

BUCHBESPRECHUNGEN

KARL SCHILLER

NEUERE ENTWICKLUNGEN IN DER THEORIE DER WIRTSCHAFTSPOLITIK

Walter Eucken Institut, Vorträge und Aufsätze 1;
J. C. B. Mohr (Paul Siebeck) Tübingen 1958, 26 Seiten,
2,50 DM.

Dieser Vortrag ist ausgezeichnet, und ausgezeichnet ist auch seine Unterteilung in vier Abschnitte. Man gewinnt hierdurch die nötige Übersicht — nicht nur über die Materie, sondern auch über das Anliegen des Autors.

Im ersten Teil werden die bekannten Einwände behandelt, die seinerzeit von *Max Weber* und *Lionel Robbins* gegen die wissenschaftliche Behandlung wirtschaftspolitischer Zielsetzung angeführt worden sind. Die dabei vorgeschlagene Trennung von „Mitteln“ und „Zielen“ ist grundsätzlich kaum anfechtbar, doch genügt dieser Standpunkt der heutigen „Theorie der Politik“ nicht mehr. Die gegenständliche Grenzziehung ist zu kompliziert geworden. Ziele und Instrumente gehen ineinander über und erscheinen offensichtlich „als Bestandteile einer gemeinsamen Werthierarchie“. Auch ist die Grenzlinie zur Politik weit hinausgeschoben worden, was am Beispiel der „Wohlfahrtsökonomik“ nachgewiesen wird; und vieles, was früher „außerhalb“ lag, findet sich nunmehr „mitten drin“.

Im zweiten Teil wird dargetan, daß wir Theorie betreiben müssen, auch wenn wir nur Politik zu tätigen vermeinen. Das ist leicht einzusehen. Wir sind nämlich schon gezwungen, theoretisch vorzugehen, wenn wir die Wirtschaftspolitik bloß „beschreiben“ wollen. Es gibt eben kein Verständnis des Geschehenen, wenn man es nicht auf irgendwelche Grundsätze und Regeln zurückführen kann, mögen dieselben richtig sein oder nicht. Aber von dieser Denknöwendigkeit ganz abgesehen, hat die Weltwirtschaftskrise der dreißiger Jahre die Praxis mit der Theorie versöhnt und weitgehend sogar deren Überlegenheit anerkannt. Allerdings vergißt man sehr schnell, doch scheint die gegenwärtige Wirtschaftssituation des Westens das Vergessene wieder in Erinnerung zu bringen. Seit damals datiert jedenfalls die sogenannte Makroökonomie, die nicht zuletzt von *Keynes* kreiert wurde, und dieser „Trend zum gesamtwirtschaftlichen Denken und Handeln“ ist noch längst nicht abgeschlossen. Der Theorie der Wirtschaftspolitik erwächst hier vielmehr eine völlig neue Koordinierungsarbeit.

Dieses Koordinierungsproblem wird im dritten Teil behandelt. Es kristallisiert sich um die „Doppelpoligkeit“ quantitativer und ordnungspolitischer Maßnahmen und gipfelt in der modernen Forderung nach einer „Theorie der multiplen Wirtschaftspolitik mit mehreren quanti-

tativen und qualitativen Zielen und Instrumenten“.

Dieser komplexe Sachverhalt ist Gegenstand des vierten Teiles. Die grundsätzlichen Schwierigkeiten werden dabei an Hand des sogenannten „unbehaglichen Dreiecks“ demonstriert. Ein solches Dreiecksproblem besteht nämlich überall, wo mehrere Ziele koordiniert werden müssen, die nicht so ohne weiteres miteinander vereinbar erscheinen. Beispielsweise Vollbeschäftigung, Preisstabilität und freie gewerkschaftliche Tätigkeit. Zusätzlich bleibt es nicht bei einfachen Dreiecksbetrachtungen. Die zeitgenössische Wirtschaftswirklichkeit ist noch viel komplizierter. Sie ist von „leads“ und „lags“ durchsetzt und erfordert recht subtile Vieleckanalysen. So betrachtet, erscheint die moderne Wirtschaftspolitik wie ein diffiziles Generalstabsplanspiel, dessen Regeln von *v. Neumann* und *Morgenstern* erst teilweise aufgespielt worden sind, und man muß sich angesichts dieser komplexen Sachverhalte wirklich wundern, daß dabei nicht weit mehr schiefeht, wo doch die Politiker meistens nicht einmal von der Existenz dieses Planspiels eine Ahnung haben.

Diesen Mangel aufzuzeigen und ihn allenfalls zu beheben zu versuchen, gehört mit zu den Zielsetzungen der herrschenden „Theorie der Politik“, die deshalb auch mit einem „Nachtwächterstaat“ nichts mehr anzufangen weiß, sondern unterrichtete Leitungsgremien verlangt, die zumindest wissen, was gewußt werden kann, und das ist immerhin eine ganze Menge.

Der Vortrag Schillers bringt für den interessierten Fachmann sehr wertvolle Perspektiven und Orientierungshilfen.

Dr. Johannes Kasnacich-Schmid

LAWRENCE ABBOTT

QUALITÄT UND WETTBEWERB

C. H. Beck'sche Verlagsbuchhandlung, München 1958,
Leinen, 270 Seiten, 16,— DM.

Die moderne Wirtschaftstheorie leidet unter mangelnder Wirklichkeitsnähe. Abbott macht einen mutigen Schritt vorwärts. Er berücksichtigt einige Verhaltensweisen, die von der Schulökonomie bisher geflissentlich übersehen wurden, obgleich sie in der ökonomischen Realität eine beachtliche Rolle spielen. Insbesondere beachtet er die Veränderlichkeit der Lebensumstände und Geschmacksrichtungen der Menschen und, was noch viel wichtiger ist, die Unvollkommenheit der Marktübersicht. Nahezu revolutionär ist seine Erkenntnis, daß Bedürfnisse Wünsche nach Erlebniswerten sind, was der Wirklichkeit sehr nahe kommen, jedoch bei den „modernsten“ unserer Nationalökonomien vorerst psychische Verdrängungen auslösen dürfte.

Auf dieser Basis entwickelt Abbott eine dynamische Markttheorie, die nicht nur, wie bisher üblich, die Preisbildung untersucht, sondern vor allem die Qualitätspolitik der Unternehmen

(einschließlich Aufmachung und Werbung). Er hat als erster eine völlig neue und, gemessen an der bisherigen Entwicklung, ziemlich vollständige Markttheorie geschaffen. So weit, so gut.

Weniger überzeugend, dafür von interessierter Seite lebhaft begrüßt, sind die Ergebnisse, zu denen Abbott kommt. Er folgert etwa, daß Qualitätswettbewerb — sprich Reklame- bzw. Differenzierungskonkurrenz — volkswirtschaftlich die heute nur noch selten funktionierende Preiskonkurrenz vollbefriedigend ersetzen könne. Im einzelnen sagt er: 1. Qualitätsunterschiede und Qualitätsänderungen sind Hilfsmittel des Preiswettbewerbs auf oligopolistischen Märkten. 2. Ein einheitlicher konstanter Preis ist nicht notwendig ein Zeichen dafür, daß kein Wettbewerb stattfindet, 3. Effektiver Qualitätswettbewerb setzt nicht eine so große Zahl von Wettbewerben voraus wie effektiver Preiswettbewerb. Aus diesen kaum angreifbaren drei Sätzen folgert Abbott jedoch, der Qualitätswettbewerb sei ebenso wichtig wie der Preiswettbewerb, wenn nicht noch wichtiger: „Er ist aber auf jeden Fall eine große Antriebskraft für den materiellen Fortschritt der Gesellschaft und hat eine bedeutende Rolle in der Entwicklung unserer erstaunlich modernen industriellen Zivilisation gespielt.“ Und schließlich heißt es: „Nur wenn der Qualitätswettbewerb funktioniert, kann eine individualistische freie Marktwirtschaft ihre volle Kraft entfalten.“

Abbott hat ein erstaunliches Talent, herrschende Meinungen anzuknabbern. Er ist außerdem in der Lage, bemerkenswert präzise zu formulieren. Dennoch ist unverkennbar, daß er objektive Tatbestände mit im höchsten Grade subjektiven Wertvorstellungen mischt. Er erweist sich eindeutig als Verteidiger von Unternehmerinteressen. Ob er das bewußt oder unbewußt tut, sei hier nicht zur Diskussion gestellt. Keineswegs kann aber übersehen werden, daß er die Möglichkeiten und Verhaltensweisen der

Konsumenten wesentlich weniger real sieht als jene der Unternehmer. Nach seiner „Analyse ist ein wichtiges Element des wirtschaftlichen Verhaltens des Unternehmers das Suchen nach Produkten, die den Bedürfniskonstellationen der Bevölkerung am besten entsprechen. Die daraus folgende Produktvariation (sprich Differenzierungskonkurrenz) ... ist eine grundlegende volkswirtschaftlich erwünschte Aktivität. Wenn eine Wirtschaft ihr Bestes leisten soll, dann muß diese Art der Aktivität gefördert werden.“

Auf welch schwachen Füßen diese Erkenntnis steht, läßt Abbott selbst in einem seiner letzten Sätze sichtbar werden: Seine Theorie, so sagt er, behandle nur „dasjenige wirtschaftliche Verhalten, das sich ergibt, wenn die Konsumenten wenigstens bis zu einem gewissen Grade erfolgreich ihre eigenen Geschmacksrichtungen bilden und bewahren, sich über die Produkte informieren, ihren Verstand gebrauchen und sich nicht übervorteilen lassen. Wenn die Produzenten Grundbedürfnisse schaffen und Wertsysteme beliebig manipulieren können, oder wenn rationale Wahl der besten Mittel für gegebene Zwecke ein unbedeutendes Element in der Konsumwahl des Verbrauchers darstellt oder die „Information“ des Konsumenten nur wenig mit den Tatsachen übereinstimmt, dann würde für die Interpretation voraussehbaren Verhaltens eine andere Theorie notwendig werden.“ Mit diesen zwei Sätzen hat sich Abbott selbst widerlegt. Wer sich mit der Technik der Verkaufswerbung beschäftigt hat, weiß spätestens seit Packards „Heimlichen Verführern“, daß der Konsument nicht einmal mehr die Möglichkeit hat, zwischen durch Qualität differenzierten Produkten eine rationale Wahl zu treffen.

Trotz allem: Abbott hat ein glänzendes und wichtiges Buch geschrieben. Die Diskussionen der theoretischen Ökonomie wird es noch lange beschäftigen. *Dr. Günter Friedrichs*