

Wie der Ignatius dieses seines letzten Erdenjahres von den Dingen in Deutschland gedacht hat, läßt sich vielleicht am besten an den Worten ablesen, die er in seinen Briefen nach dem Norden über das Germanikum niederschrieb. Am 10. September 1555 empfiehlt er durch P. Salmeron dem Kaiser diese für Deutschland so wichtige und derzeit aufs höchste gefährdete Stiftung seiner Liebe: „Dieses gewichtige Werk für die Heimholung Deutschlands zum katholischen Glauben ist menschlich gesprochen am Zusammenbrechen, wenn nicht Gott der Herr es auf außergewöhnliche Weise unterstützt. Die Hilfe für dieses Werk wäre ein Unternehmen, würdig der Majestät und der anderen Fürsten Deutschlands.“⁶¹ Ignatius vertraut ganz auf Gottes unbesiegbare Liebe, aber eben das drängt ihn, auch alle menschlichen Mittel für die Rettung der edlen deutschen Nation einzusetzen. Darum schreibt sein Sekretär Polanco an alle Mitbrüder in Flandern und Deutschland, wo er von der bitteren Not der Kollegien in Rom spricht: „Unser Vater setzt seine Hoffnung nicht auf menschliche Hilfe. Aber wir haben den Anker unserer Hoffnung auf Christus so ausgeworfen, daß wir glauben, auch mit männlichem Mut mitwirken zu müssen mit der göttlichen Gnade, um nicht irgendein Mittel auszulassen, das uns die süße Vorsehung Gottes an die Hand geben will.“⁶² So hat ein Ignatius von der Heimholung Deutschlands gedacht.

Noch am Tag seines Todes, am 31. Juli 1556, geht ein Brief aus seiner Sterbekammer nach Köln an P. Kessel: die herzliche Empfehlung eines jungen Theologen, der bei den Kartäusern zu Sankt Barbara eintreten will. Im Briefregister, in das der Sekretär das dem jungen Mann mitgegebene Empfehlungsschreiben eingetragen hat, notiert Polanco am Ende des Brieftextes: „Bis hierher gehen die Briefe auf Anordnung unseres gebenedeiten Vaters Magister Ignatius, den am letzten Tag des Juli Gott unser Herr in den Himmel aufgenommen hat.“⁶³

Marktgehorsam?

Von OSWALD VON NELL-BREUNING S. J.

Marktstrategie — Marktgehorsam

Unter „Marktstrategie“ kann man sich leicht etwas vorstellen: Einsatz gewaltiger Mittel nach weitblickendem, mit generalstäblerischer Sorgfalt und Genauigkeit ausgearbeitetem Plan, um sich den Markt oder doch einen möglichst großen Marktanteil zu erobern. Dazu zählen nicht allein Reklame-„Feldzüge“, sondern noch mehr Überlegungen und Maßnahmen, um z. B. den Wettbewerber durch „gezielte“ Preisunterbietungen, die gegebenenfalls weit unter die eigenen Gestehungskosten gehen, aus dem Markt zu werfen

⁶¹ MI I, 9, 579.

⁶² MI I, 9, 699 f.

⁶³ MI I, 12, 201.

in der Absicht und Voraussicht, an höheren Preisen sich wieder zu erholen, sobald man allein den Markt beherrschen werde und ihm daher den Preis diktieren könne. Marktstrategie ist ein ohne weiteres verständlicher Begriff: der Unternehmer oder die kartellmäßig zusammengeschlossene Gruppe von Unternehmern erblickt im Markt ein mehr oder weniger wehrloses Objekt, auf das man unbedenklich seine Angriffe richten kann; der Markt wird zwar mit mehr oder weniger heftigen Zuckungen reagieren, aber wenn man die Sache richtig anstellt und gewisse unerläßliche Vorsichtsmaßregeln anwendet, sind wirklich gefährliche Gegenschläge von ihm nicht zu befürchten. Der Markt ist kein handlungsfähiger Gegenspieler, sondern ein anonymes Etwas. Seine Reaktionen unterliegen weitgehend eindeutig bestimmten Gesetzmäßigkeiten; kennt man diese, so kann man die Reaktionen vorausberechnen und bei der Planung der eigenen Strategie bereits in Rechnung stellen.

Neuerdings aber spricht man von „Marktgehorsam“ und führt damit einen Begriff (oder ist es vielleicht nur ein Wort?) in die Diskussion ein, unter dem man sich nur schwer etwas vorstellen kann. Gemeint ist nämlich nicht etwa, daß der Markt gehorchen solle — das kann er nach der Meinung der Vorkämpfer des Marktgehorsams gerade nicht. Vielmehr soll umgekehrt der Unternehmer den vom Markt erteilten Befehlen gehorchen; der Markt soll also der Befehlende sein. Damit wird das bei der Marktstrategie so klare Verhältnis von Subjekt und Objekt auf den Kopf gestellt: der Markt wird zum Subjekt, das die Unternehmer als Objekt seiner Befehlsgewalt behandelt. Diese Erhebung des anonymen Etwas „Markt“ zum Befehle erteilenden Subjekt ist um so überraschender, als sie ausgerechnet von Anhängern derjenigen nationalökonomischen Schule proklamiert wird, die am extremsten die Lehre vom Automatismus des Marktes, vom unfehlbaren Wirken des Mechanismus der Marktgesetze vertritt. Wie kann ein Automat oder Mechanismus Befehle geben? Wie kann man den Befehlen eines Automaten oder Mechanismus Gehorsam leisten?

Die offenbare Paradoxie erklärt und löst sich vielleicht zu einem Teil dadurch, daß hier in bildhafter Sprache gesprochen wird, dabei aber unverträgliche Bilder vermengt werden. Man müßte also die Sprechweise ihrer Bildhaftigkeit entkleiden oder Bilder verwenden, die miteinander verträglich sind; beides ist durchaus möglich, behebt aber die sachliche Schwierigkeit nicht.

Was ist der Markt?

Was ist der Markt? Nach einem andern, von der gleichen nationalökonomischen Schule viel und gern gebrauchten Bild ist der Markt ein Vorgang unmittelbarer *Demokratie*: eine ununterbrochene Volksbefragung und Volksabstimmung; die in Geld gezahlten Preise sind die Stimmzettel, mittels derer diese Abstimmung durchgeführt wird. Die gezahlten oder verweigernten Preise bringen täglich und stündlich zum Ausdruck, welche angebotenen

Sachgüter und Dienstleistungen dem Markt genehm sind, von ihm begehrt und honoriert werden, welche minder begehrt sind und welche schlechterdings zurückgewiesen werden. Während die politische Repräsentativdemokratie nur alle paar Jahre dem souveränen Staatsvolk bei den Wahlen Gelegenheit zur Äußerung seines Willens biete, bringe der Markt durch diese ununterbrochene Stimmzettellabgabe den Willen des souveränen Volkes der Marktteilnehmer unablässig und in vollkommenster Unmittelbarkeit zum Ausdruck, und diesem Willen des Marktes habe der Unternehmer bei Strafe seines wirtschaftlichen Untergangs Gehorsam zu leisten.

Dieses Bild von der angeblichen Demokratie des Marktes macht wenigstens verständlich, wieso der Markt Befehle erteilen könne. Der Markt ist eben doch kein bloßer Mechanismus oder Automat, wie die andere bildhafte Sprechweise glauben machen will, sondern „der Markt“ sind *die Menschen*, die anbietend und nachfragend einander begegnen; „Markt“ im eigentlichen Wortsinn ist diese Begegnung der von der Vielzahl der Menschen ausgehenden Angebote und Nachfragen, wobei es nötig ist, Nachfrage zu verdeutlichen durch den Zusatz „*kaufkräftige Nachfrage*“.

Damit ist allerdings auch bereits angedeutet, daß diese angeblich so überaus vollkommene Demokratie des Marktes in Wahrheit eine *Plutokratie* ist: die immerwährende Abstimmung vollzieht sich nicht nach Köpfen, sondern nach Kaufkraft, und ist damit noch ungleich plutokratischer als etwa das alte preußische Dreiklassenwahlrecht. Ja noch mehr: Während vom politischen Wahlrecht nur die Unmündigen sowie diejenigen ausgeschlossen sind, die sich durch schweres Mißverhalten selbst aus der politischen Gemeinschaft ausgeschlossen haben, steht der an der Abstimmung des Marktes beteiligten Aktivbürgerschaft des Wirtschaftsvolkes die große Zahl der bedauernswerten „Marktpassiven“ gegenüber, die keine oder jedenfalls keine begehrte Leistung anzubieten haben und darum auch, soweit sie nicht irgendwelche Unterstützungen beziehen, keine kaufkräftige Nachfrage auszuüben vermögen. Hier handelt es sich nicht um Menschen, die unverschuldeterweise, weil sie das Alter der Mündigkeit noch nicht erlangt haben, zur Ausübung des Stimmrechtes noch nicht fähig sind, oder verschuldeterweise sich der Ausübung des Stimmrechtes unwürdig gemacht haben; es handelt sich vielmehr um Menschen, die sowohl ihrer intellektuellen Reife nach fähig als auch ihrer sittlichen Reife nach würdig wären, das Stimmrecht auszuüben, die sich aber dazu verurteilt sehen, dem Markt „*passiv*“ gegenüberzustehen und damit an der durch das Ineinandergreifen von Angebot und Nachfrage sich vollziehenden Gestaltung des wirtschaftlichen Geschehens unbeteiligt, von seiner Steuerung oder Lenkung ausgeschlossen sind.

Diesen treffenderweise so genannten „Marktpassiven“ tritt der Markt in der Tat als eine gebietende Macht gegenüber; für sie sind die Marktpreise — vielleicht sollte man eindeutiger sagen: die vom Markt *geforderten* Preise — eine Gegebenheit. Jede Preiserhöhung bedeutet für sie den gebieterischen Zwang, ihre Lebenshaltung weiter einzuschränken; wieviel sie kaufen kön-

nen, ergibt sich rechnerisch durch Division ihrer feststehenden Renten oder anderen Bezüge durch die Preise.

Marktgehorsam im Verhalten als Anbieter und Nachfrager

An diese „Marktpassiven“ aber ist keineswegs gedacht, wenn vom Marktgehorsam die Rede ist, noch richtet sich die Forderung nach Marktgehorsam an sie. „Adressaten“ dieser Forderung sind vielmehr die Unternehmer, also gerade der *aktivste* Teil des Marktvolkes.

Bleiben wir im Bilde der (angeblichen) Marktdemokratie, dann hat es einen durchaus vollziehbaren Sinn, von den einzelnen Markt- bzw. Wirtschaftsbürgern Gehorsam gegen den von der Gesamtheit im Wege ordnungsmäßigen Mehrheitsbeschlusses gebildeten Willen zu fordern. „Vollziehbaren Sinn“ will besagen: man kann sich darunter etwas vorstellen, kann verstehen, was damit gemeint ist oder wenigstens gemeint sein könnte. Das besagt nicht: das Gemeinte sei damit einsichtig geworden oder gar überzeugend dargetan. Dazu bedürfte es der Verifizierung des gebrauchten Bildes, d. h. es müßte gezeigt werden, daß die „Abstimmung“ im Markte, so undemokratisch-plutokratisch sie auch sein mag, überhaupt ein Vorgang der *Willensbildung* ist, deren Ergebnis den Marktbeteiligten als rechtmäßig gebildeter und verbindlicher Gesamtwille gegenüberträte. Überdies müßte gezeigt werden, ob und zutreffendenfalls welchen Regeln die Abstimmung der einzelnen Marktbeteiligten, d. i. ihr Verhalten bei der Abstimmung, unterliegt — dies um so mehr, als dasjenige, worin sie „Marktgehorsam“ üben sollen, genau dasselbe ist wie das, worin oder womit oder wodurch sie ihr Stimmrecht am Markte ausüben: ihr Verhalten als *Anbieter* und *Nachfrager*. Irgendetwas anderes gibt es ja im Markt nicht. Damit aber scheint man sich im Kreise zu drehen: das Marktgeschehen verlangt vom Unternehmer (an die anderen Marktbeteiligten wird kaum gedacht) hinsichtlich seines Angebotes, d. i. hinsichtlich dessen, was er an den Markt bringt, und hinsichtlich des Preises, den er dafür verlangt, sich so zu verhalten, wie es „der Markt“, d. h. das aus dem Zusammenspiel seines eigenen Angebots und des Angebotes aller übrigen Anbieter einerseits und seiner eigenen Nachfrage und der Nachfrage aller übrigen Nachfrager andererseits sich ergebende Bild der *Bezugs- und Absatzmöglichkeiten*, verlangt — dies in der Tat „unter Strafe seines wirtschaftlichen Untergangs“.

So verstanden läuft der Marktgehorsam des Unternehmers auf eine Trivialität hinaus. Der Unternehmer soll das produzieren und auf den Markt bringen, wonach Nachfrage besteht, und es zu Preisen an den Markt bringen, zu denen die Nachfrager es abnehmen, d. h. bezahlen können. Das haben die Unternehmer schon eh und je gewußt. Und wenn sie dagegen verstoßen haben, so bestimmt nicht aus bösem Willen, sondern nur aus Unkenntnis, was begehrt werde und wieviel die Begehrenden dafür zu zahlen imstande und gewillt seien. Um dieser Unkenntnis abzuhelpen, betreiben sie heute intensive, wissenschaftlich unterbaute Marktanalyse.

Utopie des vollständigen Wettbewerbs

Ein ganz anderes Gesicht gewinnt die Frage nach dem Marktgehorsam, sei es der Unternehmer, sei es der Verbraucher, wenn ihr folgender Sinn gegeben wird: sind die Marktteilnehmer, gleichviel ob Unternehmer oder Verbraucher, gehalten, bei der als Willensbildung des Marktes gedeuteten Abstimmung jeder *einzelnen* nur seine eigene Stimme einzuwerfen, oder steht es ihnen frei, nach dem hier ja immer wieder berufenen Vorbild der politischen Demokratie sich zu Parteien, hier also zu organisierten Marktparteien *zusammenschließen*, um auf diesem Wege einen gewichtigen Block von Stimmen einheitlich einzuwerfen und Stimmenverzettlung, das unwirksame Verlorengehen von Stimmen usw., zu verhüten?

Die ursprüngliche Theorie der politischen Demokratie ging von der Unterstellung aus, die Staatsbürger seien unverbunden dastehende einzelne, atomisierte Individuen und würden daher auch *als solche* an der politischen Willensbildung mitwirken und ihr Stimmrecht ausüben. Die Erfahrung hat jedoch gezeigt, daß diese Unterstellung unrealistisch ist: es erwies sich nicht nur als notwendig, in der Form politischer Parteien Zusammenschlüsse von Anhängern bestimmter politischer Programme zu bilden, sondern es stellte sich heraus, daß schon vor der politischen Parteienbildung vielfältige Gruppen im Staatsvolk bestanden, deren ungeheure Bedeutung heute mit dem Wort *pressure-groups* treffend zum Ausdruck gebracht wird. Nach heutiger politischer Doktrin gelten die Parteien, wo nicht als wesentliche Bestandteile, so doch mindestens als unentbehrliches Zubehör der politischen Demokratie, während das Vorhandensein der *pressure-groups* als peinlicher, aber wenigstens derzeit unvermeidlicher Schönheitsfehler empfunden und hingenommen wird.

Wie steht es in dieser Hinsicht bei der illustren, leider allerdings ein wenig plutokratisch denaturierten Demokratie des Marktes? Über die Tatsachen ist keinerlei Illusion möglich. Die aufklärerische Konzeption der atomistisch-individualistischen Demokratie hat ihr getreues Gegenbild im *Denkmodell* des vollständigen Wettbewerbs. Die wirkliche Wirtschaft, auch die als Verkehrs- und Marktwirtschaft bezeichnete, hat mit diesem Denkmodell nur eine äußerst entfernte Ähnlichkeit. Dagegen stimmt sie in vielem mit der heutigen politischen Formal- und Massendemokratie überein, in der nach einem bekannten und wirklich bezeichnenden Wort die politischen Parteien das souveräne Volk und die *pressure-groups* hinwiederum die politischen Parteien „mediatisiert“ haben mit der Folge, daß unser Verfassungsleben in einem hohen Grad ein nur noch schwer zu durchdringendes Dickicht von illegitimer Legalität und illegaler Legitimität ist.

Immerhin haben wir für unser politisches Leben eine Verfassung und in Bund und Ländern sogar Verfassungsgerichtshöfe; über den ordnungsgemäßen Weg der staatlichen Willensbildung wie auch über Inhalt und Schranken des staatsbürgerlichen Gehorsams besteht in der Hauptsache Klarheit,

mag auch hier und da die genaue Grenzziehung Schwierigkeiten bereiten und Zweifel offenlassen. Eine damit vergleichbare „Marktverfassung“ haben wir dagegen nicht. Soweit wir sogenannte „Marktordnungen“ haben, bedeuten diese vielmehr, daß der Markt zugunsten obrigkeitlicher Preisfestsetzung und weitgehend sogar durch „Zementierung der Absatzwege“ ausgeschaltet ist. „Marktordnung“ im heutigen Sprachgebrauch ist also *lucus a non lucendo*, ist Zwangswirtschaft, mehr oder weniger planvolle oder auch planlose Planwirtschaft, aber *keine* Marktwirtschaft.

Richtig ist die Erkenntnis der neoliberalen Schule, daß sich im Markte nicht eine „natürliche Ordnung“ des Wettbewerbs von selbst einstellt, daß vielmehr die Wettbewerbsordnung — wie wir hinfot sagen wollen, weil das Wort „Marktordnung“ bereits vergriffen ist — wohl überlegt durch einen Akt der Gesetzgebung, ja Verfassungsgebung des Marktes *geschaffen* werden muß. Einer solchen Marktverfassung schulden alsdann zweifellos alle Marktbeteiligten *Gehorsam*, allerdings nicht Gehorsam gegenüber dem Willen des Marktes, sondern Gehorsam gegenüber dem gesetzgeberischen Akt, der die Marktverfassung setzt und um den zur Zeit insbesondere unter den Stichworten Monopolkontrolle und Kartellgesetz gerungen wird.

Unzulässig, weil widerspruchsvoll, ist die Verfahrensweise der neoliberalen Schule, die ungeachtet ihrer richtigen Erkenntnis, daß es eine „natürliche Ordnung“ des Wettbewerbs nicht gibt, dennoch das Denkmodell des vollständigen Wettbewerbs als das aus der Natur der Sache heraus *verbindliche* Leitbild der Wettbewerbsordnung oder Marktverfassung zugrunde legt und von diesem Boden aus argumentiert. Eine solche Beweisführung setzt das zu Beweisende voraus; sie erhebt ein zu gewissen didaktischen und heuristischen Zwecken sehr nützliches, vielleicht sogar unentbehrliches Denkmodell fälschlich zu einem Postulat der praktischen Wirtschaftspolitik. Auf diesem Wege kann die Frage des Marktgehorsams nicht beantwortet werden.

Als praktisch bedeutsam hat die Frage des Marktgehorsams sich bisher an zwei Stellen erwiesen. Vor allem in der Kartell- oder Monopolfrage, wo sie die Form der Alternative annimmt: ist Marktstrategie erlaubt, um dem Markt den eigenen Willen aufzuzwingen, oder gibt es nur gehorsame Unterwürfigkeit unter den Willen des Marktes? An zweiter Stelle in dem Streit um das Mitbestimmungsrecht: können Unternehmer und Belegschaft gemeinschaftlich miteinander bestimmen oder haben beide sich gehorsam dem „Willen“ des Marktes zu beugen?

Mitbestimmung

Diese letzte Frage ist von vornherein falsch gestellt. Hier wird das Verfahren der *inneren* Willensbildung im Unternehmen zusammengeworfen mit dem *Außenverhältnis*, in dem der wie immer gebildete Wille des einzelnen Wirtschaftssubjektes, hier also des Unternehmens, und des Marktes zueinander stehen. Zweifellos muß sich das Unternehmen in seinen Planungen und Entschlüssen nach der Marktlage richten, muß sich in den Markt ein-

passen und kann weder erwarten noch verlangen und in aller Regel auch nicht erzwingen, daß der Markt sich seinen Wünschen oder Bedürfnissen anbequemt. Bezüglich der Verfahrensweise und der Zuständigkeiten bei der inneren Willensbildung des Unternehmens folgt jedoch daraus nichts. Der gemeinsam, auf Grund eines wirtschaftlichen Mitbestimmungsrechts der Arbeitnehmer, also konstitutionell oder demokratisch gebildete Unternehmenswille kann klug und geschmeidig auf ein Höchstmaß an Marktanpassung zielen. Ein vom „Herrn im Hause“ allein absolutistisch und monokratisch gebildeter Wille kann in eigensinniger Verhärtung versuchen, den Wünschen oder Launen des Marktes Trotz zu bieten. Unter dem Stichwort „Marktgehorsam“ läßt sich in Bezug auf die wirtschaftliche Mitbestimmung der Belegschaft oder Arbeitnehmerschaft nicht mehr sagen als dieses: wer immer an der unternehmerischen Willensbildung mitzuwirken hat oder daran mitzuwirken beansprucht, muß sich darüber klar sein, daß ein Sich-Hinwegsetzen über die Gegebenheiten des Marktes unabwendbar die Strafe des wirtschaftlichen Untergangs nach sich zieht. — Die Verquickung der Mitbestimmungsfrage mit der Frage des Marktgehorsams geht offenbar von der stillschweigenden Voraussetzung aus, die an der Willensbildung des Unternehmens beteiligten Arbeitnehmer würden leichtfertiger ihre Arbeitsplätze aufs Spiel setzen als der Eigentümer sein Kapital. Ob dies zutrifft, ist Tatfrage und hier nicht zu untersuchen.

So bleibt nur die erste Frage übrig, d. i. die Frage, ob es zulässig ist, dem Markt durch Blockbildung oder ähnliches seinen Willen aufzuzwingen oder ob ein Gebot besteht, dem Markt nur in Demut in der Haltung des machtlosen einzelnen sich zu nahen.

Kartelle

Dieses Gebot des Marktgehorsams würde also lauten: Du darfst am Markt nur *schwach* oder jedenfalls nur so stark sein, daß du durch dein Verhalten als Anbieter oder Nachfrager die Marktlage nicht fühlbar zu beeinflussen vermagst, daß insbesondere die am Markte zu bildenden Preise für dich „Daten“, d. h. feststehende Gegebenheiten sind, an denen du nichts ändern kannst, die du vielmehr hinnehmen, mit denen du dich abfinden mußt. Marktgehorsam bestände also in diesem Sich-Abfinden, in dem Verzicht auf den Versuch, durch Zusammenschluß mit anderen so zu erstarken, daß man nicht mehr genötigt wäre, die gegebene Marktlage und die im Markt sich bildenden Preise als „Daten“ hinzunehmen, sondern sie nach dem eigenen Willen zu ändern vermöchte. Der Sache nach deckt sich das Gebot dieses Marktgehorsams mit der Forderung, der Markt müsse *machtfrei* sein, oder anders ausgedrückt: kein Marktteilnehmer dürfe über Machtmittel verfügen, die es ihm ermöglichen, Marktstrategie zu treiben.

Diese Forderung, der Markt müsse machtfrei sein, erscheint in der Tat bestechend; ein vermachteter Markt erscheint geradezu widernatürlich. Nichtsdestoweniger ist hier Vorsicht geboten. Nicht die Macht als solche, nur

die *Übermacht* ist marktwidrig. Wer die Marktmacht ablehnt, meint wohl auch meist nur die Übermacht, die dem Stärkeren gestattet, den Schwächeren auszubeuten. Um dem vorzubeugen, fordert er, alle müßten *schwach*, gleich schwach sein; richtig aber müßte die Forderung lauten: alle sollten *stark* sein, allerdings nicht schlechterdings gleich stark, weil sich das nicht verwirklichen läßt, wohl aber so, daß die Unterschiede an Stärke nicht jenes Maß erreichen, bei dem die größere Stärke der einen zur Übermacht über die weniger starken andern wird.

Wie gelangt nun aber ein Teil der Marktteilnehmer zu größerer Stärke und schließlich Übermacht über andere?

Der erste und natürlichste Weg ist der des *Wachstums* durch eigene Leistung und Tüchtigkeit. Handelt es sich wirklich um echte Leistung, so können gerade die Verfechter des Prinzips fairen, wohlgeordneten Wettbewerbs nichts dagegen einwenden. Wer im Wettbewerb mehr leistet, dem müssen auch die Früchte dieser seiner Mehrleistung zufallen.

Ein anderer Weg ist derjenige des *Zusammenschlusses*, also die Bildung von Machtkörpern oder Machtblöcken. Mit Berufung auf die zum Verfassungsgesetz des Marktes erhobene Machtfreiheit werden daher solche Zusammenschlüsse verpönt, allerdings mit bemerkenswerter Differenzierung.

Zusammenschlüsse können in der Weise erfolgen, daß mehrere Wirtschaftssubjekte (Unternehmen) sich zu *einem* zusammenschließen, d. h. zu einer rechtlichen oder mindestens wirtschaftlichen Einheit verschmelzen. Sie können aber auch so erfolgen, daß die sich zusammenschließenden Wirtschaftssubjekte (Unternehmen) als solche bestehen bleiben und ihre Selbständigkeit behalten, jedoch vereinbaren, am *Markte* einheitlich aufzutreten.

Zweifellos entsteht durch die volle rechtliche oder wirtschaftliche Verschmelzung im allgemeinen ein stärkeres Machtgebilde als durch die bloße Vereinbarung einheitlichen Auftretens am Markte. Nichtsdestoweniger bekämpft man im Namen der Machtfreiheit des Marktes vor allem diese letztgenannte Form, also das *Kartell*. Zwei Gründe sind dafür bestimmend.

Der erste Grund ist *praktischer* Art: Kartelle sind leichter zu bekämpfen, will sagen zu sprengen als marktbeherrschende Großunternehmen, deren „Entflechtung“, wie die Erfahrungen der Nachkriegszeit bestätigen, eine ungemein mühselige und im Erfolg fragwürdige Angelegenheit ist. An sich läge allerdings die umgekehrte Nutzenanwendung näher: vorbeugend der Entstehung von Machtkörpern um so nachdrücklicher entgegenzutreten, je schwerer es später sein würde, sie wieder aufzulösen. Tatsächlich aber wird — von gewissen Versuchen der Antitrustgesetzgebung der USA abgesehen — aus Gründen vielfältiger Art ziemlich allgemein darauf verzichtet, den Zusammenschluß zu wirtschaftlichen Giganten zu bekämpfen.

Der zweite Grund ist *theoretischer* Art: der durch Verschmelzung geschaffene wirtschaftliche Gigant ist, wenigstens rechtlich gesehen, durchaus in der Lage, wenn er guten Willens ist, sich einwandfrei wettbewerbsfähig zu verhalten, wenn es ihm auch höchstwahrscheinlich an diesem guten Willen

fehlen wird. Die im Kartell zusammengeschlossenen Unternehmen dagegen haben sich durch den Kartellvertrag der Freiheit wettbewerblichen Verhaltens begeben. Das Kartell hat ja gerade den Zweck, den gegenseitigen Wettbewerb auszuschalten; der Kartellvertrag verbietet ihn oder unterwirft ihn jedenfalls starken Beschränkungen (völlig ausschließen läßt er sich nicht). In diesem vertraglichen Verzicht der Kartellmitglieder auf Wettbewerb untereinander erblickt man einen förmlichen Bruch der bestehenden Wirtschafts- und Marktverfassung. An die Stelle der als zum wettbewerblichen Verhalten *verpflichtend* gedeuteten verfassungsmäßigen Wettbewerbsordnung setze das Kartell das vertragliche *Verbot* des Wettbewerbs. Darin liege die förmliche Aufkündigung des der verfassungsmäßigen Wettbewerbsordnung geschuldeten Gehorsams, des „Marktgehorsams“. Vom gigantischen „marktbeherrschenden“ Unternehmen sei zwar zu befürchten, daß es tatsächlich Marktmacht ausüben werde, statt sich still und bescheiden in den Wettbewerb einzuordnen; beim Kartell dagegen sei dies nicht ein zu besorgendes Mißverhalten, sondern sein eigenstes und eigentliches Wesen.

Das an früherer Stelle mit Nutzen angewandte Bild von der Demokratie des Marktes hilft hier nicht weiter. Der Zusammenschluß im Wege der Verschmelzung hat kein Gegenstück in der politischen Demokratie; dort gibt es nur Zusammenschlüsse, die dem kartellmäßigen Zusammenschluß im Markt entsprechen. Wollte man im Bild bleiben, so müßte man den Kartellen die politischen Parteien zuordnen; aus der Bekämpfung der Kartelle würde analog die Bekämpfung der politischen Parteien oder umgekehrt aus der verfassungsmäßigen Anerkennung der politischen Parteien die Anerkennung oder mindestens Zulassung der Kartelle folgen. Das hieße offenbar, den Vergleich überspannen, ihn auch da noch anwenden, wo die Vergleichbarkeit versagt, der Vergleich also irreführt. Es kann daher nur darum gehen, sich Rechenschaft zu geben, ob tatsächlich eine Wirtschaftsverfassung und Wettbewerbsordnung in dem Sinn besteht, daß jeder, der als Selbständiger am wirtschaftlichen Verkehr teilnehmen will, *verpflichtet* ist, sich uneingeschränkt wettbewerblich zu verhalten mit der Folge, daß jeder, der dies nicht will (oder vielleicht überhaupt nicht kann!), nur den Ausweg hat, auf seine wirtschaftliche Selbständigkeit zu verzichten, d. h. sich von einem Größeren und Stärkeren aufsaugen, schlucken zu lassen. Der Marktgehorsam, wie ihn der Neoliberalismus der Freiburger Schule versteht, läßt in der Tat keine andere Wahl. Allerdings, das muß hinzugefügt werden, fordert diese Schule auch vom konkurrenzlosen marktbeherrschenden Giganten Marktgehorsam: er habe sich so zu verhalten und soll notfalls zwangsweise dazu angehalten werden, von seiner Marktmacht keinen Gebrauch zu machen, ja — nach einzelnen Vertretern dieser Schule — sich so zu verhalten, „als ob“ er in vollständigem Wettbewerb stände. Ein geistreicher Kritiker nennt das: auf grüner Wiese Skilaufen, „als ob“ Schnee läge. Das Monopolamt, das mit obrigkeitlicher Gewalt einen Wirtschaftsgiganten *dazu* anhalten soll, ist nicht zu beneiden!

Schaut man genau zu, so versteckt sich hinter dem Theorem oder Postulat des Marktgehorsams die liberale Utopie des vollständigen Wettbewerbs. Weil man dieser Utopie nachjagt, weil man das Denkmodell des vollständigen Wettbewerbs zum idealen Leitbild, seine weitestmögliche Verwirklichung zur (angeblich) geltenden Wirtschaftsverfassung erhebt, will man die Tatsachen vergewaltigen und einen machtfreien Markt herstellen. Solche Wirtschaftspolitik aus einer Utopie heraus ist ungeheuer *gefährlich*. Die Vermachtung der Märkte hat bedrohliche Formen und Ausmaße angenommen. Dieser Entartung entgegenzuwirken, ist eine der dringlichsten Aufgaben der Wirtschaftspolitik. Eben darum muß diese Politik *realistisch* angefaßt werden und darf weder ihre Argumente noch ihre Instrumente bei der Utopie ausleihen. Die Interessenten hätten allzu leichtes Spiel, die aus der Utopie hergeholten Argumente zu zerschlagen; die aus dem Arsenal der Utopie entlehnten Instrumente aber würden in dem Augenblick zerbrechen, da man versuchen würde, sie ernsthaft einzusetzen.

Dem Denkmodell des machtfreien Marktes mit seinem vollständigen Wettbewerb die *balance of power* entgegensetzen, wie dies neuestens versucht wird, heißt eine Utopie durch eine andere ersetzen. Immerhin ist unter den heutigen Umständen das Programm der *countervailing power* um einige Grade weniger utopisch als das des machtfreien Marktes. Je mehr die heutige Wirtschaft aus zwingenden Gründen sich vom Bild des vollständigen Wettbewerbs entfernt, um so mehr entwickelt sich ein Wettbewerb zwischen machtvollen Gebilden, teils mächtigen einzelnen, teils organisierten Gruppen. Unter diesen Umständen kann *Übermacht* mindestens behelfsmäßig durch Aufbau von *Gegenmacht* gedämpft werden. Für „Marktgehorsam“ im Sinne der Schule läßt eine solche Entwicklung allerdings immer weniger Raum.

In der jüngsten Diskussion spielt das Argument eine Rolle, wer Bindungen auferlegen wolle und Gehorsam beanspruche, sei beweispflichtig dafür, daß diese Freiheitsbeschränkung um des Gemeinwohls willen notwendig sei. Dieses in einem altbekannten Grundsatz der Sozialethik wurzelnde Argument wird nun aber nach zwei entgegengesetzten Seiten angewendet.

Die einen bedienen sich seiner gegen den Staat, der Marktgehorsam fordert und darum kartellmäßige Bindungen und Zusammenschlüsse unterbinden will; dazu sei er nicht befugt, solange er nicht den Beweis erbracht habe, daß das Gemeinwohl ohne einen so tiefgehenden Eingriff in die Freiheit der Unternehmer nicht gewahrt werden könne.

Die andern kehren den Spieß um: Zusammenschlüsse kartellmäßiger Art beschränkten die Freiheit der anderen Marktbeteiligten, die gezwungen würden, sich dem Diktat, insbesondere dem Preisdiktat des Kartells zu unterwerfen. Also trage nicht der Staat die Beweislast, der solche Zusammenschlüsse unterbinden wolle, sondern hätten umgekehrt diejenigen, die ein Kartell bilden wollten, den Nachweis zu erbringen, daß ihr Kartell entweder niemand außer denen, die sich aus eigenem freien Entschluß daran betei-

gen, in seiner Freiheit beschränke, oder daß diese Beschränkung aus zwingenden Gründen des öffentlichen Wohles hingenommen werden müsse.

Oberflächlich gesehen geht der Streit um die Tatfrage, wer wessen Freiheit beschränke. In tieferer Sicht jedoch stellt sich die weit ins Grundsätzliche vorstoßende Frage, welche Machtausübung und welche Freiheitsbeschränkungen gefährlicher seien und darum strengerer Kontrolle bedürfen: die von der obrigkeitlichen Gewalt des Staates oder die von freien oder manchmal sogar wilden gesellschaftlichen Mächten ausgehenden.

Soviel steht allemal fest: nicht diese freien oder gar wilden gesellschaftlichen Mächte haben dem Staat zu befehlen, sondern der Staat, d. i. die rechtliche und machtmäßig geeinte Gemeinschaft *aller*, hat diese gesellschaftlichen Mächte in der Zucht und Ordnung zu halten, ohne die kein Gemeinschaftsleben möglich ist.

Nach heutiger Lage der Dinge ist „Marktgehorsam“ in dem Sinn, daß man unter freiwilligem oder gebotenem Verzicht auf Machtentfaltung still und bescheiden die Marktgegebenheiten als „Daten“ hinnimmt und sich dem Automatismus des Marktes ausliefert, weder möglich noch auch nur wünschenswert; ein durchgreifender Fortschritt zu besserer und preiswerterer Versorgung der Verbraucher kann in vielen Fällen nur durch großzügige und machtvolle Marktstrategie durchgesetzt werden. Gewiß gibt es eine verabscheuenswerte Marktstrategie, die dem eingangs dieses Aufsatzes gezeichneten abstoßenden Bild entspricht, und wahrscheinlich zeigt dieses Bild sogar den verbreitetsten Typ von Marktstrategie. Es gibt aber auch einen anderen, begreiflicherweise bei den Betroffenen ebenso unbeliebten, tatsächlich aber ungemein segensreichen Typ von Marktstrategie. Das ist die Marktstrategie, die ihre Feldzüge gegen Verknöcherung, Schwerfälligkeit und Rückständigkeit führt, denen sie mit rationelleren Methoden der Produktion und Distribution den Garaus macht.

Wenn es wahr ist, daß die Wirtschaft letztlich nicht dem Anonymus „Markt“, sondern dem bedürftenden und zu versorgenden Menschen zu dienen hat, dann kann „Marktgehorsam“ nicht der Weisheit letzter Schluß sein. Die Wirtschaftspolitik darf sich nicht zum Ziel setzen, Marktmacht und Marktstrategie grundsätzlich zu unterbinden, darf allerdings ebenso wenig die Hände in den Schoß legen und sich darauf verlassen, jeder Macht im Markte werde schon eine Gegenmacht erwachsen, die sie in Schach hielte. Die Wirtschaftspolitik muß Marktmacht und Marktstrategie als unvermeidliche und an sich nicht einmal unerfreuliche Tatsachen sehen und anerkennen; sie muß sich verantwortlich wissen nicht für ihre Unterdrückung oder gar Vernichtung, sondern für ihre *Bändig*ung, d. i. ihre Einordnung in den Dienst am Ganzen. Je weniger doktrinär sie dabei verfährt und je reichhaltiger daher das Instrumentarium sein kann, dessen sie sich bedient, um so mehr Aussicht hat sie, der wirtschaftlichen Wirklichkeit beizukommen und sie im Sinne einer vernünftigen und funktionsfähigen Ordnung zu gestalten.