

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:

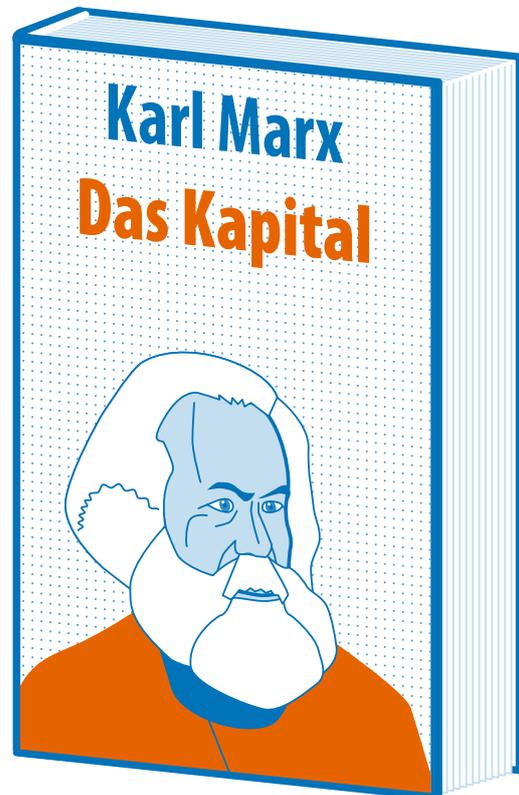
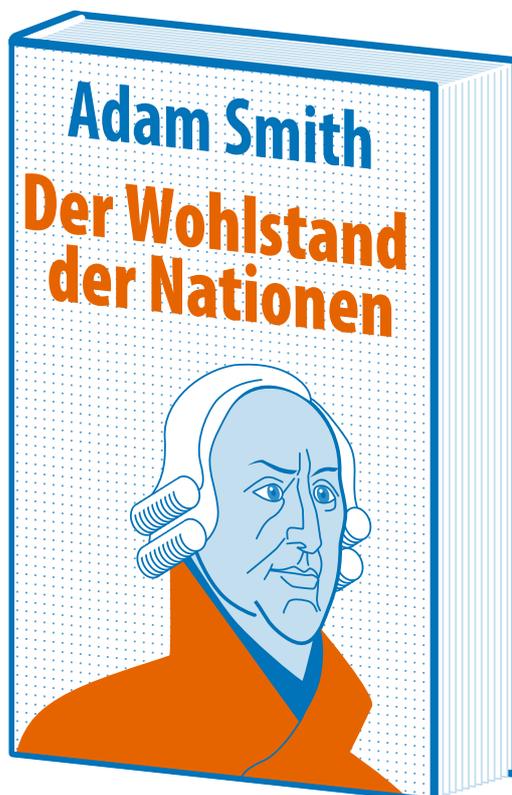
- zum Begriff Marktwirtschaft: M1 (oder Kurztex M3) und Schaubild M2
- zum Begriff Kapitalismus: M4 (oder Kurztex M6) und Schaubild M5

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.

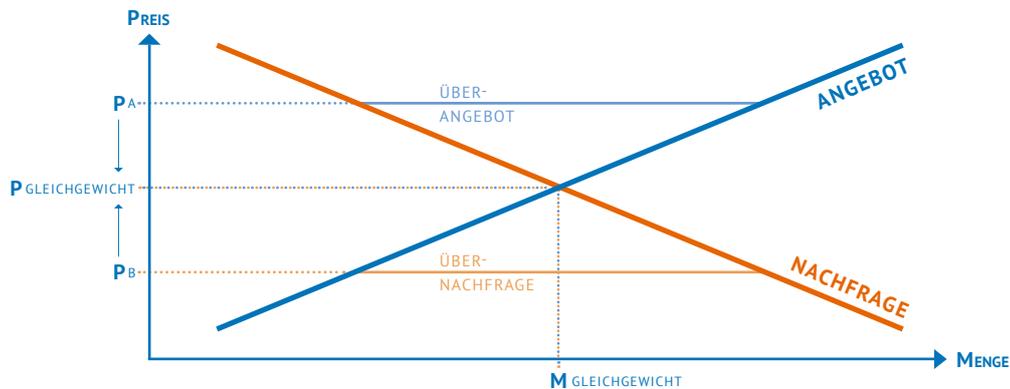
Anhand der Preisbildung auf Gütermärkten lässt sich dies gut verdeutlichen. Dabei wird angenommen, dass es so viele Anbieter und Nachfrager gibt, dass keiner von ihnen den Preis alleine bestimmen kann (Polypol). Sowohl das Angebot an als auch die Nachfrage nach einem Gut hängen üblicherweise von seinem 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 Kurztext 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 **Kurztext
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.*