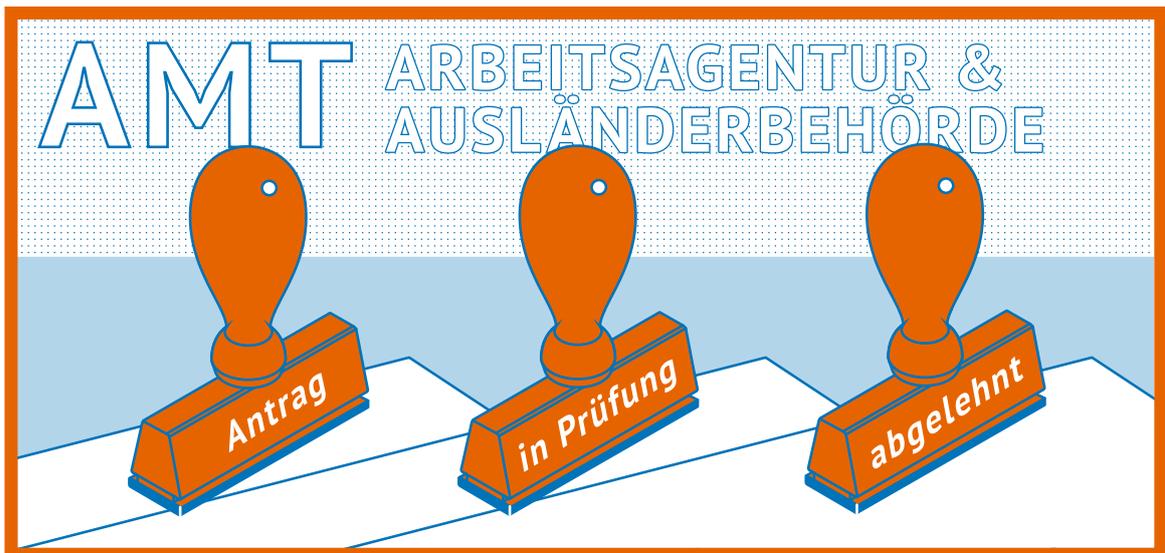
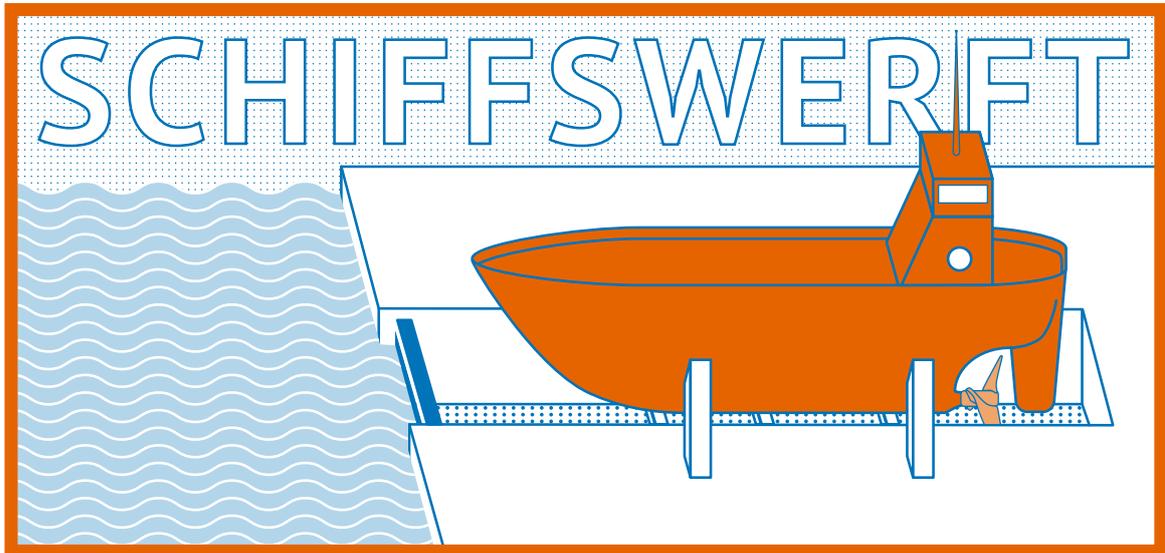
Du bist dafür zuständig, dass Erwerbslose möglichst wieder eine bezahlte Arbeit bekommen:

- Du kannst sie weiterbilden (z. B. Hüte basteln ...)
- Du kannst Zuschüsse an die Arbeitgeber_innen zahlen.
- Du kannst Druck ausüben, schlechte Jobs für weniger Geld anzunehmen.
- Du kannst das Arbeitslosengeld kürzen, wenn sie sich nicht regelmäßig melden, nicht bereit sind, schlechte Jobs anzunehmen, oder Qualifizierungsmaßnahmen verweigern.

Am Ende eines Monats (Ansage der Spielleitung) zahlst Du an alle Erwerbslosen das Arbeitslosengeld aus und nimmst Dir selbst den normalen Lohn.

Du bist außerdem für die Arbeitserlaubnis für die Arbeiter_innen aus Staaten außerhalb der EU zuständig. Allerdings musst Du offene Stellen vorher an Erwerbslose mit deutschem oder EU-Pass vermitteln. Am Monatsanfang kommen diejenigen zu Dir, die eine Verlängerung der Arbeitserlaubnis brauchen. Spiele die Rolle so realistisch wie möglich.

REQUISITEN ROLLENKARTEN



Die Aktivität ist inspiriert durch das gleichnamige Spiel in der Broschüre »Bildung zu Kapitalismus und Kapitalismuskritik« herausgegeben von der AG PolÖk des Jugendbildungsnetzwerkes bei der Roas-Luxemburg-Stiftung, Berlin 2011.

Wer spricht wie über Wirtschaft?

K	M
A	A
P	R
I	K
T	T
A	W
L	I
I	R
S	T
M	S
U	C
S	H
	A
	F
	T

ARBEITSVORSCHLAG

1. Teilen Sie sich in zwei etwa gleich große Gruppen auf. Eine Gruppe beschäftigt sich mit dem Begriff »Marktwirtschaft«, die andere Gruppe mit dem Begriff »Kapitalismus«.

1a. Teilen Sie Ihre Gruppe noch einmal in Kleingruppen von etwa fünf Personen und finden Sie gemeinsam zu jedem Buchstaben Ihres Begriffs neue Worte, die dazu passen.

1b. Finden Sie eine vorläufige Arbeitsdefinition: Sagen Sie in einem oder zwei Sätzen, was Ihr Begriff bedeutet.

1c. Sammeln Sie in der Gesamtgruppe die Arbeitsdefinitionen, die Sie zu den Begriffen gefunden haben.

1d. Sammeln Sie die Worte, die Sie zu den Begriffen gefunden haben. Was fällt Ihnen dabei auf? Welche Worte kamen bei beiden Begriffen vor, welche nur bei einem? _____

M1 Mythos Soziale Marktwirtschaft

1 Wenn in Deutschland über Wirtschafts- und Sozialpolitik gesprochen wird, geht kein Weg an der Sozialen Marktwirtschaft vorbei. Sie steht gleichermaßen für den wirtschaftlichen Erfolg in der Nachkriegszeit wie für das vermeintlich Unmögliche: Der Marktwirtschaft eine soziale Dimension zu verleihen und damit wirtschaftliche Effizienz mit gesellschaftlichem Zusammenhalt zu verknüpfen. Vor diesem Hintergrund ist der Begriff der Sozialen Marktwirtschaft ein identitätsstiftendes Fahnenwort geworden, das unterschiedlichste politische Kräfte und gesellschaftliche Interessengruppen für sich zu nutzen suchen. Wenn nun aber gleichermaßen linke, konservative und liberale Parteien, Unternehmensverbände wie auch die Gewerkschaften ein und denselben Begriff benutzen, dann stellt sich die Frage, was diesen Begriff so attraktiv macht und wofür er eigentlich steht.

20 Es war die Große Depression von 1929 bis 32, die das bis dahin dominierende wirtschaftsliberale Denken der Neoklassik aus den Fugen geraten ließ. Interventionistische, marktskeptische Konzepte der Wirtschaftspolitik wie von John Maynard Keynes (1883–1946) gewannen international an Einfluss und lösten eine Revolution in der Wirtschaftswissenschaft aus. Unter dem Eindruck dieser Veränderungen suchten auch die wirtschaftsliberalen Vertreter nach realitätstauglichen Konzepten und begründeten zu Beginn der 30er-Jahre einen »neuen« Liberalismus. Damit ist die Geburtsstunde des Neoliberalismus umrissen, der eben nicht allein in den angelsächsischen Ländern, sondern maßgeblich auch in Deutschland in einer spezifischen Variante seinen Anfang nahm. Das 1932 erstmals formulierte neoliberale Verständnis eines »liberalen Interventionismus« (Alexander Rüstow, 1885–1963) bildet zugleich den programmatischen Kern der späteren Konzeption der Sozialen Marktwirtschaft, die in der unmittelbaren Nachkriegszeit politisch wirksam werden sollte.

Der deutsche Neoliberalismus firmiert seit den 1950er-Jahren unter dem Begriff des Ordoliberalismus, dessen theoretisches Zentrum in Freiburg liegt, weshalb man von der Freiburger Schule spricht. Der Ordoliberalismus unterscheidet sich vom angelsächsischen Ansatz dadurch, dass er auf einen »starken Staat« setzt, der das marktwirtschaftliche Konkurrenzprinzip möglichst vollständig durchsetzen und wirtschaftliche Macht in Form von Kartellen oder Monopolen verhindern soll. Das implizierte bei schweren gesamtwirtschaftlichen Störungen sogar konjunkturpoliti-

sche Eingriffe in das Wirtschaftsgeschehen, allerdings nur insoweit, als sie an »marktkonformen« Grundsätzen ausgerichtet sind.

Neben dem »starken Staat« mit seiner autoritären Note ist die Frage nach dem sozialen Zusammenhalt der Marktgesellschaft zumindest ein Thema des Ordoliberalismus. Aber trotz der analytischen Anerkennung sozialer Problemlagen in der Marktwirtschaft grenzen sich die originären Vertreter der Sozialen Marktwirtschaft eindeutig von staatlicher Umverteilungspolitik zur Korrektur ungerechter Marktergebnisse ab. Die originäre Konzeption stützt sich auf ein individualistisches Menschenbild, das an Leistung und Konkurrenz ausgerichtet ist und explizit als Gegenentwurf zum makroökonomisch fundierten Sozialstaat definiert wurde.

Die heutige Popularität der Sozialen Marktwirtschaft ist nicht zuletzt das Ergebnis gezielter Öffentlichkeitskampagnen. Mit Ludwig Erhard (1897–1977) hatten die Ordoliberalen einen populären Wirtschaftspolitiker in ihren Reihen, unter dessen Regie eine professionelle Vermarktung des Begriffs der Sozialen Marktwirtschaft einsetzte. Zunächst hatte sich 1949 die CDU diese Formel zu eigen gemacht und in den folgenden Bundestagswahlkämpfen die Soziale Marktwirtschaft zu ihrer zentralen wirtschaftspolitischen Botschaft erklärt. Etwas später gründeten westdeutsche Großunternehmen den Verein »Die WAAGE«, der mit hohem finanziellen Aufwand den ordoliberalen Kurs der Sozialen Marktwirtschaft durch umfangreiche PR-Maßnahmen (Anzeigen, Comics, Plakate, Filme) stützte. 1953 wurde dann die Aktionsgemeinschaft Soziale Marktwirtschaft (ASM) gegründet, die bis heute als Lobby und politische Bildungseinrichtung des Ordoliberalismus wirkt.

Damit wurde der Mythos der Sozialen Marktwirtschaft geboren. Allerdings ist die populäre Hypothese, dass die gute wirtschaftliche Entwicklung der frühen Bundesrepublik ursächlich auf das der Sozialen Marktwirtschaft zugrunde liegende Konzept der Ordoliberalen zurückzuführen ist, wissenschaftlich nicht belegt. Tatsache ist, dass das hohe Wirtschaftswachstum der 1950er- und -60er-Jahre ein internationales Phänomen war und vermutlich weniger auf eine spezifische wirtschaftspolitische Konzeption als vielmehr auf die hohen Bedarfe und die gesamtwirtschaftliche Nachfrage infolge der massiven Kriegszerstörungen und Entbehrungen zurückzuführen ist.

Mit der Terminologie der Sozialen Marktwirtschaft und ihrem raschen politischen Erfolg gelang

- es, Kernelemente der ordoliberalen Programmatik in die Realität zu übertragen. Der Terminus war die zentrale Voraussetzung, um in der westdeutschen Wirtschaftsneuordnungsdebatte überhaupt eine marktwirtschaftliche Grundorientierung verankern zu können, denn in der Bevölkerung herrschte in den Jahren zwischen 1945–48 eine – wenn auch diffuse – anti-kapitalistische Stimmung, die eher nach Lenkung und Planung der wirtschaftlichen Prozesse denn nach Markt verlangte.
- Heute gibt es in Deutschland kaum einen Akteur in der Wirtschafts- und Sozialpolitik, der nicht positiv auf die Soziale Marktwirtschaft hebt. Das gilt eben nicht nur für CDU/CSU und FDP, sondern gleichermaßen für SPD und Grüne, große Teile der Linken, wie etwa die Texte von Sarah Wagenknecht zeigen und selbst für den DGB. Sogar die extreme Rechte bezieht sich auf die Soziale Marktwirtschaft als deutsches Wirtschaftsmodell. Nicht zu vergessen die Arbeitgeberverbände, die mit der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM) eine moderne Variante der WAAGE-Kampagne aus den 1950er-Jahren aufgelegt haben. Jeder will von dem Fahnenwort der Bundesrepublik politisch profitieren. Bei dieser Ambivalenz und dem historischen Ursprung der Sozialen Marktwirtschaft macht es gerade aus emanzipatorischer Perspektive wenig Sinn, sich ebenfalls auf diesen entleerten Begriff zu stützen. Eine sozial gerechte und ökologisch nachhaltige Weltwirtschaft ist allemal die bessere Alternative. ■

PD Dr. Ralf Ptak, Volkswirt, arbeitet als wirtschaftswissenschaftlicher Referent des Kirchlichen Dienstes in der Arbeitswelt der Nordkirche in Hamburg und ist Privatdozent für Ökonomische Bildung an der Universität Köln, Mitglied der Memorandum-Gruppe, des Netzwerks Plurale Ökonomik und des wissenschaftlichen Beirats von Attac.

ARBEITSVORSCHLAG

2. Lesen Sie den Text M1 (oder den Kurzttext M2) zur Geschichte des Begriffs Soziale Marktwirtschaft.
- 2a. Nennen Sie zwei bis drei Hauptaussagen (Kernthesen) des Texts.
- 2b. Erläutern Sie den Begriff Ordoliberalismus.
- 2c. Aus welchen Gründen wurde das ordoliberale Wirtschaftskonzept gerade Soziale Marktwirtschaft genannt?
- 2d. Von wem wurde der Begriff Soziale Marktwirtschaft politisch und gesellschaftlich durchgesetzt? Welche Mittel wurden dabei eingesetzt?
- 2e. Erläutern Sie, warum der Autor von einem »Mythos der Sozialen Marktwirtschaft« spricht.

M2 Mythos Soziale Marktwirtschaft (Alternativtext zu M1)

1 Die deutsche Wirtschafts- und Sozialpolitik wird
 . meistens als Soziale Marktwirtschaft bezeichnet.
 . Häufig wird sie mit zwei Dingen verbunden: Ers-
 . tens mit einer starken Wirtschaft nach dem Ende
 5 des Zweiten Weltkriegs (»Wirtschaftswunder«).
 . Und zweitens mit sozialem Ausgleich, das heißt,
 . dass diejenigen, die arm, krank oder alt sind, trotz-
 . dem einigermaßen gut leben können. Die meisten
 . Parteien oder gesellschaftlichen Interessengruppen
 10 versuchen den Begriff »Soziale Marktwirtschaft«
 . für sich zu nutzen, weil viele Menschen etwas Po-
 . sitives damit verbinden.

15 Wann entstand dieser Begriff und was bedeu- . tete er ursprünglich?

15 Der Begriff »Soziale Marktwirtschaft« entstand in
 . den 1930er-Jahren. Als Reaktion auf die Welt-
 . wirtschaftskrise 1929–1932 setzten sich Konzepte
 . staatlicher Wirtschaftssteuerung (Keynesianismus)
 20 immer mehr durch. Dagegen entwickelten die
 . wirtschaftsliberalen Anhänger der Marktwirt-
 . schaft einen »neuen Liberalismus« oder Neolibe-
 . ralismus. In Deutschland entstand eine spezielle
 . Art des Neoliberalismus, der sogenannte Ordo-
 25 liberalismus, der die theoretische Grundlage der
 . sozialen Marktwirtschaft bildete.

30 Was sagt die ordolibérale Theorie?

30 Die ordoliberalen Wirtschaftswissenschaftler (die
 . sogenannte Freiburger Schule) forderten, dass der
 . Staat in die Wirtschaft eingreifen soll, aber nur
 . um immer wieder einen Markt mit möglichst gro-
 . ßer Konkurrenz herzustellen. Der Staat sollte vor
 . allem Kartelle (Preisabsprachen) und Monopole
 35 (nur ein Anbieter auf dem Markt) verhindern. In
 . schweren Krisen sollte er auch eingreifen können,
 . aber ohne die Grundregeln des Marktes zu verlet-
 . zen. Staatliche Umverteilung von Arm zu Reich
 . lehnten die Ordoliberalen ausdrücklich ab. Sie
 40 waren der Ansicht, dass nur Leistung und Kon-
 . kurrenz zählen dürfen.

45 Wie wurde der Begriff Soziale Marktwirt- . schaft bekannt?

45 Als erstes bezeichnete die CDU ihre ordolibérale
 . Wirtschaftspolitik unter dem Wirtschaftsminis-
 . ter und späteren Bundeskanzler Ludwig Ehrhard
 . (CDU) als Soziale Marktwirtschaft. Die gute wirt-
 . schaftliche Entwicklung nach dem Krieg (»Wirt-
 . schaftswunder«) wird bis heute damit verbunden.
 50 Zudem haben Großunternehmen den Begriff
 . Soziale Marktwirtschaft in den 1950er-Jahren in
 . Werbekampagnen (Comics, Plakaten und Filmen)
 . für eine ordolibérale Wirtschaftspolitik verbreitet.

55 Woher kommt der Mythos . Soziale Marktwirtschaft?

55 Die gedankliche Verknüpfung von Wirtschafts-
 . wunder mit dem Begriff Soziale Marktwirtschaft
 . macht den Mythos Soziale Marktwirtschaft aus.
 60 Ein Mythos ist er, weil nicht belegt ist, dass der
 . Wirtschaftsaufschwung in den 1950/60er-Jahren
 . von der ordoliberalen Wirtschaftspolitik geschaf-
 . fen wurde. Der wirtschaftliche Aufschwung und
 . der dadurch höhere Wohlstand waren ein interna-
 65 tionales Phänomen und gründeten wohl eher auf
 . dem hohen Bedarf an Gütern nach den enormen
 . Zerstörungen des Zweiten Weltkriegs.

70 Warum gerade Soziale Marktwirtschaft?

70 Kurz nach dem Zweiten Weltkrieg lehnten große
 . Teile der Bevölkerung eine kapitalistische Wirt-
 . schaftsordnung ab. Mit der Formel der Sozialen
 . Marktwirtschaft und dem Nachkriegsaufschwung
 . gelang es jedoch, in der Bevölkerung wieder Ak-
 75 zeptanz für eine marktwirtschaftliche Ordnung
 . im Sinne des Ordoliberalismus zu schaffen. Das
 . hat so gut geklappt, dass heute fast alle politischen
 . und gesellschaftlichen Interessengruppen und Par-
 . teien den Begriff Soziale Marktwirtschaft positiv
 80 verwenden. Das Problem dabei ist, dass der Begriff
 . keinen richtigen Inhalt mehr hat, er ist entleert.
 . Obwohl sich fast alle positiv darauf beziehen, kann
 . er ganz Unterschiedliches bedeuten. ■ Autorextext in An-

lehnung an Ralf Ptak: »Mythos Soziale Marktwirtschaft« (siehe M1).

M3 Das Verhältnis von Sozialer Marktwirtschaft und Kapitalismus



© Thomas Platzmann www.thomasplatzmann.de

ARBEITSVORSCHLAG

3. Analysieren Sie zu zweit die Karikatur M3. Dabei können die folgenden Fragen helfen:

- Wer könnten die Personen sein?
- Was soll »wieder in Ordnung gebracht« werden?
- Was ist die Hauptaussage?
- Wer hat Interesse daran, dass »das« wieder in Ordnung kommt?
- Was könnten mögliche Folgen sein, wenn »das« nicht in Ordnung gebracht würde?
- Warum wäre es aus Sicht des Mannes nötig, diese Konsequenzen zu verhindern?
- Woran kann es liegen, dass »die Soziale Marktwirtschaft« in Deutschland häufig als alternativlose Wirtschaftsweise wahrgenommen wird?

3a. Diskutieren Sie mögliche Verbindungen zum Text M1.

3b. Ändert sich Ihre Bewertung der Wirtschaftskonzepte Soziale Marktwirtschaft und Kapitalismus im Vergleich zur Anfangsübung (Assoziationsübung)?

**M4 Was ist heute noch Soziale Marktwirtschaft?
Interview mit dem Philosophen Thomas Bedorf**

1 [...] Was ist Soziale Marktwirtschaft? Wie
lautet ihre Antwort?

BEDORF: Zunächst habe ich mich das selbst
gefragt und dann schnell festgestellt, dass heute
niemandem mehr so wirklich klar ist, was der Be-
griff eigentlich zu bedeuten hat. In historischer
Perspektive ist der Begriff der Sozialen Marktwirt-
schaft zunächst als ein ordnungspolitischer und
sozioökonomischer Terminus in den 1920/30er-
Jahren entstanden, um den Aufbau eines funktio-
nalen geregelten gegen einen dysfunktionalen un-
geregelten Markt¹ zu bezeichnen. Heute kommt
er in der öffentlichen Diskussion als politisches
Schlagwort oder als Beschwörungsformel vor. Der
Begriff wurde zusehends seiner Begriffsgeschichte
entledigt. Die Soziale Marktwirtschaft ist –
ähnlich wie der Neoliberalismus in der öffentli-
chen Diskussion – zu einem leeren Signifikanten²
geworden.

20 Was ging denn verloren?

BEDORF: Verloren ging das Bewusstsein dafür,
dass das, was wir heute erleben, im Grunde die
Verlängerung eines liberalen Projekts ist, für das
die Soziale Marktwirtschaft einst angetreten war.
Das lässt sich an einem Beispiel verdeutlichen:
Der Umbau des Gesundheitssystems etwa hin zu
einem System der gesundheitlichen Prävention
beruht auf einer sukzessiven Radikalisierung der
Verantwortung.

Das System funktioniert heute so, dass der
Einzelne zur Verantwortung gezogen, aber auch
bestraft wird, wenn er bestimmte Vorkehrungen
nicht trifft. Nur ist das eben nicht vollkommen
neu, da die Betonung der individuellen Verant-
wortung für das eigene Schicksal bereits zum zen-
tralen Antrieb der Idee der Sozialen Marktwirt-
schaft seit ihren Gründungstagen gehörte.

Sie sprechen auch vom »verborgenen Li-
beralismus der Sozialen Marktwirtschaft« ...

BEDORF: Ja, die Soziale Marktwirtschaft war
[...] noch nie eine in sich moralische Veranstat-
tung. Eine gelenkte Wirtschaft [...] sollte durch
eine Wettbewerbspolitik abgelöst werden. [...]

Gibt es denn dann heute noch einen Un-
terschied zwischen Sozialer Marktwirtschaft
und dem Neoliberalismus?

BEDORF: Ja, natürlich gibt es den. Aber man
darf nicht glauben, dass die Unterschiede prinzi-
pieller Natur sind, sie sind bloß graduell. Die Sys-
temfunktionalität wird im Grunde ja nicht ange-
tastet. Daher hat sich auch die ersehnte Rückkehr
der Politik der letzten Jahre als zahnloser Tiger
erwiesen. Zunächst wurde an die Selbstheilungs-
kräfte des Marktes appelliert.

Als das niemanden mehr überzeugt hat, wurde
an eine Selbststeuerung ökonomischer Akteure
und damit auch an die Moral der Handelnden
appelliert. Die Hintergrundnormen der Sozialen
Marktwirtschaft werden so nur zur Karikatur ei-
ner moralischen Kategorie.

Sie beziehen sich in ihren Arbeiten auch
auf [...] die] These vom »unternehmerischen
Selbst«, durch das dem Einzelnen heute im-
mer mehr Aufgaben zukommen. Entledigt
sich der Staat seiner Aufgaben, weil er das
Individuum ins Zentrum rückt?

[...] [D]ie Sozialpolitik zeichnet sich heute vor
allem dadurch aus, dass sie nicht mehr als diri-
gistische ausgleichende Verteilung des Reichtums
konzipiert ist, sondern selbst privatisiert wurde,
indem sie die Gesellschaft wie eine Ansammlung
von Kleinunternehmern betrachtet. Dem Begriff
des »unternehmerischen Selbst« liegt ja die Unter-
stellung zugrunde, dass ein Hartz IV-Empfänger
beispielsweise nur hinreichend aktiv sein, sich aus-
reichend weiterbilden und selbstvermarkten müs-
se, um seine Arbeitskraft auch zu Geld machen
zu können. Das ist in vielen Fällen aus ganz ver-
schiedenen Gründen ein empirischer Trugschluss.
Zugleich ist es eine Ideologie, die die Verantwor-
tung des Staates auf das Individuum überträgt und
damit den Staat von seinen Aufgaben entlastet.

[...] ■ Quelle: »Was ist heute noch soziale Marktwirtschaft?«, Interview mit
dem Sozialphilosophen Thomas Bedorf von Jens Thomas, *Telepolis*, 20. Mai 2013.

1 Anmerkung Attac: einen geregelten Markt im Sinne des Ordoliberalismus
im Gegensatz zu einem reinen »Laissez-faire« ohne staatliche Eingriffe.

2 Anmerkung Attac: eine Worthülse, die ganz Unterschiedliches bedeuten
kann.

M5 Angriff auf die Marktwirtschaft

1 [...] [D]ie Marktwirtschaft [ist] seit jeher ein
 . höchst unvollkommenes System, das Ordnung,
 . Stabilität und Vollkommenheit anstrebt, ohne
 . sie je erreichen zu können. Sie ist ein natürliches
 5 Ungleichgewichtssystem, das von einer Instabilität
 . zur nächsten stolpert. Die Balance zwischen An-
 . gebot und Nachfrage ist ihr Ziel, aber eben nicht
 . ihr Zustand. Das wird ihr nun zum Verhängnis.
 . Schon Wilhelm Röpke¹ wusste, dass die Markt-
 10 wirtschaft die Voraussetzungen, die sie zum Leben
 . braucht, nicht selbst hervorbringen kann. Sie ist
 . schutz-, pflege- und permanent korrekturbedürftig.
 . Sie ist ein Verfahren der Annäherung, kein
 . Finalzustand. Weil alles unvollständig ist, auch die
 15 Information über die Märkte und die auf ihnen
 . feilgebotenen Produkte, kommt es zu Markt-
 . unvollkommenheiten am laufenden Band. Die
 . Marktwirtschaft selbst ist ein systemisches Risiko.
 . Ein Unterschied allerdings ist bedeutsam, der
 20 heute von Vielen verschwiegen wird: Marktwirt-
 . schaft und Kapitalismus sind nicht dasselbe. Die
 . Marktwirtschaft setzt auf den Wettbewerb, auf
 . Miteinander durch Gegeneinander, auf Reibung,
 . Austausch und Kooperation zwischen Kapital und
 25 Arbeit. Marktwirtschaft und Monopol sind zwei
 . Begriffe, die sich abstoßen. Wer Marktwirtschaft
 . sagt, der sagt auch Staat. Wer Kapitalismus sagt,
 . der sagt auch Staat, aber er sagt es in verächtli-
 . chem Ton. Er verlangt dessen Unterordnung. Sein
 30 heimliches Ideal ist die staatsfreie Zone. Er will die
 . Gesellschaft aufspalten in ihre Atome, und weil er
 . ahnt, dass ihm das nie ganz gelingen wird, versucht
 . er, Staatlichkeit zu narkotisieren. Nur ein Staat,
 . der vor sich hindämmert, ist für den Kapitalisten
 35 ein guter Staat. Erst eine Gewerkschaft, die sich als
 . Nostalgieverein zum Gedenken verpasster Siege
 . versteht, wächst ihm ans Herz. Der Unterschied
 . zwischen Kapitalismus und Marktwirtschaft wird
 . am deutlichsten, wenn man auf ihren Umgang
 40 mit den Verlierern der Gesellschaft schaut. Der

. Kapitalismus kennt ihnen gegenüber keine Gna-
 . de, er sieht sich als das ökonomische Gegenstück
 . zur jakobinischen Revolution, die auch keine
 . Gefangenen machte. Beeindruckt von Stärke und
 45 Stringenz der eigenen Gedankenwelt herrscht im
 . Kopfe des Kapitalisten eine urwüchsige Kopf-ab-
 . Mentalität, in der Mitgefühl als Willensschwäche
 . erscheint.
 . Die Marktwirtschaft ist deutlich bescheidener,
 50 sie kennt ihre Macken. Sie begreift sich als ein
 . menschengemachtes Ordnungsprinzip, in dem
 . staatliche Instanzen immer wieder eingreifen
 . müssen, um Anarchie, Massenarmut und Mono-
 . pole zu vermeiden. Der Marktwirtschaftler weiß
 55 um die Unvollkommenheit seiner Idee. Auch die
 . Marktwirtschaft lässt Verlierer zu, wie jedermann
 . bestätigen wird, der die Wohn- und Schlafstätten
 . des Prekariats besucht hat. Aber sie tut es in der
 . festen Absicht, die Marginalisierten und Verlore-
 . nen in der nächsten Runde wieder am Spiel zu
 . beteiligen. Schon aus Gründen der ökonomischen
 . Effizienz will sie aus jedem Almosenempfänger
 . einen Steuerzahler machen. Doch für diese Un-
 . terschiede sind viele unserer Zeitgenossen nicht
 65 mehr empfänglich. Für sie sind Marktwirtschaft
 . und Kapitalismus Zwillingenbrüder, weshalb der
 . eine wie der andere keine Schonung verdient. Jene
 . bildungsfernen Schichten in den Handelssälen der
 . Investmentbanken, die außer Hörweite des Sozia-
 70 len ihren Geschäften nachgehen, werden gleichge-
 . setzt mit dem Unternehmer, der forscht, herstellt
 . und verkauft, der sich um seine Mitarbeiter küm-
 . mert, als seien sie Teil der eigenen Familie. Und
 . niemand fühlte sich berufen, den befleckten Ruf
 75 der Marktwirtschaft und ihrer Freunde zu vertei-
 . digen. ■ Quelle: »Kapitalismuskritik – Angriff auf die Marktwirtschaft«, von
 Gabor Steingart, *Handelsblatt Online*, 17.12.2011.

1 Anmerkung Attac: Wilhelm Röpke war ein ordoliberaler Wirtschafts-
 wissenschaftler.

ARBEITSVORSCHLAG

Bilden Sie vier etwa gleich große Gruppen. Jeder Gruppe wird ein Thema zugeteilt, für das Sie in der anschließenden Gruppenarbeit Expert_innen sind.

Gruppe A liest Text M4 und legt beim Lesen besondere Aufmerksamkeit auf das Thema (Soziale) Marktwirtschaft.

Gruppe B liest Text M4 und legt beim Lesen besondere Aufmerksamkeit auf die Themen Kapitalismus und Neoliberalismus.

Gruppe C liest Text M5 und legt beim Lesen besondere Aufmerksamkeit auf das Thema (Soziale) Marktwirtschaft.

Gruppe D liest Text M5 und legt beim Lesen besondere Aufmerksamkeit auf die Themen Kapitalismus und Neoliberalismus.

1. Lesen Sie den Text und legen Sie besondere Aufmerksamkeit auf die Art, wie Ihr Thema dargestellt und beurteilt wird (z. B. durch Unterstreichen der Eigenschaften und Bewertungen).

2. Tauschen Sie sich in Ihrer Gruppe über Ihre Eindrücke aus.

2a. Halten Sie Hauptpunkte (Eigenschaften und Bewertungen) auf Ihren Karten fest.

2b. Notieren Sie sich, was Ihnen unklar geblieben ist, auf einen Zettel, damit Sie es nicht vergessen.

3. Schließen Sie sich mit der Gruppe zusammen, die den gleichen Text wie Sie, aber das andere Thema bearbeitet hat.

3a. Erklären Sie sich gegenseitig, wie Ihr Thema jeweils dargestellt wird.

3b. Erarbeiten Sie zusammen, welches Verhältnis zwischen Kapitalismus bzw. Neoliberalismus und (Sozialer) Marktwirtschaft im Text hergestellt wird.

4. Stellen Sie im Plenum Ihre Ergebnisse aus der Gruppenarbeit vor.

4a. Ordnen Sie dafür zunächst die Karteikarten auf der Tafel o.Ä. nach Farbe und Text wie im Schaubild.

4b. Vergleichen Sie nun Unterschiede und Gemeinsamkeiten in Bezug auf:

- die Darstellungen Ihrer Themen
- die in den Gruppen erarbeiteten Verhältnisse, die zwischen (Sozialer) Marktwirtschaft und Kapitalismus/Neoliberalismus in den Texten M4 und M5 aufgebaut werden.



5. Setzen Sie Ihre Ergebnisse in Beziehung zu M1 und/oder zu M2. Folgende Fragen können dabei helfen:

- Welche Verbindungen sehen Sie?
- Was unterscheidet sich?
- Was halten Sie für diskussionswürdig?

6. Diskutieren Sie im Rückblick auf die zuvor erarbeiteten Ergebnisse, inwiefern Sie der Aussage »Soziale Marktwirtschaft ist Kapitalismus im Schafspelz« zustimmen oder nicht.

Marktwirtschaft und Kapitalismus

ARBEITSVORSCHLAG

1a. Teilen Sie sich in zwei etwa gleich große Gruppen auf. Eine Gruppe beschäftigt sich mit dem Begriff »Marktwirtschaft«, die andere Gruppe mit dem Begriff »Kapitalismus«.

1b. Finden Sie eine vorläufige Arbeitsdefinition: Sagen Sie in einem oder zwei Sätzen, was Ihr Begriff bedeutet.

1c. Besprechen Sie die Arbeitsdefinitionen in der Gesamtgruppe.

2a. Gehen Sie zurück in die Kleingruppen. Erarbeiten Sie anhand des entsprechenden Textes einen Kurzvortrag zu Ihrem Begriff und erläutern Sie dabei das zugehörige Schaubild:

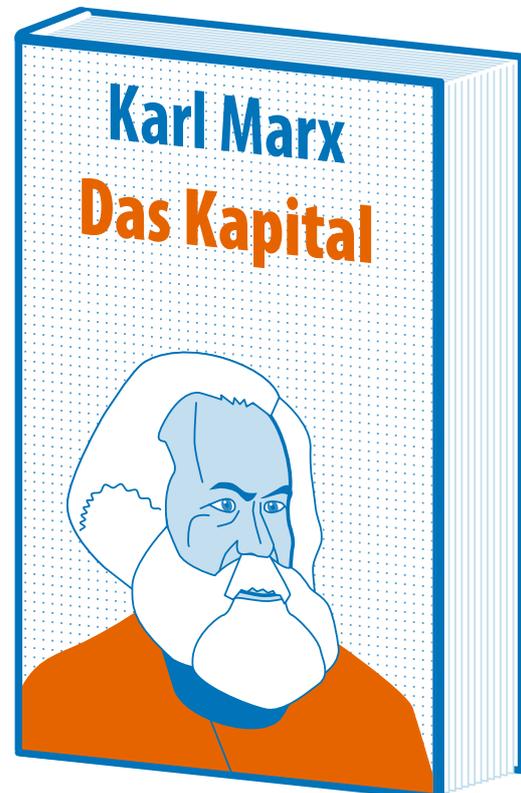
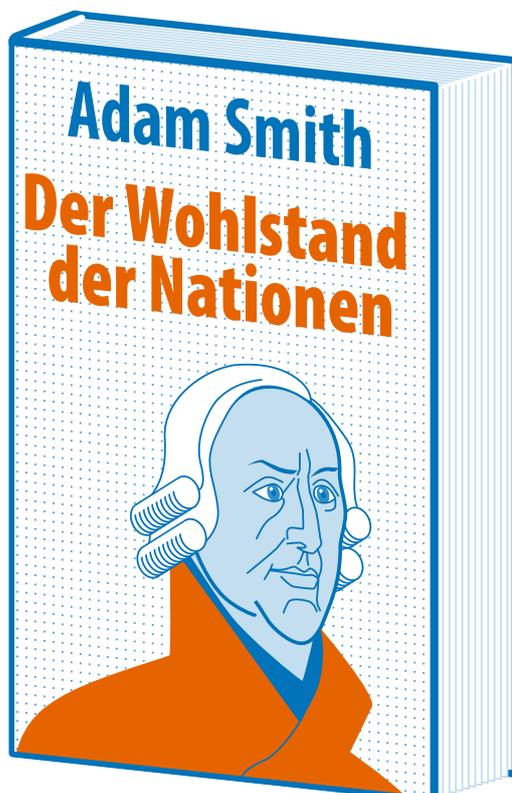
- zum Begriff Marktwirtschaft: M1 (oder Kurztex M3) und Schaubild M2
- zum Begriff Kapitalismus: M4 (oder Kurztex M6) und Schaubild M5

2b. Stellen Sie sich die Kurzvorträge wechselseitig vor.

2c. Diskutieren Sie die folgenden Fragen:

- Wo liegen Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Begriffe?
- Was bilden die Begriffe jeweils ab und was nicht?
- Welchen Begriff finden Sie treffender und warum?

3. Überarbeiten Sie Ihre Arbeitsdefinitionen. Erläutern Sie die Begriffe Kapitalismus und Marktwirtschaft jeweils in ungefähr fünf Sätzen. _____



M1 Marktwirtschaft

1 Wenn Unternehmen und Haushalte ihre Wirtschaftspläne aufstellen, orientieren sie sich an ihrem Eigeninteresse. Das heißt, dass Unternehmen Gewinne erzielen und Verbraucher ihre Bedürfnisse befriedigen wollen. Diese Pläne versuchen sie auf den Märkten durchzusetzen. Dazu müssen die Anbieter (z. B. von Konsumgütern oder von Arbeitskraft) mit den Nachfragern Geschäfte abschließen. Durch den Wettbewerb der Anbieter um die Nachfrager wird dabei jeder zu einem Leistungsangebot veranlasst, das den Wünschen der Nachfrager entspricht. Das Nachfragerinteresse wird sogar umso besser verwirklicht, je konsequenter die Anbieter ihre Eigeninteressen verfolgen, je schärfer also der Wettbewerb um die Geschäftsabschlüsse ist. Wie mit einer »unsichtbaren Hand« (Adam Smith) bewirkt der Wettbewerb, dass das Eigeninteresse letztlich dem Gesamtwohl im Sinne einer günstigen Verbraucherversorgung dient. Weil die vielen Einzelpläne durch den Wettbewerb vorteilhaft aufeinander abgestimmt werden, spricht man auch von der Selbststeuerung der Marktwirtschaft.

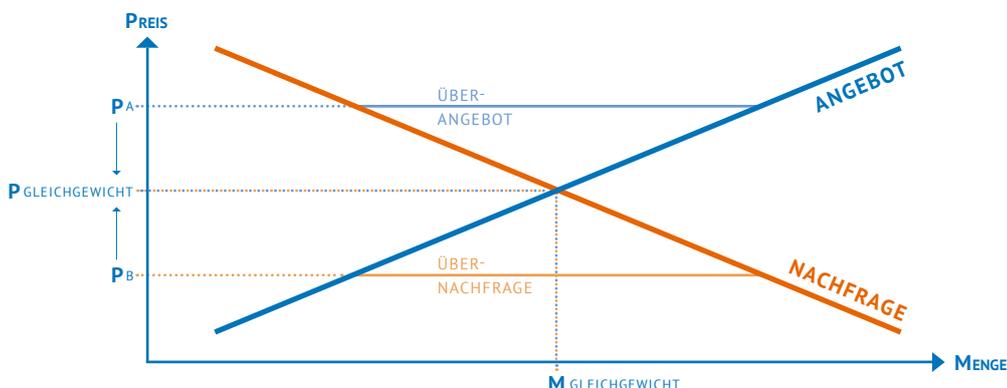
Anhand der Preisbildung auf Gütermärkten lässt sich dies gut verdeutlichen. Dabei wird angenommen, dass es so viele Anbieter und Nachfrager gibt, dass keiner von ihnen den Preis alleine bestimmen kann (Polypol). Sowohl das Angebot an als auch die Nachfrage nach einem Gut hängen üblicherweise von seinem Preis ab (vgl. Schaubild). Nach dem Nachfragegesetz wird von einem Gut in der Regel um so weniger nachgefragt, je höher sein Preis ist (siehe fallende Nachfragegerade). Das Angebotsgesetz besagt hingegen, dass mit steigenden Preisen normalerweise auch die angebotene Menge des Gutes zunimmt (siehe steigende Angebotsgerade). Dies ist darauf zurückzuführen, dass es bei steigenden Preisen leichter möglich wird, das Gut zumindest kostendeckend bereitzustellen. Während also relativ hohe Preise die Unternehmen zu einem großen Güterangebot anspornen, werden die Verbraucher von einem Kauf tendenziell abgeschreckt. Als Folge ergibt sich bei hohen Preisen (z. B. beim Preis P_A) zunächst ein Überangebot. Das heißt, dass die angebotene Menge die Nachfrage übersteigt. Da die Anbieter aber ihre gesamte Produktion verkaufen wollen, werden sie sich im Preis unterbieten, um möglichst viel Nachfrage auf sich zu ziehen. Der Marktpreis sinkt dadurch. Folglich nimmt die Nachfrage zu (Nachfragegesetz), während das Angebot nach und nach verringert wird (Angebotsgesetz). Dieser Druck auf den Preis hält so lange an, bis die angebotene Menge der nachgefragten Menge entspricht. Dies ist zum Preis P (Gleichgewicht) der Fall. Liegt der Preis der

Anbieter unterhalb dieses Preises (z. B. bei P_B), dann übertrifft die Nachfrage das Angebot. Es herrscht Übernachfrage, d. h. nicht alle Kaufwilligen können das Gut bekommen. Sobald die Anbieter dies bemerken, werden sie die Chance zur Preiserhöhung nutzen. Dadurch geht die Nachfrage zurück (Nachfragegesetz), während für die Unternehmen eine Angebotserhöhung lohnend wird (Angebotsgesetz). Die Preissteigerung hält so lange an, bis wiederum der Preis P (Gleichgewicht) verwirklicht ist. Zum Gleichgewichtspreis wird die Gleichgewichtsmenge M (Gleichgewicht) realisiert. Sie ist unter kurzfristig konstanten Angebots- und Nachfragebedingungen die größte Menge, die auf diesem Markt umgesetzt werden kann: Bei Preisen oberhalb des Gleichgewichtspreises ist die Nachfrage geringer und bei Preisen unterhalb des Gleichgewichtspreises ist das Angebot geringer. So ist in einem Gleichgewicht die Güterversorgung am besten. Dem Preis kommt dabei die Aufgabe zu, Angebot und Nachfrage zum Ausgleich zu bringen und die Knappheit des Gutes anzuzeigen (Ausgleichs- und Signalwirkung der Preise).

Es bleibt aber nicht nur bei diesen kurzfristigen Tendenzen zum Gleichgewicht. Das Eigennutzenstreben führt auch dazu, dass sich das Angebot langfristig erhöht. Neben den Preisen kommt dabei den Gewinnen eine besondere Steuerungsfunktion zu. Sie entstehen, wenn der Preis die Kosten des Angebots übersteigt. Solche Gewinne üben auf die aktuellen Anbieter einen Anreiz aus, die eigene Produktion auszudehnen, um noch höhere Gesamtgewinne zu verwirklichen. Außerdem werden durch die Gewinne im Laufe der Zeit neue Unternehmen in den Markt gelockt, wodurch das Angebot zusätzlich steigt. Durch die zunehmende Angebotsmenge kommt es bei stabiler Nachfrage zu einem Überangebot, das den Gleichgewichtspreis – zum Vorteil der Nachfrager – unter seine ursprüngliche Höhe drückt. Darüber hinaus versuchen die Unternehmen, ihre Kosten zu verringern. Dazu können sie rationelle Produktionsverfahren von Konkurrenten nachahmen (Imitation) oder neue, noch kostengünstigere Verfahren entwickeln (Innovation). Damit lassen sich bei gegebenen Güterpreisen erneut Gewinne erzielen. Allerdings zwingt der Wettbewerb die Anbieter wiederum dazu, die Kostenvorteile auf Dauer in sinkenden Preisen an die Nachfrager weiterzugeben. ■ Quelle: »Angebot und Nachfrage«, von Hans Peter Seitel, aus: *Lexikon Soziale Marktwirtschaft – Wirtschaftspolitik von A bis Z*, hrsg. von Rolf H. Hasse, Hermann Schneider und Klaus Weigelt. Online-Ausgabe, Konrad-Adenauer-Stiftung (<http://www.kas.de/wf/de/33.993>).

M2 Preisbildung

PREISBILDUNG AUF EINEM GÜTERMARKT



M3 Kurztex Marktwirtschaft

- 1 In einer Marktwirtschaft treffen Angebot und Nachfrage auf dem Markt aufeinander. Auf dem Gütermarkt wollen die Verkäufer_innen von Waren (Angebot) Gewinne machen. Die Käufer_innen (Nachfrage) wollen ihre Bedürfnisse befriedigen und möglichst wenig Geld ausgeben. Auf dem Arbeitsmarkt wollen die Arbeitnehmer_innen ihre Arbeitskraft für viel Lohn verkaufen, die Unternehmen wollen sie billig einkaufen. Durch den Wettbewerb müssen sich die Anbieter_innen nach den Wünschen der Nachfrager_innen richten. Beide handeln nur nach ihren eigenen Interessen. Der Wettbewerb sorgt dafür, dass aus dem Handeln nach Eigeninteressen am Ende ein Gesamtwohl entsteht, und zwar eine möglichst günstige Versorgung mit Gütern. Das nannte Adam Smith die »unsichtbare Hand« des Marktes. Heute spricht man auch von der Selbststeuerung der Marktwirtschaft.
- 20 Wie der Markt funktioniert, lässt sich an der Preisbildung auf Gütermärkten zeigen (siehe Schaubild). Voraussetzung ist dabei, dass es viele Anbieter_innen und Nachfrager_innen gibt, so dass keine Seite den Preis alleine bestimmen kann. Dann hängen Angebot und Nachfrage nach einem Gut von seinem Preis ab. Wenn das Gut teuer ist, wird es weniger nachgefragt. Dieses Nachfragegesetz zeigt die fallende Nachfragegerade im Schaubild. Umgekehrt haben die Unternehmen bei hohen Preisen die Aussicht Gewinne zu machen. Deshalb stellen sie eine größere Menge des Gutes her. Dieses Angebotsgesetz zeigt die steigende Angebotsgerade im Schaubild. Hohe Preise spornen die Unternehmen also zu einem großen Güterangebot an, aber sie schrecken die Verbraucher_innen von einem Kauf eher ab.
- 25 Deshalb gibt es bei hohen Preisen (siehe Preis P-A) ein Überangebot. Die angebotene Menge an Gütern ist größer als die Nachfrage. Weil die Unternehmen aber alle Produkte verkaufen wollen, senken sie die Preise. So versuchen alle Anbieter_innen möglichst viel Nachfrage auf sich zu ziehen. Dadurch sinkt der Marktpreis. Bei sinkenden Preisen nimmt die Nachfrage zu (Nachfragegesetz) und das Angebot nimmt ab (Angebotsgesetz). Der Druck auf den Preis hält so lange an, bis die angebotene Menge der nachgefragten Menge entspricht (siehe Preis P-Gleichgewicht). Sinkt der Preis noch weiter, gibt es mehr Nachfrage als Angebot (siehe Preis P-B). Es herrscht Übernachfrage, das heißt, nicht alle Kaufwilligen können das Gut bekommen. Wenn die Anbieter das merken, erhöhen sie die Preise. Dadurch geht die Nachfrage zurück (Nachfragegesetz). Gleichzeitig erhöhen die Unternehmen das Angebot (Angebotsgesetz). Der Preis steigt, bis er wiederum am Punkt P-Gleichgewicht ist.
- 30 Zum Gleichgewichtspreis wird die Gleichgewichtsmenge (M-Gleichgewicht) verkauft. Das ist die größte Menge, die auf diesem Markt umgesetzt werden kann (solange Rahmenbedingungen wie Produktionskosten und Kaufkraft gleich bleiben). Im Gleichgewicht ist die Güterversorgung am besten. Der Preis bringt Angebot und Nachfrage zum Ausgleich und er zeigt, wie knapp ein Gut ist.
- 35 Langfristig sorgt die Aussicht auf neue Gewinne dafür, dass Unternehmen versuchen, billiger zu produzieren und neue Produkte anzubieten. So führt die Marktwirtschaft zu einer stetigen Verbesserung der Produktion und der Güterversorgung. ■ Quelle: Autorentext in Anlehnung an den Text von Hans Peter Seitel (M1).

M4 Kapitalismus

1 Kapitalismus ist der Name für ein Wirtschafts-
und Gesellschaftssystem. Im Kapitalismus dreht
sich alles darum, aus Geld mehr Geld zu machen.
Dinge werden hergestellt, um sie mit Gewinn zu
verkaufen und dabei Kapital anzuhäufen. Es geht
nicht zuvorderst darum, ob diese Dinge nützlich
sind. Ein Brot wird zwar auch gebacken, um Men-
schen satt zu machen. Das ist sein »Gebrauchs-
wert«. Es wird aber vor allem von den großen
Brotfabriken gebacken, um einen »Tauschwert«
zu erzeugen, also um damit Gewinn zu machen.
Wenn das Brot niemand kauft, hat es aus Sicht
des Produzenten keinen Wert. Gleichzeitig kann
es Menschen geben, die Hunger haben, aber kein
Brot kaufen können, weil sie kein Geld haben.

Die Grundlage des Kapitalismus ist das Privat-
eigentum an Produktionsmitteln. Produktions-
mittel sind alles, was zum Herstellen von Gütern
gebraucht wird, zum Beispiel Ackerland, Fabri-
ken oder Rohstoffe. Privateigentum heißt, dass
diese Dinge bestimmten Menschen gehören. Das
Privateigentum an Produktionsmitteln entstand
mit dem Kapitalismus. Die meisten Menschen be-
sitzen im Kapitalismus keine Produktionsmittel.
Um ihre eigenen Lebensmittel kaufen zu können,
verkaufen sie ihre Arbeitskraft gegen Lohn. Davon
bezahlen sie ihre Wohnung, sie kaufen Lebens-
mittel ein und so weiter. Auch die Lohnarbeit
ist erst mit dem Kapitalismus entstanden. Vorher
haben die Menschen für sich selbst produziert
und Überschüsse verkauft oder sie haben etwa als
Handwerker_innen für den Markt produziert.

Lohnarbeit und Kapital hängen eng miteinan-
der zusammen. Kapital ist Geld, das ausgegeben
wird, um mehr Geld zu bekommen. Ein Bei-
spiel: Die Eigentümer_innen einer Großbäckerei
investieren in Maschinen und kaufen Mehl und
Arbeitskraft ein. Sie bezahlen Leute, die mit den
Maschinen aus dem Mehl für sie Brote backen.
Die Brote verkaufen sie anschließend und haben
jetzt mehr Geld als am Anfang. Sie haben Gewinn
oder Profit gemacht. Denn sie bekommen – wenn
die Waren weitgehend verkauft werden – mehr
Geld für die Brote, als sie für die Arbeitskräfte und
das Mehl ausgegeben haben.

Die Arbeitskräfte haben weniger Lohn be-
kommen, als sie an wertvollen Gütern (Brot)en
geschaffen haben. Den »Mehrwert« streichen die
Eigentümer_innen ein. Deshalb sind kapitalistische
Gesellschaften Klassengesellschaften. Die
Lohnabhängigen erarbeiten den Profit der Ei-
gentümer_innen. Den größten Teil ihres Lohns
geben sie dann für ihren Lebensunterhalt aus. Sie
kaufen Konsumgüter, also Brote und andere Wa-
ren, die sie selbst verbrauchen. Zudem sind die
arbeitenden Menschen in einem Konkurrenz-

verhältnis um Arbeitsplätze und müssen immer
wieder Angst haben, diese zu verlieren. Um ihre
Position zu stärken, können sie sich in Gewerk-
schaften engagieren und für staatliche Rechte wie
etwa Arbeits- oder Kündigungsschutz kämpfen.

Höhere Löhne, die in harten Auseinandersetz-
ungen erkämpft werden müssen, senken den
Gewinn der Eigentümer_innen. Das heißt aber
nicht, dass sie besonders gierig oder gemein sind.
Sie müssen – bei Strafe des Untergangs – Gewinn
machen. Einen großen Teil des Profits geben sie
wieder für Maschinen, Rohstoffe und Arbeitskräf-
te aus. Die Großbäckerei kauft neue Backöfen und
neues Mehl. Sie stellt neue Arbeitskräfte ein und
eröffnet neue Läden. Dadurch verdrängt sie ande-
re Bäckereien vom Markt.

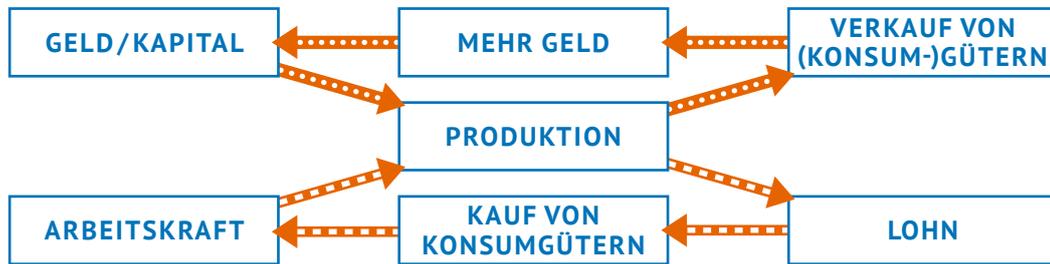
Die Konkurrenz sorgt dafür, dass Unterneh-
men ständig mehr produzieren und verkaufen und
in immer produktivere Maschinen investieren
müssen. Wenn sie keinen Gewinn mehr machen,
gehen Unternehmen pleite. Die Konkurrenz führt
zu einem Zwang, immer wieder zu investieren,
mehr Gewinne zu machen und weiter zu »wach-
sen«. Das hat Folgen: Eigentum ist immer stärker
konzentriert und die Naturzerstörung nimmt zu.
[...]¹

Der Kapitalismus ist ein System, in dem Unter-
nehmer_innen und Lohnabhängige sich stark über
Produktion und Konsum von Waren sowie über
Erwerbsarbeit reproduzieren. Mit jedem Einkauf
und mit jeder Arbeit, die wir gegen Geld erledigen,
sind wir ein winziger Teil eines großen Kapi-
talkreislaufs. Um die konkrete Ausgestaltung des
Wirtschafts- und Gesellschaftssystems Kapitalis-
mus wird dauernd gekämpft: Welche Arbeitsrech-
te gibt es? Ist Kinderarbeit erlaubt? Sollen Steuern
erhöht werden oder gesenkt? Welche Rolle spielen
öffentliche Unternehmen? Verdienen Frauen und
Männer für gleiche Arbeit dasselbe? Wie zerstöre-
risch wird mit den natürlichen Lebensgrundlagen
umgegangen?

Kritisch von Kapitalismus zu sprechen, bedeutet
deshalb auch, darüber nachzudenken, wie Wirt-
schaft anders organisiert werden kann. Das Ziel ist
eine Gesellschaft, in der demokratisch und nicht
nur von privaten Investoren entschieden wird, was
produziert wird und wie es produziert wird. Eine
Gesellschaft ohne Zwang zu Profit und Wachs-
tum, in der alle bekommen, was sie zum Leben
brauchen und ihren Teil dazu beitragen. ■ Quelle: Text
von Ulrich Brand, Professor für Politikwissenschaft an der Universität Wien und
Mitglied im wissenschaftlichen Beirat von Attac.

¹ Die etwas längere Originalversion des Textes findet sich im Internet unter
www.attac.de/bima-u.brand

M5 Kapital
und Arbeit



M6 Kurzttext
Kapitalismus

1 Mit jedem Einkauf und mit jeder Arbeit, die wir
 . gegen Geld erledigen, sind wir ein winziger Teil
 . eines großen Kapitalkreislaufs. Im Kapitalismus
 . dreht sich alles darum, aus Geld mehr Geld zu ma-
 5 chen. Dinge werden hauptsächlich hergestellt, um
 . sie zu verkaufen und am Ende mehr Geld zu ha-
 . ben als vorher. Ein Brot wird gebacken, um es mit
 . Gewinn zu verkaufen. Wenn es niemand kauft,
 . ist das Brot für die Produzent_innen nichts wert.
 10 Gleichzeitig kann es Menschen geben, die Hun-
 . ger haben, aber kein Brot kaufen können, weil sie
 . kein Geld haben.
 . Die Grundlage des Kapitalismus ist das Privat-
 . eigentum an Produktionsmitteln. Produktions-
 15 mittel sind alles, was zum Herstellen von Gütern
 . gebraucht wird, zum Beispiel Ackerland, Fabriken
 . oder Rohstoffe. Privateigentum heißt, dass diese
 . Dinge bestimmten Menschen gehören. Sie sind
 . das Eigentum dieser Menschen. Das Privateigen-
 20 tum an Produktionsmitteln entstand mit dem
 . Kapitalismus.
 . Die meisten Menschen besitzen im Kapitalis-
 . mus keine Produktionsmittel. Um ihre eigenen
 . Lebensmittel kaufen zu können, verkaufen sie
 25 ihre Arbeitskraft gegen Lohn. Davon bezahlen
 . sie ihre Wohnung, ihr Essen und so weiter. Auch
 . die Lohnarbeit ist erst mit dem Kapitalismus
 . entstanden.
 . Lohnarbeit und Kapital hängen eng miteinander
 30 zusammen. Kapital ist Geld, das ausgegeben
 . wird, um mehr Geld zu bekommen. Ein Beispiel:
 . Die Eigentümer_innen einer Großbäckerei kaufen
 . Maschinen, Mehl und Arbeitskraft ein. Sie bezah-
 . len Leute, die aus dem Mehl für sie Brote backen.
 35 Die Brote verkaufen sie anschließend und haben
 . jetzt mehr Geld als am Anfang. Sie haben Gewinn
 . oder Profit gemacht (wenn es genug Käufer_innen
 . gibt).

Die Arbeitskräfte haben weniger Lohn be-
 40 kommen, als sie an wertvollen Gütern (Brot) ge-
 . schaffen haben. Deshalb sind kapitalistische
 . Gesellschaften Klassengesellschaften. Die Lohn-
 . abhängigen erarbeiten den Profit der Eigentü-
 . mer_innen. Den größten Teil ihres Lohns geben
 45 sie dann für ihren Lebensunterhalt aus. Sie kaufen
 . Konsumgüter, also Brote und andere Waren, die
 . sie selbst verbrauchen.
 . Höhere Löhne müssen hart erkämpft werden,
 . denn sie senken den Gewinn der Eigentümer_in-
 50 nen. Das heißt aber nicht, dass sie besonders gierig
 . oder gemein sind. Sie müssen Gewinn machen,
 . um nicht von der Konkurrenz verdrängt zu wer-
 . den. Einen großen Teil des Profits geben sie wie-
 . der für Maschinen, Rohstoffe und Arbeitskräfte
 55 aus. Die Großbäckerei kauft neue Backöfen und
 . neues Mehl. Sie stellt neue Arbeitskräfte ein und
 . eröffnet neue Läden. Dadurch verdrängt sie ande-
 . re Bäckereien vom Markt.
 . Die Konkurrenz sorgt dafür, dass Unternehmen
 60 ständig mehr produzieren und verkaufen müssen.
 . Wenn sie keinen Gewinn mehr machen, gehen
 . Unternehmen pleite. Die Konkurrenz führt zu
 . einem Zwang, immer mehr Gewinne zu machen
 . und weiter zu »wachsen«. Das hat Folgen: Eigen-
 65 tum ist immer stärker konzentriert und die Na-
 . turzerstörung nimmt zu.
 . Kritisch von Kapitalismus zu sprechen, be-
 . deutet deshalb auch, darüber nachzudenken, wie
 . Wirtschaft anders organisiert werden kann. Das
 70 Ziel ist eine Gesellschaft, in der gemeinsam ent-
 . schieden wird, was produziert wird und wie es
 . produziert wird. Eine Gesellschaft ohne Zwang
 . zu Profit und Wachstum, in der alle bekommen,
 . was sie zum Leben brauchen und ihren Teil dazu
 75 beitragen. ■ Quelle: Autorentext in Anlehnung an den Text von Ulrich
 Brand (M4).

ARBEITSVORSCHLAG

Lesen Sie M7 und besprechen Sie zu zweit die folgenden Fragen:

- Was untersuchen die feministischen Analysen des Kapitalismus?
- In welchem Verhältnis steht M7 zu den Texten M1 (M3) und M4 (M6), was wird kritisiert, woran wird angeschlossen?
- In welchem Bereich im Schaubild M5 könnte die »Care-Arbeit« ergänzt werden?

M7 Feministische Kapitalismuskritik

1 Die Konstruktion des Homo oeconomicus als
 2 eines autonom handelnden Subjektes, das seine
 3 Entscheidungen entsprechend seiner individuel-
 4 len Präferenzen und gemäß dem größtmöglichen
 5 individuellen Nutzen auf einem anonymen Markt
 6 trifft, wurde aus feministischer Perspektive viel-
 7 fach kritisiert. Analog zur Analyse des Marktes als
 8 einer Institution, die alles andere als losgelöst von
 9 sozialen Verhältnissen ist, sondern fest eingebettet
 10 in soziale Beziehungen, normative Orientierun-
 11 gen und kulturelle Werthaltungen, untersucht die
 12 feministisch-ökonomische Perspektive die Einbet-
 13 tung ökonomischer Prozesse in die Geschlechter-
 14 hierarchie. [...]

15 Ausgangspunkt feministischer Analysen des
 16 Kapitalismus ist die Soziale Reproduktion, also
 17 die gesellschaftliche Organisation der (Wieder-)
 18 Herstellung der Arbeitskraft. Darin eingeschlossen
 19 sind die generative Reproduktion – das Gebären
 20 und Aufziehen der nachfolgenden Generation –
 21 und die alltägliche Reproduktion – die Regene-
 22 ration der Arbeitsfähigkeit durch materielle und
 23 immaterielle Versorgungsleistungen. In einem
 24 weiteren Sinne muss auch die Versorgung von
 25 nicht mehr arbeitsfähigen Personen, die wegen
 26 Krankheit oder Alter nicht selbst für sich sorgen
 27 können, hinzugezählt werden. Weil nicht alle fe-
 28 ministischen Ökonominen den etwas technisch
 29 klingenden Begriff »Soziale Reproduktion« und
 30 seine Ableitung aus der marxistischen Theorietra-
 31 dition positiv besetzen, haben sich in der aktuellen
 32 Debatte um die Verantwortungs- und Sorgearbeit
 33 die Begriffe »Care« und »Care-Ökonomie« weit-
 34 gehend durchgesetzt. [...]

35 Aktuelle feministisch-ökonomische Stimmen
 36 sprechen im Anschluss an derzeitige Krisenana-
 37 lysen des Kapitalismus [...] von der Krise der So-
 38 zialen Reproduktion. Damit bezeichnen feminis-
 39 tische Ökonominen die Unterversorgung von
 40 Menschen mit Zuwendung und Fürsorge, die vor
 allem zeitintensiv und den Rationalisierungsbe-
 strebungen der kapitalistischen Produktionswei-

se nicht zugänglich sind – und dies aufgrund der
 Inhalte der reproduktiven Arbeit auch nicht sein
 45 sollten. Arbeitsleistungen der Sozialen Reproduk-
 46 tion werden sowohl unbezahlt in privaten Haus-
 47 halten als auch – meistens schlecht – bezahlt über
 48 den Arbeitsmarkt vermittelt (auch in Form von
 49 Schwarzarbeit) erbracht. Charakteristisch für diese
 50 Form der Arbeit sind ihre Unaufschiebbarkeit, die
 51 nötige zwischenmenschliche Empathie und ihre
 52 hohe Verbindlichkeit. Mit der Krise der Sozialen
 53 Reproduktion ist gemeint, dass über die Auswei-
 54 tung der kapitalistischen Verwertungslogik auch
 55 die Versorgungsarbeit durch den ökonomischen
 Imperativ von Beschleunigung, Rationalisierung
 und Arbeitsintensivierung überformt wird.

Für beide Seiten, die Versorgenden und dieje-
 nigen, die versorgt werden, ist die Krise der So-
 zialen Reproduktion spürbar in der Überlastung
 und Überforderung derjenigen Menschen, die die
 Verantwortung für die Care-Arbeit tragen. Dies
 sind unter den gegebenen Verhältnissen der ge-
 schlechtshierarchischen Arbeitsteilung in der gro-
 65 ßen Mehrheit Frauen: Frauen leisten den weitaus
 66 größten Anteil an unbezahlter familialer Arbeit
 67 und versorgen dabei nicht nur Kinder, sondern
 68 stellen auch trotz eigener Erwerbstätigkeit die
 69 Verfügbarkeit der männlichen Arbeitskraft für den
 70 Arbeitsmarkt sicher. Frauen sind es auch, die weit-
 71 gehend die Soziale Reproduktion in der Sphäre
 der Erwerbsarbeit übernehmen, sei es in der Be-
 treuung und schulischen Bildung, sei es in der
 Kranken- und Altenpflege. Ein häufig gewählter
 75 Ausweg aus der Überlastung durch die Sorgekrise
 ist die Delegation reproduktiver Arbeit im eigenen
 Haushalt auf migrierte oder ethnisierte Frauen.
 Dies ist ein deutliches Anzeichen dafür, dass eine
 anteilige Übernahme der unbezahlten Arbeit in
 80 der Lebenssorge durch Männer trotz einer lang-
 andauernden Debatte über die geschlechtliche Ar-
 beitsteilung nicht stattfindet. ■ Quelle: Christine Bauhardt:
 »Feministische Kapitalismuskritik und postkapitalistische Alternativen«, in: *Aus
 Politik und Zeitgeschichte (APuZ) 37/2015, S. 33f.*

Das Marktspiel

Kurzbeschreibung:

In der Aktivität wird die Rolle des Marktes im Kapitalismus spielerisch nachvollzogen. Zunächst werden drei Runden lang die Annahmen der neoklassischen Theorie des »vollkommenen Marktes« simuliert. Viele Anbieter_innen treffen auf viele Nachfrager_innen und es bildet sich tendenziell ein Gleichgewichtspreis heraus. Anschließend werden die Regeln geändert und es setzt der typische, durch die Konkurrenz getriebene Konzentrationsprozess ein. In jeder Runde scheiden die Verkäufer_innen mit dem wenigsten Gewinn aus, bis ein Monopol übrig bleibt.

Zeit:

45 Minuten (nur Spiel mit erster Kurzauswertung)

Gruppengröße:

10 bis 32

Material:

Rollenbeschreibungen

Ablauf:

- Die Gruppe wird in zwei gleich große Gruppen von Verkäufer_innen und Käufer_innen geteilt. Alle bekommen ein Blatt mit der entsprechenden Rollenbeschreibung und den Spieltabellen.
- Wenn es keine Rückfragen mehr gibt, werden zunächst drei Runden gespielt.
- Danach wird von der Spielleitung eine neue Regel eingeführt:
 - Auf dem Markt herrscht Konkurrenz, deshalb scheiden ab jetzt die Verkäufer_innen mit dem wenigsten Gewinn aus und werden zu Käufer_innen. Sie bekommen ein entsprechendes Blatt und beginnen dort in der entsprechenden Runde.
 - *Gruppen bis 15:*
Ein_e Verkäufer_in scheidet pro Runde aus
 - *Gruppen zwischen 16 und 27:*
Zwei Verkäufer_innen scheiden pro Runde aus
 - *Gruppen ab 28:* Drei Verkäufer_innen scheiden pro Runde aus
 - Wenn mehrere Verkäufer_innen gleich wenig Gewinn gemacht haben, zählt der Gesamtgewinn aus allen bisherigen Runden. Ist auch dann noch Gleichstand, entscheidet das Schicksal (Spielleitung).
 - Wenn nur noch ein_e Verkäufer_in übrig ist, wird eine letzte Runde gespielt und danach endet das Spiel.
- Kurze Auswertung:
 - Wie war das Spiel?
 - Was ist Ihnen aufgefallen?
 - Welche Strategien haben Sie verfolgt?
 - Wie haben sich die Preise entwickelt?
 - Welche Situationen aus dem Spiel halten Sie für realistisch und welche nicht?

REQUISITEN ROLLENBESCHREIBUNG UND SPIELTABELLE

Sie sind Verkäufer_in

- Sie wollen möglichst viel Geld verdienen,
- Sie können in jeder Runde 15 Stück »Fantastix« verkaufen.
- Ein Stück kostet Sie im Einkauf 10 Euro, billiger dürfen Sie es nicht verkaufen.

- Stellen Sie ein Preisschild auf. Sie können den Preis im Laufe der Zeit ändern und mit den einzelnen Kunden verhandeln.
- Tragen Sie den Preis für jedes verkaufte Stück »Fantastix« und den Gewinn (Preis minus 10 Euro) in die Tabelle ein.

Stück	Runde 1		Runde 2		Runde 3		Runde 4		Runde 5		Runde 6		Runde 7		Runde 8		Runde 9	
	Preis	Gewinn																
1																		
2																		
3																		
4																		
5																		
6																		
7																		
8																		
9																		
10																		
11																		
12																		
13																		
14																		
15																		

Sie sind Käufer_in

- Sie haben in jeder Spielrunde 100 Euro und möchten dafür möglichst viele »Fantastix« kaufen.

- Sie können den Preis mit den Verkäufer_innen verhandeln.
- Tragen Sie den Preis für jedes gekaufte Stück »Fantastix« und das restliche Geld in die Tabelle ein.

Stück	Runde 1		Runde 2		Runde 3		Runde 4		Runde 5		Runde 6		Runde 7		Runde 8		Runde 9	
	Preis	Rest-geld																
1																		
2																		
3																		
4																		
5																		
6																		
7																		
8																		
9																		
10																		

ARBEITSVORSCHLÄGE

1. Lesen Sie den Text M1 und beantworten Sie die folgenden Fragen:

- 1a. Welche Marktformen werden im Text beschrieben und was zeichnet sie aus?
- 1b. Welche Marktformen kamen im Spiel vor?

2. Lesen Sie den Text M2 und beantworten Sie die folgenden Fragen:

2a. Von welcher Marktform geht die »Theorie von der Marktwirtschaft« laut der Autorin aus?

2b. Welche Marktform ist nach der Autorin im Kapitalismus vorherrschend? Welche Argumente führt sie dafür an?

2c. Vergleichen Sie Ihre Antworten auf die vorherigen beiden Fragen. Was fällt dabei auf und welche Erklärung fällt Ihnen dafür ein? ———

M1 Markt und Marktformen

1 Jeder kennt einen Wochenmarkt, einen Flohmarkt
 . oder einen Supermarkt. Auf diesen Märkten kön-
 . nen wir Lebensmittel und andere nützliche oder
 . schöne Dinge einkaufen, wenn wir genug Geld
 5 dafür haben. In den Wirtschaftswissenschaften
 . (genauer gesagt: in der neoklassischen Wirtschafts-
 . theorie) ist der Markt aber ein allgemeines Modell
 . und hat nichts mit einem bestimmten Markt zu
 . tun. Auf diesem Modell-Markt treffen Angebot
 10 und Nachfrage aufeinander, das heißt, die Verkäu-
 . fer_innen und die Käufer_innen bestimmter Güter,
 . und es bilden sich Preise heraus.

Um die Preisbildung zu erklären, geht die The-
 . orie von einem vollkommenen Markt aus. Das
 15 wäre ein Markt, auf dem folgende Bedingungen
 . herrschen:

. - Alle Käufer_innen und Verkäufer_innen wissen,
 . wie viele Güter zu welchem Preis angeboten
 . werden (Transparenz).

20 - Die gehandelten Güter unterscheiden sich nicht
 . (Homogenität).

. - Alle entscheiden rein nach ihrem Nutzen. Die
 . Käufer_innen suchen den niedrigsten Preis und
 . Verkäufer_innen den höchsten Gewinn. Sie ha-
 25 ben keine Präferenzen, weder

- . - persönlich (Bekanntschaften),
- . - zeitlich (Öffnungszeiten),
- . - sachlich (Rabatt) noch
- . - räumlich (Standort).

30 - Alle Verkäufer_innen können die Güter sofort
 . und überall liefern.

. Die Käufer_innen wollen eine bestimmte Menge
 . eines Gutes zu möglichst niedrigen Preisen kaufen.

35 Die Verkäufer_innen wollen mit der verkauften
 . Menge an Gütern möglichst viel Gewinn machen.
 . Wenn Angebot und Nachfrage übereinstimmen,
 . wird das Marktgleichgewicht genannt. In diesem
 . Zustand werden theoretisch die meisten Güter
 . verkauft (größter Umsatz), und zwar zum soge-
 40 nannten Gleichgewichtspreis. Ist der Preis höher,
 . sinkt der Umsatz, weil weniger Güter nachgefragt
 . werden. Ist die Menge der Güter höher, sinkt der
 . Preis.

Außerdem werden bestimmte Marktformen
 45 unterschieden. Das sind unterschiedliche Vertei-
 . lungen von Käufer_innen zu Verkäufer_innen. Die
 . wichtigsten Marktformen sind das Polypol, das
 . Oligopol und das Monopol.

. - Beim Polypol gibt es viele kleine Anbieter_in-
 50 nen und viele kleine Nachfrager_innen, die mit-
 . einander konkurrieren. Das Polypol stimmt am
 . ehesten mit den Annahmen des vollkommen
 . Marktes überein. Käufer_innen und Verkäu-
 . fer_innen stehen untereinander in vollständiger
 55 Konkurrenz.

. - Das Oligopol ist in der Realität häufig anzutref-
 . fen, zum Beispiel in der Auto- oder Computer-
 . industrie. Es liegt dann vor, wenn einige wenige
 . Anbieter_innen über einen großen Marktanteil
 60 verfügen und dabei vielen kleinen Nachfrager_
 . innen gegenüberstehen.

. - Bei einem Monopol gibt es auf der Angebotssei-
 . te nur eine_n Verkäufer_in. Ein_e Monopolist_in
 . hat keine Konkurrenz und kann deshalb die
 65 Absatzmenge und die Preise bestimmen. ■ Quelle:

Autorentext

M2 Ulrike Herrmann: Vom Anfang und Ende des Kapitalismus

1 Obwohl der Kapitalismus nun rund 250 Jahre alt
 . ist, halten sich immer noch hartnäckige Missver- 55
 . ständnisse. Dazu zählt der Glaube, dass der Kapi-
 . talismus das Gleiche wie eine »Marktwirtschaft«
 5 sei. Doch die Marktwirtschaft gibt es nicht, oder
 . nur in kleinen Nischen. Bereits ein Blick in die
 . Geschichte zeigt, dass der moderne Kapitalismus
 . mehr sein muss als nur eine Ansammlung von
 . Märkten. Denn Märkte existierten bereits in der
 10 griechischen Antike vor 2500 Jahren. Die Araber
 . hatten ihre Souks, Türken und Perser ihre Basare.
 . Inder und Chinesen tauschten ihre Waren eben-
 . falls auf Märkten aus, aber ein moderner Kapi-
 . talismus ist daraus nirgends entstanden.

15 Allerdings meint die Theorie von der Markt-
 . wirtschaft mehr, als dass nur Märkte vorhanden
 . seien. Sie will vor allem beschreiben, wie faire
 . Preise entstehen – nämlich durch umfassenden
 . Wettbewerb. Viele Anbieter sollen auf viele Nach-
 20 frager treffen, sodass Konkurrenz sicherstellt, dass
 . weder Firmen noch Kunden übervorteilt werden.
 . Diese attraktive Theorie hat jedoch einen
 . Nachteil: Den unterstellten Wettbewerb gibt es
 . höchstens eingeschränkt. Stattdessen wird un-
 25 sere Wirtschaft von Großkonzernen geprägt, die
 . von den Rohstoffen bis zum Absatz die gesamte
 . Wertschöpfungskette kontrollieren. Bereits eine
 . trockene Zahl des Statistischen Bundesamts sagt
 . alles: »Weniger als ein Prozent der größten Un-
 30 ternehmen erwirtschafteten 2011 gut 66 Prozent
 . aller Umsätze.«¹

. Diese extreme Konzentration wirtschaftlicher
 . Macht ist auch in allen anderen westlichen Län-
 . dern festzustellen. Echte Marktwirtschaft gibt es
 35 zwar, aber es sind nicht die großen Unternehmen,
 . sondern die kleinen Selbstständigen, die sich im
 . gnadenlosen Wettbewerb behaupten müssen.
 . Ob Handwerker, Friseure, Gastwirte, Architek-
 . ten, kleine Ladenbesitzer oder die Betreiber einer
 40 Reinigung – sie alle müssen sich der Konkurrenz
 . stellen. Wenn das Essen nicht schmeckt, gehen die
 . Kunden beim nächsten Mal in ein anderes Restau-
 . rant. Dieser Sektor der kleinen Firmen ist zahlen-
 . mäßig sogar sehr groß, aber dort findet eigentlich
 45 nur ein Bruchteil der eigentlichen Wertschöpfung
 . statt. Dominiert wird die Wirtschaft von wenigen
 . Großkonzernen.

. Diese Entwicklung ist keineswegs neu, son-
 . dern war schon im 19. Jahrhundert zu beobach-
 50 ten. Allein zwischen 1879 und 1886 dürften rund
 . 90 Kartelle in Deutschland entstanden sein, die
 . meisten davon waren Preiskartelle.¹ [...] Damals
 . zeigte sich erstmals ein Paradox, das den Kapi-
 .

lismus bis heute prägt: Nur wenn das Risiko weit-
 55 gehend ausgeschlossen ist, werden hohe Investi-
 . tionen riskiert. Exemplarisch ist die Geschichte
 . der deutschen Elektroindustrie: 1882 begann der
 . internationale Siegeszug der Glühbirne, die der
 . US-Amerikaner Thomas Alva Edison erfunden
 60 hatte. In Deutschland gründete Emil Rathenau
 . schon 1883 die Deutsche Edison-Gesellschaft
 . für angewandte Elektrizität. Um jeden Ärger zu
 . vermeiden, einigte er sich bereits vorab mit dem
 . einzig denkbaren Konkurrenten – mit der Firma
 65 Siemens & Halske, die seit den 1860er-Jahren Dy-
 . namomaschinen baute.

. Als Arrangement schlug Rathenau vor, dass
 . Siemens auf Elektrifizierungsbemühungen ver-
 . zichten sollte, dafür würde er wiederum sämtli-
 70 che Vorprodukte von Siemens beziehen. Nur die
 . Glühbirnen wollte Rathenau selbst herstellen.¹
 . Der Markt wurde also schon verteilt, noch bevor
 . er existierte.

. Technische Entwicklungen machten diesen
 75 Glühbirnenvertrag bald überflüssig, die gedeih-
 . liche Zusammenarbeit aber blieb. Als Emil Ra-
 . thenau 1887 seine Allgemeine Elektrizitätsgesell-
 . schaft (AEG) gründete, stiegen Siemens und auch
 . die Deutsche Bank als Kapitalgeber ein, sodass
 80 sie 1910 zusammen 75 Prozent der elektrotechni-
 . schen Produktion in Deutschland kontrollierten.¹
 . Statt einer wettbewerbsorientierten »Marktwirt-
 . schaft« setzte sich eine Variante des Kapitalismus
 . durch, die später gern »Deutschland AG« genannt
 85 wurde: Jeder war mit Jedem verflochten, um lä-
 . stige Konkurrenz gar nicht erst aufkommen zu
 . lassen. [...] Der Trend zur Konzentration erfasst
 . auch neue Märkte, die durch technische Inno-
 . vationen entstehen. Ein gutes Beispiel ist das In-
 90 ternet: Es dauerte jeweils weniger als zehn Jahre,
 . bis Neugründungen wie Google, Facebook oder
 . Amazon eine marktbeherrschende Stellung er-
 . reichten. [...] Der moderne Kapitalismus ist eine
 . Art Planwirtschaft – auch wenn sie der sozialisti-
 95 schen Planwirtschaft überhaupt nicht ähnelt. Na-
 . türlich ist es ein diametraler Unterschied, ob die
 . Kalkulationen zentral in einem Ministerium oder
 . dezentral bei privatwirtschaftlichen Firmen erfol-
 . gen. Aber geplant wird immer, weil geplant wer-
 100 den muss. Wenn das Risiko – und damit der Ge-
 . winn – nicht kalkulierbar wäre, würde überhaupt
 . niemand investieren. ■ Quelle: Ulrike Herrmann: »Vom Anfang und
 . Ende des Kapitalismus«, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 35 – 37/2015, S. 5f.

¹ Die Fußnoten sind in der Originalquelle angegeben.