

Wettbewerb und Gesellschaft

Bearbeitet von
Dirk Lothar Gelfort

1. Auflage 2017. Buch. 167 S. Softcover1

ISBN 978 3 8487 3723 9

Format (B x L): 14,9 x 21 cm

Gewicht: 228 g

[Weitere Fachgebiete > Ethnologie, Volkskunde, Soziologie > Diverse soziologische Themen > Wirtschaftssoziologie, Arbeitssoziologie, Organisationssoziologie](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beek-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Dirk Lothar Gelfort

Wettbewerb und Gesellschaft



Nomos

edition
sigma



Wirtschaftssoziologie und Politische Ökonomie
Economic Sociology and Political Economics

herausgegeben von
Prof. Dr. Alexander Ebner,
Goethe-Universität Frankfurt am Main

Band 2

Dirk Lothar Gelfort

Wettbewerb und Gesellschaft



Nomos



Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-3723-9 (Print)

ISBN 978-3-8452-8018-9 (ePDF)

edition sigma in der Nomos Verlagsgesellschaft

1. Auflage 2017

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2017. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Inhalt

Einleitung	7
Die Wettbewerbskonstellationen	11
Der Zwang der Vorteilerzielung	19
Die Verteilung von Zwischenzeiten	25
Ständige Unsicherheit	29
Die Situation der Wettbewerbsteilnehmer	35
Der Umgang mit den Konstellationen	43
Die Relativität der Wettbewerbsfreiheit	53
Die Koordination der Informationsstände	61
Die Bedeutung der einzelnen Bedingungen	79
Sorten von Ursachen-Wirkungs-Zusammenhängen	87
Selektionen	99
Die Richtungsoffenheit der Abfolge	105
Die Koordination sozialer Tatbestände	117
Zukunft mit Kapitalismus	123
Bewertungsmöglichkeiten	139
Literaturverzeichnis	163

Einleitung

Überall in der Gesellschaft herrscht Wettbewerb. Menschen konkurrieren mit Menschen, Städte mit Städten, Regionen mit Regionen, Staaten mit Staaten, Unternehmen mit Unternehmen. Immer weniger existieren in der Gesellschaft noch Bereiche, die bei der Erzeugung unzähliger Konkurrenzsituationen unberücksichtigt bleiben und nicht von wettbewerblichen Strukturen durchzogen sind. Zwischen den Menschen werden ihre Kreativität, ihr Fleiß, ihre Disziplin, ihre Lebenswandel usw. zum Objekt eines Wettbewerbes. Zwischen den Städten, Regionen und Staaten werden die Infrastrukturen, die Sozial-, Steuer- oder Rechtssysteme, ihre kulturellen, politischen und wirtschaftlichen Institutionen zum Objekt eines Wettbewerbs, und zwischen den Unternehmen werden alle ihre gewählten Strategien, alle Schritte, alle Entscheidungen zum Objekt eines Wettbewerbes.

Kaum noch existieren gesellschaftliche oder individuelle Grenzziehungen oder Möglichkeiten der Grenzziehung, die es dem Wettbewerb verbieten oder es ihm unmöglich machen, sich nicht weiter auszudehnen. Alle Eigenarten, alle Besonderheiten, alle Vorgänge und Prozesse der gesellschaftlichen Bereiche, auf denen der Wettbewerb heimisch zu werden beginnt, werden zum Objekt, zum Nährboden und zum Bestandteil von Konkurrenzsituationen. Staaten, Unternehmen und Menschen treten nicht mit einer beschränkten Anzahl oder Auswahl von Aspekten in den Wettbewerb ein, sondern sie sehen sich der Situation ausgesetzt, in ihrer Gesamtheit, mit all ihren Eigenarten und Inhalten an Konkurrenzsituationen teilnehmen zu müssen. Das Wettbewerbsprinzip schickt sich an, auf eine umfassende Art und Weise die gesellschaftliche Entwicklung zu beeinflussen. Das Wettbewerbsprinzip avanciert zur alles beherrschenden Organisationsweise menschlichen Zusammenlebens.

Was bedeutet eine solche Entwicklung für eine Gesellschaft?

Wie lassen sich die vielfältigen Auswirkungen, die im Rahmen des Wettbewerbes zwischen Unternehmen entstehen, in Bezug auf die Entwicklung von Gesellschaften bewerten?

Wie wird die Gesellschaft, in deren Rahmen ein Wettbewerb zwischen Unternehmen stattfindet, durch denselbigen ständig verändert, und umgekehrt betrachtet, wie wird der Wettbewerb zwischen Unternehmen durch die gesellschaftlichen Umstände, in deren Rahmen er sich vollzieht, geprägt?

Wie genau funktioniert der Wettbewerb?

Welche Koordinationen werden durch ihn auf welche Weise durchgeführt?

Der Prozess des Wettbewerbes wird mit so unterschiedlichen wie sich widersprechenden Etiketten wie verrückt¹ oder optimal, ineffizient oder effizient, rational oder irrational, funktionierend, intensiv oder unvollkommen usw. versehen. Alle diese Etiketten spiegeln mögliche Interpretationen des Wettbewerbsprozesses wider. Es existiert ein Sammelsurium der unterschiedlichsten und sich vielfach widersprechenden Eigenschaften, die in den zurückliegenden Jahrhunderten dem Wettbewerbsprozess zugesprochen wurden. Dieses Sammelsurium² legt den Schluss nahe, dass dem Wettbewerb offensichtlich viele und unterschiedliche Eigenschaften unterstellt werden können, und somit auch die Eigenschaft vorliegt, alle die in der Wettbewerbsliteratur aufgelisteten Eigenschaften annehmen zu können. Offensichtlich ist der Wettbewerbsprozess in der Lage, sowohl rationale als auch irrationale, verrückte wie optimale, gerechte wie ungerechte, faire wie unfaire Ergebnisse zu erzielen. Der Wettbewerbsprozess besitzt die Eigenart, zu den unterschiedlichsten Ergebnissen führen zu können.

Gesetzt den Fall, dass diese Heterogenität an Eigenschaften der wirtschaftlichen Realität entspricht, stellt sich dann die Frage, welche Vorgänge sich überhaupt noch in Bezug auf die Funktionsweise des Wettbewerbsprozesses verallgemeinernd beschreiben lassen.

Existieren überhaupt Gesetzmäßigkeiten, die beim Phänomen »Wettbewerb« entdeckbar sind?³

Welche Sorten von Aussagen oder Aussagestrukturen besitzen, bezogen auf eine Analyse und präzise Beschreibung des Wettbewerbsprozesses, eine relevante Erklärungskraft?

Welche Analysen des Wettbewerbsprozesses können anhand welcher Analysezielsetzungen durchgeführt werden?

Und auf welche Fluchtpunkte hin bewegen und entwickeln sich Wettbewerbsprozesse?

Auf alle diese Fragen will die vorliegende Arbeit eine Antwort geben.

Um diese Antwort geben zu können, wird ein bestimmtes Bild vom Wettbewerb zwischen Unternehmen und von den Auswirkungen des Unternehmenswettbewerbs auf die Gesellschaft gezeichnet. Dieses Bild besteht aus einer Reihe von Begrifflichkeiten. Wenn begriffliche Ensembles und die damit verbundenen, theoretischen Vorstellungen aber über hochkomplexe, gesellschaftliche

1 Siehe etwa *Vogl* (2011), S. 147.

2 Klagen über einen fehlenden begrifflichen, wettbewerbstheoretischen und -politischen Konsens finden sich u.a. bei *Weizsäcker* (2005), S. 43; *Tolksdorf* (1994), S. 10 f; *Mestmäcker* (1984), S. 5. Ein Überblick über wettbewerbstheoretische Positionen und verschiedene Versuche, die wettbewerbstheoretische Vielfalt zu ordnen, findet sich bei *Heidrich* (2009), S. 52–57.

3 *Heidrich* (2009), S. 42.

Realitäten geworfen werden, enthalten sie immer nur eine begrenzte Auswahl an Interpretationen, Erklärungen und Bewertungen, durch die an ihren Rändern Gebiete oder Realitäten existieren, die von ihnen nicht erfasst werden, da mit der Auswahl und den notwendigen Definitionen der einzelnen Begriffe andere, mögliche Bilder und Aussagen automatisch ausgeschlossen werden. Jede Form der Verwendung von Ensembles von Begrifflichkeiten, aus denen sich Theorie-Modelle zusammensetzen, unterliegt Begrenzungen, die, ob gewollt oder nicht, zu einer Diskriminierung im Sinne eines Ausschlusses all derjenigen Realitäten führen, die von dem jeweiligen Begriffsensemble nicht erfasst werden. Dieser bedauernswerte, aber unumgängliche Vorgang gilt verständlicherweise auch für das am Ende dieser Arbeit stehende Bild über das Verhältnis zwischen dem Wettbewerb und der Gesellschaft.

Ein weiteres Grundproblem bezüglich der Formulierung wettbewerbstheoretischer Bilder liegt in der Herausforderung, allgemeine Aussagen für sehr viele und sehr unterschiedliche Wettbewerbssituationen formulieren zu müssen, um die Vielfalt wettbewerblicher Realitäten einer verallgemeinerbaren Beschreibbarkeit zuführen zu können. Aus diesem Grund ist das Betreiben von Wettbewerbstheorie ein Malen von Bildern, in denen sich die vielen Verhaltensweisen und Geschehnisse, die sich zwischen miteinander konkurrierenden Unternehmen einstellen und vollziehen, möglichst alle wieder finden sollten.

Viele der bekannten, wettbewerbstheoretischen Bilder stellen allerdings erklärtermaßen Idealtypisierungen dar und benötigen Bündel von Prämissen oder Einschränkungen, um überhaupt ihren Marsch oder ihr Gehumpel in Richtung wirtschaftlicher Realität antreten zu können. Bei diesen Bildern stellt sich die Frage, für welches Anliegen ihnen in welchem Ausmaß ein Nutzen innewohnt?

Der vorliegenden Arbeit liegt im Gegensatz dazu die Intention des Malens eines Bildes zugrunde, welches die Vielfalt und Komplexität wettbewerblicher Prozesse und ihrer Auswirkungen auf die Gesellschaft möglichst realistisch zu schildern versucht.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, wird als zentraler Begriff, mit dem das Verhältnis zwischen den Wettbewerbsprozessen und der Gesellschaft beschrieben werden soll, der Begriff der Vorteilhaftigkeit verwendet. Die ständige Notwendigkeit, Vorteilhaftigkeiten an den unterschiedlichsten Wettbewerbsbedingungen erzielen zu müssen, wird als die zentrale Logik des Wettbewerbsprozesses und als die entscheidende Ursache für die vom Wettbewerbsprozess in die Gesellschaft hinein getragenen Veränderungen angesehen. Auf den nachfolgenden Seiten soll dieser Gedanke umfassend dargestellt werden.

Die Wettbewerbskonstellationen

Wie vollzieht sich der Wettbewerb zwischen Unternehmen?

Um den umfassenden Charakter des Wettbewerbsprozesses auf der Angebotsseite eines Marktes zu erfassen, wird den an ihm beteiligten Wettbewerbsteilnehmern⁴ eine spezifische Konstellation⁵ zugeordnet, mit der sie am Wettbewerbsprozess teilnehmen.

Eine solche Konstellation ist die Summe der Bedingungen, die die Situation eines Wettbewerbsteilnehmers im Rahmen des Wettbewerbsprozesses begründet. Mit dieser Definition wird der einzigartige und sich aus konkreten Umständen zusammensetzenden Charakter von Wettbewerbssituationen hervorgehoben. Inhaltlich betrachtet setzen sich die Konstellationen der Wettbewerbsteilnehmers aus einer großen Anzahl⁶ unterschiedlichster Bedingungen zusammen. Alle von der Volkswirtschaftslehre, der Betriebswirtschaftslehre, der So-

-
- 4 Unter Wettbewerbsteilnehmern werden sowohl Einzelunternehmer wie auch Unternehmen verstanden.
 - 5 Die Verwendung des Konstellationenbegriffes ist inspiriert durch seine vielfältige und häufige Benutzung, bzw. durch die Benutzung sinnverwandter Begriffe wie Umstände oder Konfiguration durch wettbewerbstheoretische, wettbewerbspolitische oder volkswirtschaftswissenschaftliche Schulen und Autoren. Siehe dazu beispielsweise *Albert* (1998), S. 209; *Bachinger* (2011), S. 16; *Eucken* (1954), S. 29; *Fehl* (1983), S. 77; *Heuß* (1965), S. 9 und (1980), S. 679; *Hötzler / Winkler* (1976), S. 81; *Hoppmann* (1956), S. 33, 176; *Kirzner* (1973), S. 115 und (2000), S. 19; *Lachmann* (2007), S. 32; *Mantzavinos* (1994), S. 26, 65; *Röpke* (1977), S. 101, 377; *Schmidt* (2012), S. 173; *Vanberg* (2007), S. 189; *Wieg* (2005), S. 9; *Zohnhöfer* (1991), S. 78. Bei all diesen Beispielen aus der Fachliteratur wird der Begriff der Konstellation in seiner Alltagssprachlichen Bedeutung („Konstellation: das gleichzeitige Bestehen besonderer Umstände, Verhältnisse, Tatsachen, Dinge usw. im Rahmen einer Gesamtsituation oder eines (räumlichen) Gesamtzusammenhanges; Gesamtlage, wie sie sich aus dem Zusammentreffen besonderer Umstände, Verhältnisse ergibt.“ *Drosdowski* (1978), S. 1540) verwendet, um Wettbewerbssituationen zu beschreiben, die als besonders, einmalig oder einzigartig interpretiert werden, indem die Autoren diese durch unterschiedlich ausgewählte Eigenschaften oder Merkmale kennzeichnen. Bei Hayek findet sich eine explizite Abgrenzung des Begriffes gegenüber dem Ordnungsbegriff, um den einzigartigen und sich nicht regelmäßig wiederholenden Charakter von Konstellationen zu betonen: „Eine nicht wiederkehrende Konstellation ist, selbst wenn unsere Sinne sie als ein Muster wahrnehmen, nicht eine Ordnung im Kantschen Sinne einer Zusammenfügung nach Regeln. Gewisse Züge müssen sich regelmäßig wiederholen, wenn wir von dem, was wir wissen, Schlüsse auf die nicht bekannten Teile ziehen können sollen.“ *Hayek* (2007), S. 121.
 - 6 „Der spezifische Charakter des Wettbewerbs in einem bestimmten Falle ist von einer überraschend hohen Anzahl von Bedingungen abhängig - tatsächlich von so vielen Bedingungen, dass die Zahl der mathematisch möglichen Kombinationen in die Hunderte oder Tausende geht.“ *Clark* (1975), S. 144.

ziologie, der Psychologie oder von anderen wissenschaftlichen Disziplinen identifizierten Faktoren oder Phänomene, von denen angenommen und nachgewiesen werden kann, dass sie auf den Prozess des Wettbewerbes einen Einfluss auszuüben in der Lage sind, können als Bedingungen angesehen werden. Die im Folgenden verwendete Unterteilung der Bedingungen in individuelle, makroökonomische, gesellschaftliche, marktspezifische, unternehmensbezogene und kundenbezogene Bedingungen kann je nach Forschungsinteresse, Plausibilität oder Fragestellung zugunsten anderer oder detaillierterer Unterteilungen aufgegeben werden und erhebt inhaltlich gesehen nicht den Anspruch auf Vollständigkeit.

Es soll nur aufgezeigt werden, aus wie vielen unterschiedlichen Bedingungen sich Konstellationen zusammensetzen und wie heterogen sie sich daher darstellen.

Auf der Ebene der Akteure existieren individuelle Bedingungen. Die Existenz individueller Bedingungen resultiert aus dem banalen Umstand, dass der Wettbewerbsprozess von Menschen getragen wird, bzw. zwischen ihnen stattfindet. Mit ihrer individuellen Art beeinflussen Einzelunternehmer oder Mitarbeiter eines Unternehmens die Entwicklung des Wettbewerbsprozesses. Sie legen fest, wie und welche Einschätzungen, Entscheidungen und Leistungen in einem Unternehmen⁷ getroffen werden. Außerdem führen die von den individuellen Verhaltensweisen geprägten Sorten von Arbeitsergebnissen zu unterschiedlichen Möglichkeiten zur Erzielung von Wettbewerbsvorteilen und beeinflussen damit die Geschehnisse auf den Märkten. Da die Entscheidungen der Menschen und ihre Arbeitsergebnisse von individuellen Gegebenheiten beeinflusst werden, können alle denkbaren Verhaltensweisen oder individuellen Zustände als individuelle Bedingungen aufgefasst werden. Tritt ein sparsamer und misstrauischer Einzelunternehmer auf einem Markt gegen innovative und verspielte Einzelunternehmer an, so sind seine Sparsamkeit und sein Misstrauen Bestandteil seiner Konstellation, so wie die Innovationsfähigkeit und Verspieltheit den Konstellationen der anderen Einzelunternehmern zugeordnet werden kann. Besitzt ein Unternehmen hauptsächlich demotivierte Mitarbeiter, so ist

7 Zu möglichen Zusammenhängen zwischen der Beschaffenheit der Unternehmerpersönlichkeit und der Entwicklung des Wettbewerbsprozesses arbeiteten unter anderem Schumpeter und Heuß. Letzterer führt in Bezug auf seine Unterteilung des Wettbewerbsprozesses in Phasen aus, dass in der Experimentierphase nicht konservative, nur unter Druck reagierende und immobile Unternehmer, sondern nur initiative Pionier- und spontan imitierende Unternehmern agieren, wodurch das Eintreten bestimmter Marktphasen von der Existenz bestimmter Persönlichkeitsmerkmale und Verhaltensweisen abhängig gemacht wird. Heuß (1965), S. 9 ff, S. 109. Bei Schumpeter findet sich die Unterscheidung zwischen den Typen Wirt und Unternehmer, wobei nur dem Unternehmer die Fähigkeit zugesprochen wird, neue Kombinationen durchzusetzen, also Innovationen in einen Markt einzuführen. Schumpeter (1952), S. 100, S. 122.

diese Demotiviertheit und ihre Folgen ein Bestandteil der Konstellation dieses Unternehmens. Der Markt koordiniert die Charaktereigenschaften und die sozialen und persönlichen Lebenslagen und Einstellungen der am Wettbewerbsprozess beteiligten Personen, indem er aufzeigt, wie diese in der Folge aufeinander wirken. Eigenschaften wie Faulheit, Fleiß, Euphorie, Geiz, Paranoia, Entschlossenheit, Selbstlosigkeit, Skrupellosigkeit, Ehrgeiz oder Naivität, aber auch die sich aus sozialen Lebenslagen ergebenden Leistungsbereitschaften und Leistungsfähigkeiten, Wunschvorstellungen, beruflichen oder privaten Zielsetzungen, Intentionen, Pläne, Hoffnungen, Präferenzen, politischen Auffassungen, Zukunftserwartungen, moralischen Grundsätze, persönlichen Werte, Neigungen, Interessen, Kompetenzen oder Geschmacksvorstellungen stellen individuelle Bedingungen dar, die durch den Wettbewerb entweder in Form von Konkurrenz- oder Kooperationssituation der Mitarbeiter in Unternehmen oder in Form von Konkurrenzsituation zwischen Unternehmen erfasst und in ihrer Wirkung zueinander koordiniert werden. Gleiches gilt für die privaten Lebenssituationen, Freundeskreise oder Familiensituationen, die das Verhalten von Mitarbeitern prägen und in Form der Art ihres Engagements in Unternehmen in den Wettbewerbsprozess Einzug halten. Die vielen denkbaren, individuellen Bedingungen der Akteure verweisen auf die einzigartige Beschaffenheit persönlicher Situationen, aus der sich heterogene Leistungsfähigkeiten und Entscheidungsweisen ergeben, deren Auswirkungen dann auf den Märkten koordiniert werden. Individuen verhalten sich als die Ausführenden des Wettbewerbsprozesses vielschichtig, komplex und zuweilen widersprüchlich. Gleiches gilt für die Intentionen, die sie verfolgen, wenn sie als Akteure in den Wettbewerbsprozess eintreten. Manche suchen Bequemlichkeiten, andere Risiko- oder Stresssituationen, viele arbeiten nur um des Geldes wegen, andere aufgrund von Leidenschaften, Betroffenheiten oder Interessen, und für andere ist die Entfernung zwischen der Arbeitsstelle und dem eigenen Vorgarten das Maß aller Dinge. Im Rahmen des Wettbewerbes kommt jegliches, menschliches Verhalten zum Tragen. Die Menschen werden mit ihrer gesamten Lebenssituation und allen ihren individuellen Eigenarten in den Prozess des Wettbewerbes einbezogen.

Eine zweite Form von Bedingungen sind die makroökonomischen Bedingungen. Unter den makroökonomischen Bedingungen werden die Beschaffenheiten der gesamtwirtschaftlichen Schlüsselvariablen der Volkswirtschaften, in denen ein Unternehmen tätig ist, zusammengefasst. Es werden darunter makroökonomische Kenngrößen verstanden wie beispielsweise die Arbeitslosenquote, das Niveau der Preisstabilität, die Außenhandels- oder Zahlungsbilanz, der Grad des Wirtschaftswachstums, die konjunkturellen Aussichten, der Geschäftsklimaindex, die Währungsstabilität, das Zinsniveau, die Höhe des Gesamteinkommens, die Investitionsquote, die Inflationsrate, usw.