

MARKT

“Hans im Glück” oder doch nur “Des Kaisers neue Kleider”

“Der Kern der Marktwirtschaft liegt darin, daß sie eben kein System ist.” Sir Ralf Dahrendorf, Prof. Dr. phil., (* 1929), deutscher Soziologe, Wirtschaftswissenschaftler

Wer “Markt” als Örtlichkeit zur Zusammenkunft von Käufern und Verkäufern begreift, wie noch Meyers kleines Konversationslexikon vor rund hundert Jahren, oder als abstrakte “Einrichtung zur Preisbildung”, wie die moderne Volkswirtschaftslehre, dem ist zweifelsfrei nicht zu widersprechen. Recht hätte allerdings auch, wer die Beatles als vielgehörte Musikkapelle der sechziger Jahre, blue jeans als recht robuste Beinbekleidung und Demokratie als volksnahe Form der kollektiven Willensbildung und Entscheidungsfindung ansieht.

Es gibt zeitlose Definitionen, denen vor allem gemein ist, dass sie immer richtig sind, aber nie etwas zu erklären vermögen.

“Markt” ist längst mehr als eine volkswirtschaftliche Größe oder ein Modell des Verkehrs von Waren und Dienstleistungen. Markt, der freie selbstverständlich, hat es zum Gütezeichen gebracht, zum Wert, ja zum Lebensgefühl.

Markt, der freie, die freie Marktwirtschaft, sind die Gewinner der neunziger Jahre schlechthin. Der Zusammenbruch der DDR und anderer planwirtschaftlicher Systeme in der achtzigern schuf die Grundlage für einen unbeschreiblichen Sieges- und Triumphzug nicht nur westlicher Demokratiemodelle, sondern eben auch jener Marktwirtschaft, die sich mit dem hehren Adjektiv “frei” schmückt. Die Geschichte selbst scheint in einer Art historischem Großversuch das nunmehr unverrückbare Ergebnis für alle unübersehbar und unabstreitbar erbracht zu haben: ‘Die freie Marktwirtschaft ist das überlegene System. Es ist effektiver, es ist billiger, es ist zuverlässiger und versorgungssicherer als alle anderen Wirtschaftssysteme und: es macht die Menschen frei!

Wer sich in Denken und Handeln auf den Markt einläßt, streift die Ketten hoheitlicher Gängelei und Fürsorgerei ab, ist bereit zum Risiko, ist bereit, Verantwortung für sich zu übernehmen, jammert nicht, klagt nicht, sondern packt an - und ist am Ende erfolgreich!’

Markt wurde zur Einstellung, zum Handlungskriterium, zur Lebensweise.

Eine Art Massensuggestion schuf den Typus des Yuppie ebenso wie den neuen Aktienmarkt und eine gigantische Kursblase.

Dass dem Yuppie schließlich die Ich-AG folgte und dem Börsenboom Manfred Krug und die T-Aktie, tut der gesellschaftlichen Erfolgsstory freier Marktwirtschaft, die mittlerweile “Zeitgeist” zu nennen durchaus nicht zu hoch gegriffen ist, keinen Abbruch. Zu tief hat sie sich in den Köpfen, in denen naturgemäß ohnehin nur begrenzt Platz ist,

etabliert.

Was schließlich an fast 40.000 Unternehmenspleiten im Jahr volkswirtschaftlich effizient sein soll?, wo der Wohnungsmarkt bei 500.000 Wohnungslosen und der Arbeitsmarkt bei vier Millionen Arbeitslosen versorgungssicher sein sollen?, wie es schließlich mit ökologischen und sozialen Folgekosten stehe?, derartige kritische Hinweise dienen den Markt-Protagonisten bestenfalls als Nachweis dafür, dass der freie Markt im Zweifelsfalle eben noch nicht frei genug ist.

Statt dessen ist es gelungen die Kritiker selbst geschickt zu diffamieren. Wer nachdenklich wird und gar Bedenken entwickelt, im Grunde damit durchaus Tugenden zeigt, wird zum "Bedenkenträger" stilisiert, nahe dem Querulanten, den ohnehin noch nie jemand leiden mochte. Wer sich der Maxime widersetzt, dass der Zweck die Mittel heilige, und wer die Gesetze des freien Marktes nicht zum Tugend- und Moral-Ersatz erklärt, wird zum "Gutmenschen", der sich den Realitäten entziehen will und für den daher ebensowenig Platz ist wie für den Bedenkenträger.

Da es den Kapitalismus im aktiven deutschen Sprachschatz ohnehin kaum noch gibt, entfällt die Kapitalismuskritik gleich mit, bzw. bleibt einigen "Altlinken" vorbehalten, 'einer Art folkloristischer Veranstaltung bei PDS, SPD und Herz-Jesu-Marxisten'.

Derart ideologisch flankiert (absolut cool: Michael Douglas in Wall Street), fand der Siegeszug von freiem Markt und Wettbewerb nicht nur regional, sondern auch sektoral Niederschlag und Ausdruck - als oberster Feldherr an der Spitze ein EU-Wettbewerbskommissar, der mit Argusaugen darüber wacht, dass alles und jedes dem Wettbewerb ausgesetzt wird, außer dem Wettbewerb, dessen Monopolstellung als Prinzip wirtschaftlichen Handelns mit allen Mitteln gegen Subventionen und Elementen hoheitlicher Planung verteidigt wird - sofern ein attraktives Geschäftsvolumen und entsprechende Rendite vermutet werden kann.

Die Frage, ob und weshalb irgendein Versorgungsbereich marktwirtschaftlich organisiert werden könnte und sollte, ist scheinbar obsolet geworden. In einer Art Umkehr der Beweislast ist nun zu begründen, welche zwingenden Gründe dafür sprechen mögen, wenn und dass ein Sektor sich nicht marktwirtschaftlichen Prinzipien unterwerfen soll und will.

Dass davon die Wohlfahrtspflege nicht verschont bleiben konnte, erstaunt nicht. Zum einen kann ein Bruttowertschöpfungsvolumen von 35 Mrd. Euro durchaus begehlich machen, zum anderen war die Kritik an mancherlei ineffizienter Struktur alles andere als unberechtigt. Auch hatte die Wohlfahrtspflege trotz über hundertjähriger sozialpädagogischer Theorietradition offensichtlich den Verfechtern freier marktwirtschaftlicher Strukturelemente kein eigenes theoretisch ausformuliertes Modell der Sozialwirtschaft wirkungsvoll entgegenzusetzen.

Wer früher noch Klient, Hilfesuchender, ein Patient oder auch ganz schlicht ein alter, ein kranker oder ein behinderter Mensch war, war nun Kunde. Spottet diese Begriffsbestimmung auch jeglichem sozialpädagogischen Anspruch, da dem Kundenbegriff nun einmal eigen ist, dass er

den Menschen auf den Entgegennhmer von Waren und Dienstleistungen reduziert - und zwar gegen Geld - und bestenfalls noch zum Ziel von Marketing und Werbung macht, so schien für viele doch endlich ein Terminus gefunden, der aus so manchem Mief befreien sollte, der luftig klang, mündig, und der deutlich machen sollte, wer denn nun eigentlich der König zu sein hat in der Einrichtung oder in der Beratungsstelle.

Die Kritik, die mit den Begrifflichkeiten freier Marktwirtschaft geführt wurde, traf und trifft durchaus die eine und andere wunde Stelle. Das Problem besteht jedoch schlicht darin, dass der Austausch von Begriffen noch keine Analyse ersetzt und die Anleihe in benachbarten Disziplinen wie Betriebswirtschaft und Volkswirtschaft zwar sinnvoll und sogar notwendig ist, jedoch nur begrenzt weiterhilft, wenn kein eigener, dem Gegenstand angemessener und aus der Auseinandersetzung mit dem Gegenstand erwachsener Reflexionshintergrund gegeben ist. Und dieser Gegenstand ist nun einmal - so paradox es klingen mag - der Mensch.

Der Durchmarsch des Kapitalismus fordert nicht nur die Praxis der Wohlfahrtspflege in einem durchaus positiven, weil chancenbergenden Sinne heraus. Er fordert auch die eigenständige sozialpädagogische und sozialwirtschaftliche Theoriebildung und ihre Transformation in die Praxis. Andernfalls kann es dem einen oder der anderen trotz oder gerade wegen "Kundenorientierung" und "Produktfamilie" ergehen wie dem Kaiser in Andersens Märchen, und ein kleines Kind sagt: "Aber er hat ja gar nichts an!"