



Munich Personal RePEc Archive

Consumption and Economics. Foundations, Criticism, and Perspectives

Hedtke, Reinhold

2001

Online at <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/125412/>
MPRA Paper No. 125412, posted 25 Jul 2025 19:24 UTC

Reinhold Hedtke

Konsum und Ökonomik

Grundlagen, Kritik und Perspektiven

UVK Verlagsgesellschaft mbH

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Hedtke, Reinhold:

Konsum und Ökonomik : Grundlagen, Kritik, und Perspektiven /

Reinhold Hedtke. - Konstanz : UVK-Verl.-Ges., 2001

ISBN 3-89669-815-X

ISBN 3-89669-815-X

© UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2001

Einbandentwurf: Riester & Sieber, Konstanz

Druck: Legoprint, Lavis

UVK Verlagsgesellschaft mbH

Schützenstr. 24 · 78462 Konstanz

Tel. 0 75 31-90 53-0 · Fax 0 75 31-90 53-98

www.uvk.de

Inhalt

1	Einleitung	9
2	Zum Forschungsprogramm der Standardökonomik. . .	15
2.1	Standardökonomik.....	15
2.1.1	Individuum und Rationalität	19
2.1.2	Wirtschaft und Gesellschaft	24
2.1.3	Ziele und Methoden	25
2.2	Mikroökonomik.....	34
3	Basiskonzepte der Konsumtheorie	39
3.1	Knappheit und Konsum.....	39
3.2	Konsumentensouveränität und freie Konsumwahl.....	47
3.3	Fazit: Das Fundament der Konsumtheorie	52
4	Handlung und Akteure	57
4.1	Handlung	57
4.1.1	Entscheidung und Nachfrage	57
4.1.2	Kritik des Handlungskonzeptes.....	62
4.2	Akteure und Maximen	69
4.2.1	Individuum und Rationalität	69
4.2.2	Kritik des Akteurskonzeptes	79
4.2.2.1	Homogener Akteur	79
4.2.2.2	Parallelisierung von Haushalt und Unternehmung	84
4.2.2.3	Rationalität im Konsum.....	88
4.2.2.4	Wertmuster des Handelns	96
4.3	Fazit: Konsum und Konsumenten	98

5	Motive und Ziele	101
5.1	Bedürfnis	101
5.1.1	Mangel und Unersättlichkeit	101
5.1.2	Kritik des Bedürfniskonzeptes	107
5.1.2.1	Exogenität von Bedürfnissen	110
5.1.2.1.1	Psychologisierung versus Bedürfnismanagement	111
5.1.2.1.2	Stabilität versus Historizität	113
5.1.2.1.3	Stabilität versus Soziabilität	117
5.1.2.1.4	Ökonomik und Exogenität	123
5.1.2.2	Unbegrenztheit von Bedürfnissen	125
5.1.2.3	Bedürfnisse, Rationalität und Reflexion	130
5.2	Nutzen	137
5.2.1	Subjektivität und Maximierung	137
5.2.2	Kritik des Nutzenkonzeptes	146
5.2.2.1	Normativität des Nutzenbegriffs	146
5.2.2.2	Nutzenmaximierung	148
5.2.2.3	Entstehung von Nutzen	152
5.2.2.4	Multiple Nutzen	153
5.3	Präferenzen	154
5.3.1	Ordnung und Offenbarung	154
5.3.2	Kritik des Präferenzkonzeptes	164
5.3.2.1	Offenbarte Präferenzen	164
5.3.2.2	Stabilität und Autonomie von Präferenzen	168
5.3.2.3	Rationalität der Präferenzordnung	169
5.4	Fazit: Motive und Ziele des Konsums	171
6	Güter	175
6.1	Typologie und Verhalten	175
6.2	Kritik des Güterkonzeptes	183
6.2.1	Gesellschaftlichkeit und Normativität	183
6.2.2	Kategorisierung	186
6.2.3	Gütereigenschaften	189
6.3	Differenziertere Güterkonzepte	193
6.3.1	Gütercharakteristika	193
6.3.2	Haushaltsgüter und Haushaltsproduktion	200
6.3.3	Kritik	209

6.3.3.1	Produktivistische Projektion.....	209
6.3.3.2	Eigenschaften von Haushaltsgütern.....	212
6.3.3.3	Zeitstruktur und Zeitbewertung.....	221
6.4	Fazit: Die Objekte des Konsums	231
7	Perspektiven der Konsumtheorie	235
7.1	Schwächen der Standardkonsumtheorie	235
7.2	Anfänge einer Neuen Konsumtheorie.....	244
7.2.1	Konsumökonomischer Revisionismus – und darüber hinaus	246
7.2.1.1	Gewohnheit und Institution	246
7.2.1.1.1	Zu den Grundideen des Institutionalismus	246
7.2.1.1.2	Institutionalismus und Konsumtheorie	250
7.2.1.2	Konventionen, Produktionswelten und Konsumwelten..	255
7.2.1.2.1	Zu den Grundideen des Konventionismus	255
7.2.1.2.2	Elemente einer konventionistischen Konsumtheorie	263
7.2.2	Sozioökonomischer Paradigmenwechsel	270
7.2.2.1	Soziale Einbettung von Konsum: Sozioökonomik	270
7.2.2.2	Jenseits der Konsumtheorie: Versorgungssysteme	277
7.3	Konsumtheoretische Neuerungen oder Neue Konsumtheorie?.....	281
	Literatur	285
	Register	315

1 Einleitung

Konsum hat heute in Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Politik sowie im Alltagsleben eine große Bedeutung und genießt ein hohes Maß an Aufmerksamkeit. Das drückt sich beispielsweise in prominenten soziologischen Konzepten wie Konsumgesellschaft, Konsumismus oder Konsumkultur aus. Dabei fordern Konsum und seine vielfältigen Phänomene und Probleme offensichtlich seit langem zu kontroversen Stellungnahmen heraus, deren Extreme etwa die kulturpessimistischen Warnungen vor einem entfremdeten Warenfetischismus oder die begeisterten Ausblicke in die schöne, kreative Konsumwelt der Postmoderne bezeichnen.

Eine besondere Rolle spielt der Konsum in den kapitalistisch-marktwirtschaftlich organisierten Industriegesellschaften des Westens der Nachkriegszeit. Wachstum der Konsummöglichkeiten durch steigende Einkommen und verbessertes Güterangebot auf Grund einer Weiterentwicklung und Ausdifferenzierung der Warenwelt gelten als selbstverständliche, weitgehend akzeptierte Ziele für Individuen und Haushalte sowie für die Gesellschaft insgesamt. Diese Zielvorstellung verkörpert auf gesamtwirtschaftlicher Ebene das Wachstum gemessen am Brutto-sozialprodukt, dem trotz aller Wachstumskritik nach wie vor ein hoher (Selbst-)Wert beigemessen wird. Auch real lässt sich ein Prozess fortlaufender, anscheinend ungebremster Dynamik des Konsumgüterangebotes und der Konsumnachfrage beobachten – sieht man einmal von der Segmentierung der Konsumchancen zwischen den verschiedenen Einkommensgruppen sowie der Deprivation von Arbeitslosen, Niedrigverdienern und Verarmten ab.

Umgekehrt birgt die Selbstwahrnehmung, von real oder virtuell existierenden Konsumchancen und konsumtiver Dynamik abgeschnitten zu sein, anscheinend erheblichen sozialen und politischen Sprengstoff. Die verbreitete Einschätzung, dass die eigenen Konsumchancen und konsumtiven Freiheitsgrade drastisch hinter der Entwicklung in den Marktwirtschaften zurückbleiben, wird als ein Faktor für den Zusammenbruch der staatssozialistischen Gesellschaften mit zentralplanwirtschaftlichen Koordinationsmechanismen betrachtet. Vom relativen Konsumniveau, vom relativen Konsumwachstum und der Entwicklung der individuellen und kollektiven Konsumchancen einer Gesellschaft

scheint eine erhebliche legitimatorische Kraft für Gesellschaftssystem, Wirtschaftssystem und staatliche Ordnung auszugehen. Das zeigt sich auch daran, dass politische Eingriffe in die so genannte Konsumfreiheit hoch riskant sind, weil sie oft auf eine hohe Sensibilität und den Widerstand der Konsumenten stoßen.

In der Ökonomik drückt sich die Dominanz des Konsums vor allem in der Vorstellung aus, alle wirtschaftliche Aktivität, ja das gesamte ökonomische System diene letztlich allein dem Konsum oder den Wünschen der Konsumenten. Gekrönt wird dies vom Bild der Konsumentensouveränität, nach der die Konsumenten über ihre Kaufentscheidungen den gesamten Wirtschaftsprozess steuern. Erstaunlicherweise spiegelt sich diese hohe Bedeutung des Konsums nicht in einer entsprechend breiten, differenzierten und in der Disziplin hoch geschätzten ökonomischen Konsumtheorie wider, der sich die renommiertesten und besten Wissenschaftler engagiert widmen. Ganz im Gegenteil: Eine umfassende mikroökonomische *Konsumtheorie* fehlt, jedenfalls in der *Mainstream-Ökonomik*. Entwickelt wurde dagegen eine *marktzentrierte Haushaltstheorie*, die die *Konsumgüternachfrage* und das *Produktionsfaktorangebot* der privaten Haushalte analysiert. Aber auch diese, auf Markt, Angebot und Nachfrage reduzierte mikroökonomische Haushaltstheorie bleibt in der ökonomischen Standardtheorie marginal (vgl. Fine/Leopold 1993, 46-54). Die Neue Haushaltsökonomik, die den Haushalt als Konsumgüterproduzenten versteht, mag diese Randstellung etwas aufgebrochen haben.

Auch die Soziologie hat den Themenbereich Konsum jahrzehntelang missachtet oder stark vernachlässigt. Erst seit Ende der 1980er Jahre und insbesondere im angelsächsischen Raum erwachte das sozialwissenschaftliche Interesse an Konsumthemen und hat bis heute eine Flut von Veröffentlichungen produziert (vgl. Gabriel/Lang 1995). Traditionelle Stränge des soziologischen Interesses am Konsum bilden u. a. die Auseinandersetzung mit prestigeorientiertem Konsum, mit Lebensweise und Lebensstil, mit Konsumkultur und Mode, mit dem Verhältnis von Sozialstruktur und Konsum. Zur soziologischen Tradition gehören auch verschiedene Richtungen der Konsumkritik, die sich mit den als negativ betrachteten Phänomenen des modernen Massenkonsums wie Bedürfnismanipulation, Materialismus, Sinnentleerung, Konsumpassivismus oder Konsumismus als Sucht auseinander setzt.

In der Ökonomik hat die konsumkritische Diskussion traditionell kaum eine Rolle gespielt. Sie wurde allenfalls abseits des Mainstreams in heterodoxen Strömungen formuliert. Dafür kann man mindestens vier Gründe anführen. Erstens bezieht sich die Standardökonomik auf das liberalistische Axiom der freien individuellen ökonomischen Entscheidung, besonders in Form der freien Konsumwahl. Zweitens gelten die individuellen Bedürfnisse auf Grund des liberalistischen Fundaments als an sich legitim. Darüber hinaus werden sie drittens als quasi natürliche gedacht und ontologisiert. Viertens stand und steht die Knappheit und ihre ökonomische Bearbeitung am Ausgangspunkt des Interesses der Disziplin, sodass es angesichts immer vorhandener unbefriedigter Bedürfnisse um deren Befriedigung geht, nicht um ihre Relativierung und Kritik.

Die Ursachen der wissenschaftlichen Marginalität und Marginalisierung des Konsums in der Ökonomik, aber auch in der Soziologie, gäben sicher ein lohnendes Untersuchungsthema ab. In der hier vorgelegten Arbeit werden sie aber nur am Rande diskutiert. Im Mittelpunkt stehen im Folgenden vielmehr die *besondere* standardmikroökonomische Perspektive auf Konsum und das dahinter stehende *spezifische* ökonomische Erkenntnisinteresse, vor allem aber die theoretischen Grundlagen der ökonomischen Konsumtheorie. Diese müsste, das wird sich immer wieder zeigen, präziser als *Nachfragetheorie*, in ihrer modernsten Version als *Haushaltsproduktionstheorie* bezeichnet werden. Die vorgelegte Analyse unterwirft sich aber *nicht* der Systematik der Standardökonomik, da uns hier nicht in erster Linie das Konstrukt der ökonomischen Institution privater Haushalt als Konsumgüternachfrager und Faktoranbieter interessiert. Die Arbeit konzentriert sich vielmehr darauf, die grundlegenden Konzepte, mit denen die Standardökonomik den *Konsum* des privaten Haushalts in ökonomischer Perspektive zu begreifen und zu strukturieren versucht, herauszuarbeiten und kritisch zu diskutieren. Zu den Basiskonzepten gehören insbesondere das Akteurs- und Handlungskonzept der Ökonomik, die Figuren der Knappheit und der Konsumfreiheit sowie der Ansatz des methodologischen Individualismus. Konsum- oder nachfragetheoretische Grundbegriffe sind vor allem Konsumhandlung, Konsument und Haushalt, Bedürfnis, Nutzen und Präferenz sowie nicht zuletzt Konsumgut.

Diese Arbeit interessiert sich vor allem dafür, wie und auf welchen Grundlagen die mikroökonomische Theorie *Konsum konstruiert* und

welche Folgen dies für das ökonomische Verständnis von Konsum mit sich bringt. Zu fragen ist, ob die konzeptionellen Fundamente der standardökonomischen Theorie des privaten Haushalts ausreichen, um eine *ökonomische* Konsumtheorie zu fundieren. Selbst wenn das der Fall sein sollte, wird man darüber hinausgehend zu dem Ergebnis kommen, dass eine ökonomische Konsumtheorie allein unbefriedigend bleibt, da Konsum als durch und durch soziales Phänomen nur angemessen erklärt werden kann, wenn es gelingt, eine integrierte sozialwissenschaftliche Konsumtheorie zu entwickeln. Davon sind wir allerdings offensichtlich noch recht weit entfernt. Um diesem Ziel näher zu kommen, ist die Frage zu klären, ob eine rein ökonomische und vor allem: *welche* ökonomische Konsumtheorie sozialwissenschaftlich anschlussfähig ist.

Diese Untersuchung soll also eine grundlegende Analyse leisten, die sich systematisch und zusammenhängend mit den Fundamenten und Grundbegriffen der standardökonomischen »Konsum«-Theorie auseinander setzt. Dabei wird vermutet, dass diese Grundlagen so, wie sie derzeit standardökonomisch formuliert werden, für eine *Konsumtheorie* nicht ausreichen. Die kritische Analyse soll deshalb zugleich den Ausgangspunkt für einen *konsumtheoretischen* Neuanfang freilegen, der sich von den preis- und gleichgewichtstheoretischen Fesseln der Standardökonomik befreit und versucht, gewissermaßen rücksichtslos den »vollständigen« Konsum und nicht nur die Nachfrage oder nur die Haushaltsproduktion ins Zentrum der theoretischen Analyse zu stellen.

Die Untersuchung beginnt mit einer recht gerafften Darstellung des Forschungsprogramms der Standardökonomik, die notwendigerweise vereinfachen und typisieren muss (Kapitel 2). Dieses Kapitel beschäftigt sich mit den konsumtheoretisch relevanten Konzepten für Akteur, Handlung und Handlungsraum (2.1.1). Gerade Konsumhandlungen bewegen sich in einer Zwischenwelt zwischen Wirtschaft (Nachfrage) und Gesellschaft (Konsumkultur). Deshalb muss geklärt werden, in welches Verhältnis die Standardökonomik Wirtschaft und Gesellschaft setzt (2.1.2). Bei der Frage nach den standardökonomischen Zielen und Methoden interessiert insbesondere der methodologische Individualismus, weil er der konsumtheoretischen Analyse *inhaltliche* Grenzen setzt (2.1.3).

Das dritte Kapitel thematisiert die Basiskonzepte, auf die sich die standardökonomische Nachfragetheorie bezieht. Dazu gehört die Figur der Knappheit, die aus der Vorstellung unbegrenzter Bedürfnisse heraus

entwickelt wird und deshalb ein konsumtheoretisches Konstrukt ist (3.1). Eine zentrale Bedeutung kommt der These von der Konsumentensouveränität zu, die eng mit der Idee verbunden ist, alles wirtschaftliche Handeln diene letztlich dem Konsum (3.2). Die Ergebnisse der Auseinandersetzung mit den Basiskonzepten werden in einem Zwischenfazit zusammengefasst (3.3). Im Fokus des Kapitels 4 stehen Handelnde und Handlungen des Konsums.

Damit ist der allgemeine Rahmen abgesteckt, in dem sich die standardökonomische Nachfragetheorie mit Konsum auseinander setzen kann und an den ihre Grundbegriffe gebunden sind. In den Kapiteln 4, 5 und 6 werden die konsumtheoretischen Grundbegriffe dargestellt und kritisiert. Zunächst ist zu klären, wie Konsum als eine ökonomische Handlung konzipiert werden kann (4.1). Im nächsten Schritt geht es darum, wie die Konsumakteure ökonomisch konstruiert werden; eng damit verbunden sind die Maximen, nach denen sie ihr Konsumhandeln ausrichten (4.2). »Rationalität« bildet hier das einschlägige Konzept. Die Kritik der standardökonomischen Positionen richtet sich vor allem auf die Vorstellung, der Haushalt könne als homogener Akteur behandelt werden (4.2.2.1), auf die Reduktion privater Haushalte auf eine Analogie zu Unternehmen (4.2.2.2) sowie auf die Annahme der Rationalität des Konsums (4.2.2.3). Ein Zwischenfazit bündelt die Analyseergebnisse zum Handlungs- und Akteurskonzept (4.3).

Das Kapitel 5 widmet sich den Motiven und Zielen, die dem Konsum zugeschrieben werden. Als zentrale Triebfeder ökonomischen Handelns, vor allem aber konsumtiven Handelns, werden die individuellen Bedürfnisse verstanden (5.1). Sie genießen in der Standardökonomik überwiegend nur ein geringes Interesse. Kritisch betrachtet werden die Sichtweise, man könne Bedürfnisse aus Sicht der Ökonomie und Ökonomie als exogen behandeln (5.1.2.1), die Annahme unbegrenzter Bedürfnisse (5.1.2.2) sowie die Vorstellung, Bedürfnisse seien einer (rationalen) Reflexion nicht zugänglich (5.1.2.3).

Im Unterschied zu »Bedürfnis« hat der Begriff »Nutzen« die mikroökonomische Theorie lange und intensiv beschäftigt und erhebliche Kontroversen ausgelöst (5.2). In der modernen Standardökonomik verliert er aber zusehends an Bedeutung und wird mehr und mehr zu einer rein formalen Kategorie (5.2.1). Das Nutzenkonzept wird hier hauptsächlich kritisiert, weil es unterschwellig normativ ist (5.2.2.1), mit der Unterstellung der Nutzenmaximierung arbeitet (5.2.2.2), die Entste-

hung von Nutzen ausklammert (5.2.2.3) und einen monistischen Nutzenbegriff verwendet (5.2.2.4).

An die Stelle des Nutzens tritt in moderneren Ansätzen das Konzept der im Konsumhandeln offenbaren Präferenzen des Konsumenten (5.3). Die Kritik konzentriert sich hier auf die erheblichen analytischen Verengungen, die mit der Gleichsetzung des Konsumhandelns mit den *tatsächlichen* Präferenzen einhergehen (5.3.2.1), auf die Vorstellung, Präferenzen seien autonom und stabil oder könnten wenigstens so behandelt werden (5.3.2.2), sowie auf den reduzierten Begriff von Rationalität, der im Präferenzordnungskonzept verwendet wird (5.3.2.3).

Die Ergebnisse der kritischen Diskussion der Basisbegriffe Bedürfnis, Nutzen und Präferenz fasst ein Zwischenfazit zusammen (5.4).

Neben den Zielen und Motiven konsumtiven Handelns muss sich eine ökonomische Analyse auch mit dessen Objekten beschäftigen, den Gütern und Dienstleistungen (Kapitel 6). In diesem Zusammenhang werden zum einen der Ansatz der Gütercharakteristika (6.3.1), zum anderen der Ansatz der Neuen Haushaltsökonomik thematisiert (6.3.2). Während der erste die Güter in ihre Charakteristika dekomponiert, geht der zweite davon aus, dass die eigentlich gewünschten Zielgüter erst vom Haushalt selbst hergestellt werden, und betrachtet deshalb den Haushalt als Produktionsstätte. Kritisch diskutiert werden der Versuch, Strukturen und Merkmale der Produktion auf den Konsumbereich zu projizieren (6.3.3.1), der objektivistische Ansatz, den das Konzept der Haushaltsgüter verkörpert (6.3.3.2), sowie der verwendete Zeitbegriff, besonders hinsichtlich der nicht berücksichtigten Zeitstruktur und einer objektivistischen Zeitbewertung (6.3.3.3). Ein Zwischenfazit bündelt die Ergebnisse (6.4).

Das Kapitel 7 fasst zum einen die Ergebnisse der Analyse zusammen. Betrachtet man die Kritik der Konsumökonomik im Zusammenhang, zeigt sich, dass die Entwicklung einer Neuen Konsumtheorie sinnvoll und notwendig ist. Zum anderen zeigt dieses Kapitel, dass eine Neue Konsumtheorie auch *möglich* ist, indem es bereits vorliegende theoretische Konzepte skizziert, die sich als angemessenere Startpunkte für eine Neue Konsumtheorie eignen. Damit werden zugleich Perspektiven für die konsumtheoretische Forschung aufgezeigt.

2 Zum Forschungsprogramm der Standardökonomik

2.1 Standardökonomik

Verglichen mit anderen sozialwissenschaftlichen Disziplinen wie etwa der Soziologie scheint die Ökonomik über ein einheitliches Paradigma zu verfügen: die klassisch-neoklassische Tradition, die den ökonomischen Mainstream bildet. Öffnet man aber den durch Hegemonie des Mainstreams verengten Blick, erweist sich auch die Ökonomik als paradigmatisch durchaus heterogen. Es sind die eindeutigen Machtverhältnisse zwischen dem etablierten Mainstream-Paradigma und seinen heterodoxen Konkurrenten, die diese Pluralität leicht übersehen lassen. Jenseits der massiven Dominanz wirken aber weiterhin mehr oder weniger fundamentale Schismen wie etwa marxistische versus kapitalistische, keynesianistische versus monetaristische oder neoklassische versus institutionalistische Paradigmenfamilie.¹ Auch unterhalb dieser Ebene und innerhalb eines Paradigmas fließen zahlreiche Strömungen und Unterströmungen.

Die Neoklassik samt ihren Weiterentwicklungen dominiert allerdings nach wie vor thematisch, methodisch, personell, organisatorisch, finanziell, publizistisch, politisch und kommunikativ in einem so starken Ausmaß, dass zur Aufrechterhaltung – genauer: zur Einführung! – eines hinreichenden Wettbewerbs zwischen unterschiedlichen ökonomischen Paradigmen längst umfassende wettbewerbs- und ordnungspolitische Korrekturen notwendig wären. Konkurrierende heterodoxe Paradigmen oder Theoriefamilien führen – besonders im deutschen Sprachraum – seit Jahrzehnten ein Nischendasein, in das sie zum einen durch die neoklassische Macht- und Verdrängungspolitik gezwungen wurden und werden, das sie zum anderen aber auch selbst verursachen, schätzen und pflegen.

Einerseits betreibt der neoklassische Mainstream eine rigide, orthodoxe Politik des Paradigmaschutzes und eine radikale Exklusionsstrategie gegenüber kritischen Ansätzen und alternativen Ökonomiken, so-

¹ Vgl. Katterle 1998, 71 f.; Ulrich 1998a, 121–128.

weit sie nicht dem eigenen Paradigma subsumierbar sind. Diese Strategie umfasst exklusive Festlegungen wie etwa den Methodenmonismus der Mathematisierung², das physikalistische Wissenschaftsmodell³ oder den methodologischen Individualismus⁴. Alain Rallet sieht es in diesem extrem kontrollierten Milieu des Mainstreams als wissenschaftlich überlebenswichtig an, die Orthodoxie nicht frontal herauszufordern: »Ne cachons pas qu'il est difficile d'afficher une rupture dans un milieu aussi contrôlé que celui des économistes sans se faire marginaliser (régulationnistes français, radicaux américains)« (Rallet 1993, 6)⁵. Diese Kontroll- und Marginalisierungsstrategie lässt sich treffend mit dem institutionalistischen Konzept der zeremoniellen Einkapselung beschreiben, die dann entsteht, wenn eine herrschende Elite in der Lage ist, (u. a.)

- 2 Paul Streeten (1997, 42–46) kritisiert die Dominanz der Mathematik und die damit verbundene Priorität der Form gegenüber dem Inhalt sowie der Technik gegenüber Relevanz und Realismus (S. 44).
- 3 Vgl. dazu z. B. Albert 1977 (181–185), Lancaster (1991, 12), und kritisch z. B. Mittelstraß (1990, 22–25), Rütser (1996, 124–140), Brodbeck (1998, 22–73). Eine heftige Kontroverse hat Philip Mirowski (1989) mit seiner These ausgelöst, im Wesentlichen imitiere die Ökonomik nur die Physik und diese Imitation sei auch noch inkompetent (vgl. das Symposium in *Philosophy of the Social Sciences* 22 (1992) 1, 78–141). Streeten (1997, 45) verweist u. a. in Analogie zum »Penisneid« auf den »Physikneid« der Ökonomen des 19. Jahrhunderts. Aus Sicht der konstruktivistischen Wissenschaftssoziologie trägt die Orientierung am strahlenden wissenschaftlichen Leitbild der Physik stark illusionäre Züge (vgl. z. B. Knorr-Cetina 1981/1991; Brodbeck 1998, 146–156). Dabei steht die Physik vor einem strukturgleichen Problem wie die reine Ökonomik: Zu welcher Natur erlauben das wissenschaftliche Paradigma und die damit verbundenen Methoden der Physik Zugang und zu welcher nicht? Genau so stellt sich für die physikalistisch orientierte Ökonomik die Frage, zu welcher Ökonomie sie sich Zugang verschaffen kann und welcher sie sich verschließt. Zu klären bleibt auch, ob Ökonomik sich nicht nur aus dem von ihr selbst axiomatisch-künstlich Konstruierten konstituiert und welche Schlussfolgerungen daraus zu ziehen wären. Sicher scheint aber zu sein, dass es keine Ökonomik gäbe, wenn nicht die Gesellschaft (oder ihre Individuen) einen Bereich »Ökonomie« und einen »ökonomischen« Handlungstyp herausgebildet hätte. Insofern erweist sich die Annahme, man könne Ökonomik ähnlich wie Physik *ahistorisch* und *asozial* unter Ausblendung der Wechselverhältnisse von Ökonomie und Gesellschaft sowie Ökonomik und Ökonomie betreiben, als heroisch und illusorisch. Eine Alternative läge darin, dass sich die Ökonomik eher in Analogie zum biologischen als zum physikalischen Wissenschaftsbild entwickelt (vgl. Rieter 1992; Hutter 1992; Seifert/Priddat 1995, 31–38). Die evolutionär-institutionalistische Ökonomik orientiert sich teilweise an biologischen Konzepten (vgl. Reuter 1996, 92–98). Damit verabschiedet sie sich vom monoparadigmatischen Wissenschaftsideal der Physik, das in der orthodoxen Neoklassik seine ökonomische Entsprechung gefunden hat, bedient sich aus einem Wissenschaftsfeld mit höchst unterschiedlichen Erkenntniszielen und Forschungsmethoden und nähert sich zugleich lebensweltlichen Bezügen (vgl. Janich 1996, 217–222). Allerdings präsentiert sich das evolutionistische Paradigma derzeit (noch?) mit ungeklärten Grundbegriffen und recht heterogenen Ansätzen (vgl. z. B. Schwarz 1998).
- 4 Zur Kritik vgl. z. B. Ulrich 1998, 184–202; Bauer/Grenzdörffler 1997, 356–359; Katterle 1991; Seifert/Priddat 1995, 43–50; Knobloch 1994, 98–101; Lenk 1977, 164–167.
- 5 »Verschweigen wir nicht, dass es schwierig ist, in einem so kontrollierten Milieu wie dem der Ökonomen einen Bruch öffentlich anzukündigen, ohne sich selbst zu marginalisieren (französische Regulationisten, amerikanische Radikale)« (Übers. RH).

neue wissenschaftliche Erkenntnisse zu unterdrücken, die mit ihrer Ideologie nicht übereinstimmen oder sie in Frage stellen.⁶

Andererseits resultiert die Marginalität der Heterodoxie nicht zuletzt auch aus den komparativen Nachteilen dieser Theoriealternativen, vor allem an ihrer hier und dort unbefriedigenden theoretischen und methodischen Stringenz. Insbesondere scheint das am meisten versprechende Alternativparadigma, der »Alte« oder Amerikanische Institutionalismus (vgl. 7.2.1.1), im vergangenen Jahrzehnt nur wenig theoretische Fortschritte gemacht zu haben (Samuels 2000) und gegenüber den Erfolgen der neoklassisch fundierten Institutionenökonomik weit zurückgeblieben zu sein. Diese erweckt den Anschein, es sei gelungen, das institutionentheoretische Defizit der Neoklassik zu beheben, und schwächt damit den heterodoxen Institutionalismus. Insgesamt betrachtet haben es die alternativen Ansätze der Ökonomik bisher nicht geschafft, die von der Orthodoxie errichteten »Marktzutrittsbarrieren« auch außerhalb ihrer Nische erfolgreich einzureißen und die Standardökonomik paradigmatisch ernsthaft herauszufordern. Dieses mangelnde paradigmapolitische Durchsetzungsvermögen der Heterodoxie drückt die Stärke und Überlegenheit der Orthodoxie aus – was auch immer die Ursachen dafür sein mögen.

Mit *Standardökonomik* werde ich im Folgenden die Ökonomik bezeichnen, die den »harten Kern« der Neoklassik⁷ bildet, sowie die sich darum gruppierende und von dort aus weiter entwickelnde, aber auf den gleichen Grundlagen aufbauende und deshalb neoklassisch fundierte Mainstream-Ökonomik. Im Französischen wird dafür die Bezeichnung *théorie néoclassique standard* oder kurz *théorie standard* verwendet (vgl. Rallet 1993, 6; Favereau 1989).

Den *harten Kern* eines Forschungsprogramms wie beispielsweise der Neoklassik bildet die Zentralreferenz⁸, die für die Theorien einer zu-

6 Das wird dann besonders gefährlich, wenn dies vor dem Hintergrund der korrespondierenden kapitalistischen Ideologie politisch zur pauschalen Ablehnung aller nicht marktkonformen Lösungswege führt (Reuter 1994, 15 f.).

7 Einige ihrer Kernpositionen decken sich mit dem »Erkenntnisprogramm der klassischen Ökonomie«, zu dem Hans Albert (1977, 183) den methodologischen Individualismus, die These der Existenz von Gesetzmäßigkeiten, die Annahme der Knappheit der Mittel, die Annahme, dass sich menschliches Verhalten am Selbstinteresse orientiert sowie die Idee der Kanalisierung menschlichen Verhaltens durch die jeweilige Rechtsordnung zählt.

8 Ritsert zählt zur Zentralreferenz von Theorien deren syntaktische Grundstrukturen, ihre ontologischen Optionen, Schlüsselsemantiken und Zentralmetaphern sowie die Kriterien der Problematisierung (Ritsert 1996, 160 f.).

sammengehörigen Reihe charakteristisch ist. Um diesen harten Kern legt sich ein Schutzgürtel von Hilfhypothesen, die ihn vor theoretisch unbewältigten Problemen absichern sollen, um an der theoretischen Tradition der gewählten Zentralreferenz festhalten zu können (vgl. Ritsert 1996, 213–217). Die Flexibilität des Schutzgürtels bis hin zur völligen Aufgabe von einzelnen Hypothesen erlaubt es, den harten Kern weitgehend gegen Einwände und Falsifikationen zu immunisieren (Ritsert 1996, 215).

Was kann man als Kern des, in der Ökonomik und anderen Sozialwissenschaften so erfolgreichen Paradigmas der Neoklassik begreifen?⁹ Bevor eine Antwort darauf versucht werden kann, muss diese relativiert werden (vgl. Thompson 1999). Selbstverständlich gibt es *innerhalb* der konventionellen Ökonomik signifikante Differenzen und eine Reihe alternativer Ansätze und Schulen; insofern kann man von einer Heterodoxie innerhalb der Orthodoxie oder einer *heterodoxen Orthodoxie* sprechen. Sicherlich zeigen sich auch im Selbstverständnis der Neoklassik zunehmend Unsicherheiten, und die Schwächen dieses Paradigmas bleiben selbst seinen Vertretern nicht völlig verborgen. Auch kann man feststellen, dass biologische Analogien zunehmend in den neoklassischen Kernbereich vordringen. Unter Berücksichtigung dieser Relativierungen sind es vor allem die folgenden drei Merkmale, an denen man den harten Kern der orthodoxen, neoklassischen Ökonomik charakterisieren kann¹⁰: das Konzept von Akteur und Handlung und die Konstruktion des Handlungsraumes (2.1.1), das Verhältnis von Wirtschaft und Gesellschaft (2.1.2) sowie die Ziele und Methoden der Analyse (2.1.3). Am hartnäckigsten hält die Standardökonomik an ihrem Akteurskonzept und ihrer Methodologie fest; dies sind zugleich die tragen-

9 Das Vorhaben, den harten Kern des Forschungsprogramms »Neoklassik« im Rahmen einer Arbeit über die standardökonomische Konsumtheorie zu definieren, kann selbstverständlich nur gelingen, wenn man bereit ist, zu diesem Zweck eine geeignete Diskussionsbasis zu schaffen, von der aus sich die Relevanz des neoklassischen Kerns für die *Konsumtheorie* diskutieren lässt; dazu muss man bereit sein, über die zahlreichen Modifikationen, Unterschiede, Verzweigungen und Weiterentwicklungen *innerhalb* dieses Paradigmas hinwegzusehen.

10 Vgl. Hodgson 1994, 60; Smelser/Swedberg 1994, 4–8. Hodgson will die Neoklassik von der heterodoxen, institutionalistischen Ökonomik unterscheiden. Er räumt ein, dass es seit den 1970er Jahren deutliche Weiterentwicklungen der Neoklassik gegeben hat, besonders hinsichtlich der Berücksichtigung von Institutionen, betont aber, »it is preferable to identify the essence of neoclassical economics by its hard core, rather than by its more transient features« (Hodgson 1994, 61). Smelser/Swedberg dagegen suchen nach den wichtigsten theoretisch-konzeptionellen Unterschieden zwischen den Disziplinen Wirtschaftssoziologie und Standardökonomik. Sie vergleichen beide anhand von sieben Merkmalen: Akteurskonzept, ökonomisches Handeln, Handlungsrestriktionen, Beziehung Wirtschaft – Gesellschaft, Ziel der Analyse, Methoden, intellektuelle Tradition.

den und von ihren Kritikern seit langem am heftigsten bekämpften Fundamente der Neoklassik.

2.1.1 Individuum und Rationalität

Die prominentesten und zugleich umstrittensten Annahmen der Standardökonomik sind der methodologische Individualismus als Grundlage des Akteurskonzeptes und die Unterstellung von Rationalität als Konzept ökonomischen Handelns (vgl. 4.2.1). Aus Sicht der Standardökonomik haben die Akteure gegebene und stabile Präferenzfunktionen und verhalten sich rational und maximierend. Mikroökonomische Ansätze beginnen ihre Analyse auf der Ebene der Individuen; sie gehen davon aus, dass diese als *einzelne* individuelle, isolierte Akteure handeln, ohne sich von anderen Akteuren, sozialen Gruppen oder ihrem sozialen Umfeld beeinflussen zu lassen. Standardökonomische Grundfigur ist der eigennützige Tausch zwischen Gleichen oder Gleichberechtigten. Eine asymmetrische Machtverteilung zwischen ökonomischen Akteuren gilt als Abweichung oder Ausnahme.

Für alles ökonomische Handeln setzt die Standardökonomik die *Annahme* der Rationalität¹¹. Sie sieht ökonomische Rationalität weder als *Variable*, noch als *erklärungsbedürftige Form* des Handelns (Smelser/Swedberg 1994, 5). Die Akteure verfügen über einen gegebenen und stabilen Satz von Präferenzen und entscheiden sich für die Alternative, bei der sie als Konsument (oder Haushalt) ihren Nutzen, als Produzent (oder Unternehmen) ihren Gewinn maximieren; sie handeln eigennützig. Dies ist insofern eine abstrakte oder *formale* Rationalität, als sie nur unterstellt, dass die Akteure ihre knappen Ressourcen »in einem *sozialen Vakuum*« effizient nutzen (Ulrich 1993, 177), d. h. so viel wie möglich für ihren Nutzen oder ihren Profit aus ihnen herausholen. Grundlage dieser Unterstellung bildet das Konzept des psychologischen Hedonismus (vgl. Ulrich 1993, 191–196). Rücksichten auf inhaltliche oder soziale, etwa lebensweltlich-normative oder habituelle Regeln für die Ressourcen*verwendung* sind nicht vorgesehen. Die einzige Grenze eigennützigem Handeln wird darin gesehen, dass für Unbeteiligte keine negativen externen Effekte auftreten dürfen oder diese zumindest dafür

11 Diese Annahme wird zunehmend von der Bindung an das ökonomische Teilsystem der Gesellschaft gelöst und zur »ökonomische[n] Sicht menschlichen Verhaltens« überhaupt universalisiert (Becker 1996/1992).

entschädigt werden müssen. Die Standardökonomik unterstellt aber meistens einfach, dass keine externen Effekte auftreten.

Damit ist der neoklassische Grundtyp ökonomisch rationalen Handelns beschrieben, der für traditionales ökonomisches Handeln und für substanzielle oder soziale Rationalität im ökonomischen Handeln keinen Raum lässt (Smelser/Swedberg 1994, 5). Soziale Rationalität wird als obsolet betrachtet und durch den Harmonieglauben in der Tradition der Metapher von der »unsichtbaren Hand« substituiert, die im perfekten Markt automatisch das volkswirtschaftliche Maximum realisiert.¹²

Auch kennt der orthodoxe neoklassische Ansatz keine Informationsprobleme und keine Informationskosten, denn sonst gäbe es keine vollkommene Rationalität. Es gibt vor allem keine tief greifende Unkenntnis und keine radikale Unsicherheit der beteiligten Akteure sowie keine konkurrierenden Wahrnehmungen einer gegebenen Wirklichkeit (Richter/Furubotn 1996, 1). Erst die Neue Institutionenökonomik überwindet zwangsläufig diese Sicht, denn in einer Welt mit Transaktionskosten sind für die Akteure auch die Informationen nicht mehr kostenlos und deshalb nicht vollständig verfügbar; damit wird aus der vollkommenen eine unvollkommene individuelle Rationalität. Ähnlich geben moderne Ansätze der Informationsökonomik die Annahme der Informationssicherheit auf und analysieren beispielsweise die Probleme asymmetrischer Information.

Grundsätzlich geht die Standardökonomik davon aus, dass sich der Sinn¹³ ökonomischen Handelns *allein* aus der Beziehung zwischen gegebenen individuellen Präferenzen einerseits, Preisen und Güter- bzw. Dienstleistungsmengen andererseits ergibt. Deshalb behauptet sie, der Sinn oder die Bedeutung ökonomischen Handelns sei aus den standard-

12 Vgl. Ulrich 1993, 188 f., und 1998, 179–184; Luhmann 1989, 99 f. Das ändert sich auch nicht in der Neuen Institutionenökonomik: »Die zentrale Hypothese des Property-Rights-Ansatzes besteht in der Behauptung, dass die Ausgestaltung der Verfügungsrechte die Allokation und Nutzung von wirtschaftlichen Gütern (Ressourcen) auf spezifische und vorhersehbare Weise beeinflusst (...) Die Entscheidungen der im eigenen Interesse handelnden Individuen werden (...) durch positive oder negative finanzielle Anreize gesteuert, die ihrerseits am besten durch den Markt (...) kontrolliert werden. So sorgen die Individuen (im Idealfall) (...) für das öffentliche Wohl« (Richter 1994, 15).

13 Soziologisch kann Sinn als »eine durch und durch historische Operationsform« begriffen werden, da »sinnhafte Identitäten (empirische Objekte, Symbole, Zeichen, Zahlen, Sätze usw.) nur rekursiv erzeugt werden können«; Sinn wird kommunikativ erzeugt, indem etwas »im Unterschied zu anderem als Dasselbe bezeichnet werden kann« (Luhmann 1997, 47). »Sinn besagt, dass an allem, was aktuell bezeichnet wird, Verweisungen auf andere Möglichkeiten mitgemeint und mitefasst sind. Jeder bestimmte Sinn meint also sich selbst und anderes« (S. 48). – Zur Produktion von Sinn im Konsum vgl. Sabean 1993.

ökonomischen Annahmen und den Randbedingungen für ökonomisches Handeln ableitbar (Smelser/Swedberg 1994, 5). Damit kann sie von sozialen Aspekten abstrahieren.

Elaboriertere Ansätze der Standardmikroökonomik schwächen die Individualismus- und die Rationalitätsannahme deutlich ab, indem sie sie als rein *methodologisch* motivierte Als-ob-Modellannahmen interpretieren, die gar nicht beanspruchen, Aussagen über reales Verhalten zu machen; ich gehe darauf gleich genauer ein.

Die Standardökonomik der letzten beiden Jahrzehnte weicht das strenge traditionelle Akteursbild des *homo oeconomicus* inhaltlich weiter auf. Neben dem methodologisch motivierten Rückzug auf den Status einer heuristischen Fiktion wird die Annahme der vollkommenen Information im Modell des lernfähigen, abwägenden, maximierenden Menschen (LAMM)) aufgegeben (Neumann 1994, 259 f.).¹⁴ Wichtiger noch, LAMM bleibt ohne »jede motivationale Fixierung auf bestimmte inhaltliche Zielsetzungen wie Gewinnmaximierung« und steht unter der Einwirkung von institutionellen Strukturen und Verhaltensanreizen (Ulrich 1993, 241). Ulrich charakterisiert LAMM zusammenfassend als »der verallgemeinerte, an Informationsmangel leidende, in soziale Beziehungen und Institutionen eingebettete, kluge Gratifikationsmaximierer, der seine realen Wahlmöglichkeiten ebenso wie seine Restriktionen kennt und sorgfältig evaluiert« (S. 241).

Die Standardökonomik definiert alles ökonomische – oder sogar jegliches – Handeln als mit zwei zentralen Restriktionen konfrontiert: mit den eigenen Präferenzen und der Knappheit der verfügbaren Mittel; elaboriertere Ansätze zählen dazu auch die »Ressource« Information (vgl. Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 168–172).¹⁵ Hans Albert sieht

14 Nach einem – eher nur knapp skizzierten, aber breit rezipierten – Vorschlag von Meckling (1976, 549) zum Modell des »REMM – Resourceful, Evaluative, Maximizing Man«. Meckling vergleicht REMM mit Akteurmodellen der Soziologie, Psychologie und Politologie und behauptet, »that this model of the individual (REMM for short) provides a promising basis for a unified approach to the science of organizations« (S. 545). Dabei unterstellt er diesen Sozialwissenschaften im Sinne des methodologischen Individualismus, »they all begin with the same raw material, human beings« (S. 546); und die universelle Grundlage einer Allgemeinen Theorie der Organisationen sieht er im individualistischen Ansatz (S. 558 f.). Für Meckling liegt im REMM-Modell das Erfolgsgeheimnis der Ökonomik gegenüber anderen Sozialwissenschaften; »REMM is the basic building block which has led to the development of a more or less unified body theory in economics« (S. 556).

15 Informationen können als Transaktionskosten für die Marktbenutzung interpretiert werden; damit kann die Annahme der vollständigen Information oder, falls sie nicht gilt, die grenzenlose Informationssuche der Akteure, die das konventionelle neoklassische Optimierungskonzept setzen musste, aufgegeben werden.

in der »Hintergrundidee der Güterknappheit« ein Fundament ökonomischen Denkens, das schon die Klassik inspiriert hat, aber erst nach der marginalistischen Revolution im letzten Viertel des 19. Jahrhunderts ins Zentrum der Analyse rückt (1977, 183). Die Knappheitsidee bildet für Albert zugleich die entscheidende Grundlage einer Universalisierung des ökonomischen Ansatzes:

»Die theoretische Ökonomie betrachtet alle sozialen Erscheinungen unter dem Gesichtspunkt der Knappheit und geht davon aus, dass dieser Gesichtspunkt auf Grund der allgemeinen Struktur menschlicher Lebenssituationen überall anwendbar ist. Die soziale Steuerung des individuellen Verhaltens und damit sozialer Prozesse beruht in erheblichem Maße darauf, dass knappe Belohnungen angestrebt werden« (Albert 1977, 202 f.).

Mit dem Knappheitsaxiom werde ich mich im Zusammenhang mit den Grundbegriffen der Konsumtheorie noch genauer beschäftigen (vgl. 3.1).¹⁶

StandardökonomInnen betrachten Präferenzen als exogen.¹⁷ Die konventionelle Mikroökonomik sieht Präferenzen als *real* interpersonell recht unterschiedlich, im Zeitablauf eher unbeständig und hält sie für wirtschaftswissenschaftlich unzugänglich. Aus *methodischen* Gründen unterstellt sie Präferenzen aber als stabil und konsistent. Stigler und Becker setzen dagegen die Auffassung, Präferenzen seien *real* stabil und interindividuell gleichartig *und* sollten auch *methodisch* so konzipiert werden (Stigler/Becker 1996/1977, 75). Der Ökonom könne und solle nach Preis- oder Einkommensunterschieden suchen, »um *alle* Verhaltensunterschiede oder -änderungen damit zu erklären« (S. 50; Hervorh. RH).¹⁸ In dieser Perspektive beschäftigt sich Ökonomik vor allem mit den Handlungsrestriktionen wie Einkommen, Zeit, intellektuelle Mängel, verfügbare Handlungsalternativen; dabei gilt in modernen Ansätzen zunehmend die begrenzte Zeit als »die grundlegende Restriktion«

16 Im Zusammenhang unserer Fragestellung erscheint es sinnvoller, die Knappheitsthese mit Bezug auf den Konsum zu diskutieren; deshalb wird dafür ein eigener Abschnitt verwendet.

17 Präferenzen sind stabil; deshalb betont z. B. Lancaster, Geschmacksänderungen beim Verbraucher rühren »im Prinzip von einer entscheidenden Veränderung seiner eigenen Person« her (Lancaster 1991, 242).

18 An die Stelle der *methodisch* motivierten Voraussetzung traditioneller mikroökonomischer Modellanalysen, die die Präferenzen unter die *ceteris-paribus*-Klausel stellen und als konstant annehmen, tritt bei Stigler/Becker die *inhaltliche* Hypothese, »dass menschliche Verhaltensmuster, die sich durch weite Verbreitung und/oder Dauerhaftigkeit auszeichnen, durch ein verallgemeinertes Kalkül nutzenmaximierenden Verhalten zu erklären sind« (Stigler/Becker 1996/1977, 51; Hervorh. RH).

(Becker 1996/1992, 22). Nicht mehr die Konsumgüter sind knapp, sondern die Zeit zum Konsumieren, und weil die Konsumzeit nicht reicht, bleiben Bedürfnisse unbefriedigt (ebd.).¹⁹

Sind Präferenzen und Mittel bekannt, kann man das rational-maximierende Verhalten der Akteure im Prinzip mit Hilfe der Ökonomik prognostizieren. Denn im konventionellen standardökonomischen Kontext zählt nur die Beziehungsform des Tausches zwischen Individuen, während andere Beziehungsformen und weitere, etwa soziale oder kulturelle Einflüsse unberücksichtigt bleiben (Smelser/Swedberg 1994, 6).²⁰ In der Regel verengt die Standardökonomik den Fokus der Analyse noch weiter auf *marktlich* vermittelte Tauschbeziehungen. »Modernere« Ansätze versuchen aber, diese Bindung aufzuheben und auch nicht marktliche Beziehungen ökonomisch zu erklären, etwa im Kontext der Neuen Haushaltsökonomik (Becker 1996/1992, 29–40; Ott 1997, 48–57).²¹

19 Das ist ein weiteres Beispiel für die Technik, mit der die Standardökonomik versucht, ihren harten Kern gegenüber widersprechenden Phänomenen zu schützen, indem sie durchaus tief greifende Veränderungen in ihrem Schutzgürtel vornimmt. Das Problem des strukturellen, anhaltenden Überangebots auf Käufermärkten oder des partiellen Überflusses in modernen Konsumgesellschaften lässt die Bedürfnisse und/oder die Kaufbereitschaft der Konsumenten als den entscheidenden Engpassfaktor erscheinen. Es droht das Ende der traditionellen Knappheitssituation, der Angelpunkt der klassischen Ökonomik, jedenfalls in Teilbereichen der ökonomischen Praxis. (Nicht umsonst beschäftigen sich Betriebswirtschaftslehre und Marketing(wissenschaft) intensiv mit unternehmerischen Strategien gegen die Knappheit der Bedürfnisse, oder zumindest der Bedarfe, und gegen die Knappheit der Aufmerksamkeit der Konsumenten). Mit der Verlagerung der wissenschaftlichen Aufmerksamkeit auf die knappe Ressource »Zeit« wird das Knappheitsaxiom nicht nur elegant gerettet, sondern zugleich auf Ewigkeit gestellt: Die absolut und relativ knappe (Lebens-)Zeit wird nun zur unüberwindbaren Knappheit ontologisiert. Damit hat man einen zeitlosen, universalen, unabhängig von allen gesellschaftlichen Formen gültigen Objektbereich der Ökonomik definiert: den rationalen Umgang mit der knappen Ressource Zeit. Unterstützt wird dieses Argument damit, dass die Zeit nicht nur absolut begrenzt ist, sondern auch gerade dadurch »reurer« wird, dass das Güterangebot so stark zunimmt.

20 Die Neue Institutionenökonomik ist im Kern neoklassisch; zu ihren Basisannahmen zählen der methodologische Individualismus, das Maximierungsverhalten, die individuelle Rationalität und der Hang zum Opportunismus (vgl. Richter/Furuborn 1996, 2–5; Katterle 1991, 137 f.); sie gesteht allerdings durchaus ein, z. B. im Kontext ihres theoretischen Konstrukts der relationalen Verträge, dass alltägliche ökonomische Transaktionen sozial eingebettet sind (Richter 1994, 20 f.).

21 Im Gegensatz dazu konzipieren heterodoxe Ansätze eine sozial-ökonomische Theorie des Haushalts und denken »Familienökonomie als Interferenz«, als »Handlungsbereich Familienökonomie«, der »geprägt ist von Handlungstypen, Regeln, Strukturen und Koordinationsmechanismen verschiedener gesellschaftlicher Teil-Räume«, die sich gegenseitig mischen, überlagern und durchdringen (Biesecker 1994, 71). Familienökonomisches Handeln umfasst dann grundsätzlich unterschiedliche Handlungstypen – instrumentelles, strategisches, normengeleitetes, kommunikatives und verantwortliches Handeln –, die sich mit Regeln (etwa der Arbeitsteilung oder der Verständigung), Strukturen (etwa des Konsumgütermarktes oder der Geschlechterverhältnisse) und Koordinationsmedien (etwa Geld, Macht, Normen oder Diskurs) überlagern (S. 76–80).

2.1.2 Wirtschaft und Gesellschaft

Die Standardökonomik erlaubt sich, von gesellschaftlichen Einflüssen auf die Ökonomie und ökonomisches Handeln sowie von Wechselbeziehungen zwischen Ökonomie und Gesellschaft zu abstrahieren. Damit vermeidet sie es zugleich, sich auf eine entscheidende theoretische Herausforderung einzulassen: eine Konzeption der Wechselwirkungen zwischen Ökonomie und Gesellschaft zu entwickeln.²² Diese Ausblendung sichert sie ab, indem sie über ihren Annahmenapparat gesellschaftliche Parameter als stabil unterstellt. Mit der Stabilität begründet die Standardökonomik dann, dass diese Parameter in der ökonomischen Analyse vernachlässigt werden können. Ihr Grundkonzept ist Gesellschaft als eine Ansammlung »schlecht sozialisierter und gleichwohl immer schon fertiger, wenn auch wechselseitig desinteressierter Individuen, die nur dann zu andern Individuen in eine soziale Beziehung treten, wenn es – ihrem kalten Kalkül entsprechend – gerade der Maximierung ihres Eigennutzens dienlich ist« (Ulrich 1998a, 127).²³ Auch die Neue Institutionenökonomik hat diese Vorstellung nur für den Teilaspekt Institutionen geändert, ohne allerdings den neoklassischen Kern aufzugeben und ohne über eine rein *ökonomistische* Analyse von Institutionen hinauszugehen (vgl. Richter 1994, 4 f.).

Von der Gesellschaft schottet sich die Standardökonomik gleich doppelt ab. Erstens verbietet sie sich mit ihrem methodologischen Individualismus, sich Gesellschaft und gesellschaftliche Institutionen anders vorzustellen als die Summe der ihnen zuzurechnenden Individuen und ihrer individuellen Handlungen. Gesellschaft scheint dann allenfalls in der Form sozialer Institutionen auf, die nur als Restriktionen des indi-

22 An deren Stelle setzt sie die Universalisierung der ökonomischen Perspektive. So werden nicht etwa Erkenntnisse über relevante soziale, kulturelle, psychologische und andere Faktoren aus anderen Disziplinen in der ökonomischen Theorie aufgenommen, sondern die Sozialwissenschaften werden ökonomisiert; das erspart den Standardökonomien zugleich eine interdisziplinäre theoretische *und* empirische Auseinandersetzung.

23 Konzepte der »embeddedness« (z. B. Granovetter 1985) können so lange noch mit dem Paradigma der individuellen, a-sozialen Autonomie des (ökonomischen) Handelns vereinbart werden, wie sich gesellschaftliche Faktoren in ökonomischen Modellen als zwar wichtig, aber »exogen« behandeln lassen, solange sie also nicht als Modellvariable anerkannt werden müssen. Ein Beispiel für eine nutzen-theoretische Formulierung des Problems der Einbettung ökonomischen Handelns geben Frenzen und Davis (1990); sie konzipieren neben dem konventionellen Produktnutzen, den sie Anschaffungsnutzen nennen, einen Tauschaknutzen, der sich aus der sozialen Beziehung zwischen Käufer und Verkäufer ergibt. Damit begründen sie zwei unterschiedliche und voneinander unabhängige Nutzenquellen bei einem Kauf auf sozial eingebetteten Märkten (Frenzen/Davis 1990, 2 f.).

viduellen Handelns wahrgenommen werden können. So gesehen kann die Standardökonomik Gesellschaft nur als Restriktion begreifen.

Zweitens verzichtet die Standardökonomik durch ihre Selbstverpflichtung auf eine autonome individuelle Rationalität auf die Möglichkeit, wirtschaftliches Handeln als sozial *eingebettetes* oder sozial *konstituiertes* Handeln zu verstehen. Damit schließt sie zugleich apodiktisch aus, dass sich soziale Kultur und Struktur einerseits, ökonomische Handlungen und Prozesse andererseits *gegenseitig* beeinflussen (können). Ansätze, die z. B. Sitten, Gebräuche und Gewohnheiten als Grundstein des ökonomischen Prozesses betrachten, der seinerseits seine eigene sozialhabituelle Basis verändert, sodass man ein Wechselverhältnis zwischen sozialer Habitualisierung und ökonomischem Handeln zum Gegenstand der ökonomischen Analyse machen müsste (Schlicht 1993)²⁴, sind standardökonomisch im Wortsinne undenkbar.

Nicht zuletzt verzichtet die Standardökonomik darauf, als »Sozialökonomik« auch »das wirtschaftliche Handeln hinsichtlich seiner Bedeutung für das gute Leben und das gerechte Zusammenleben der Menschen« zu thematisieren; stattdessen betreibt sie nichts als Analyse und Explikation der Funktionslogik des marktwirtschaftlichen Systems (Ulrich 1998, 122). Eine Basis für eine *kritische* Analyse lässt sich so nicht gewinnen.

2.1.3 Ziele und Methoden

Um die soziale Welt zu verstehen kann man nach Allan G. Gruchy (1987, 2) grundsätzlich zwei fundamental unterschiedliche Sichtweisen anwenden: man kann die Welt als statisches, bestimmtes und unveränderliches oder als dynamisches und sich entwickelndes Gebilde betrachten. Die erste Perspektive basiert auf einer idealistischen Philosophie, die zweite auf einer realistischen und empirisch interessierten. Ökonomen mit idealistischer Position stellen sich im Prinzip die Aufgabe, von den Phänomenen der realen sozialen Welt zu abstrahieren, die komplexen sozialen Fakten oder Phänomene auf einfachere Begriffe zurückzu-

24 Schlicht (1993, 182) lehnt es ab, diese Wechselbeziehung z. B. mit Polanyi oder Granovetter darauf zu reduzieren, dass die Ökonomie in die Gesellschaft »eingebettet« sei. Er setzt dagegen, »economics builds on custom«, »economic processes shape custom« und schließt: »we are not permitted to fix custom under a ceteris paribus clause save for purely hypothetical purposes« (ebd.). Eine Analyse dieser Wechselbeziehung würde im Übrigen verlangen, dass viele Standardökonomien ihre offen und offensiv vertretene methodologische Ignoranz gegenüber den Erkenntnissen anderer Sozialwissenschaften über menschliches Handeln aufgeben müssten.

führen und diesen Prozess der Reduktion so weit voranzutreiben, bis sie auf die Prinzipien der reinen, theoretischen oder abstrakten Ökonomik stoßen; dieser Ansatz gipfelt in der statischen Gleichgewichtsanalyse (Gruchy 1987, 2). Diesen Weg schlägt im Allgemeinen die Standardökonomik ein.

Standardökonomen wollen ökonomische Phänomene und Probleme nomologisch erklären. Sie bedienen sich dazu regelmäßig der deduktiv-hypothetischen Methode und orientieren sich am Ideal der Mathematik, weil deren Theoreme sich aus wenigen axiomatischen Sätzen ableiten lassen. *Das* Vorbild und *das* Leitbild der Standardökonomik ist die theoretische Physik, genauer: die Mechanik, und ihre mathematischen Verfahren:

»(...) spätestens mit D. Ricardo begann der Ausbau der Volkswirtschaftslehre in eine Richtung, die ihr später den Ruf einer strengen Wissenschaft im Stile einer Physik des Sozialen eingetragen hat. Das Aussagensystem der Nationalökonomie sollte all jenen mathematischen Ansprüchen genügen, welche sich vor allem mit den Funktionsgleichungen der Newton'schen Bewegungslehre in der Vorbildwissenschaft Physik durchgesetzt hatten. Zum Theorieverständnis der Nationalökonomie gehört mithin der Anspruch, mathematisch exakte *Modelle* zu entwickeln sowie *allgemeine* (universelle) *Gesetze* (menschlichen Verhaltens) aufzustellen, woraus sich spezielle Gesetze über das spezifisch *wirtschaftliche* Verhalten der Menschen ableiten lassen. Angestrebt wird die Ordnung der theoretischen Aussagen gemäß dem axiomatisch-deduktiven Prinzip Newtons. D. h.: Es geht um die Aufstellung oberster Gesetzmäßigkeiten (Axiome), woraus dann nach allen Regeln der exakten logischen und mathematischen Kunst Schlussfolgerungen (Theoreme) gezogen werden können« (Ritsert 1996, 25).²⁵

Standardökonomen konzentrieren sich auf *prognostische* Erkenntnisinteressen.²⁶ Dafür benutzen sie vor allem formale, mathematisierte und abstrakte Modelle und Hypothesen, um ökonomische Gesetze abzuleiten, denen grundsätzlich raum- und zeitlose Gültigkeit unterstellt wird. Auch die standardökonomische Konsumtheorie ist »eine hochgradig mathematisch formalisierte Disziplin« (Streissler/Streissler 1966, 47).

25 Gegenüber der, in der Neoklassik dominanten, abstrakt-deduktiven Methode fristet die Kombination von Induktion *und* Deduktion, die John Stuart Mill konkret-deduktive Methode nennt, in der Standardökonomik ein Schattendasein (vgl. Kromphardt 1982, 927–930).

26 Vgl. Neumann 1994, 258; Streeten 1997, 45 f. Prognose bildet auch das treibende Interesse der Neuen Institutionenökonomik, z. B. in der Property-Rights-Analyse (vgl. Richter 1994, 12).

Die »gesellschaftliche Verflochtenheit der Ökonomie, die geschichtliche Bedingtheit ihrer Verlaufsgesetze und die über-ökonomische Frage nach der Qualität und der Ethik ihrer Werte schaffenden Leistungen und die Entstehung menschlicher Bedürfnisse und Bedarfsbildungen in ihrer zeitgeschichtlichen sozial-ökonomischen und sozial-kulturellen Begründung« (Schweitzer 1991, 67) muss dann selbstverständlich schon aus erkenntnistheoretischen und methodischen Gründen ausgeblendet werden. Mathematik dient der standardökonomischen Analyse als Sprache, die es erlaubt und erzwingt, Annahmen, Deduktionen und Schlüsse explizit und präzise zu formulieren, während »verbale Ökonomik« zur Verschwommenheit neigt (Streeten 1997, 42 f.).²⁷

Ambiguität und Ungenauigkeit dringen aber notwendigerweise in dem Moment auch in die mathematisierte Ökonomik ein, in dem die präzisen mathematischen Symbole und Gleichungen mit realen Korrelaten wie Individuen oder Unternehmen und deren ökonomischem Verhalten gleichgesetzt werden (Streeten 1997, 43).²⁸ Zugleich verbindet sich mit fortschreitender Formalisierung und Mathematisierung der ökonomischen Methode und Theorie eine zunehmende Isolierung der Ökonomik von den übrigen Sozialwissenschaften. Sie verschärft sich weiter dadurch, dass die ökonomische Methode der Modellkonstruktion zu einer *spezifischen* Methode des *Erkenntnisobjekts* Ökonomie erhoben wird (Kromphardt/Clever/Klippert 1979, 196).

Ein weiteres Charakteristikum der standardökonomischen Analyse liegt in ihrer Konzentration auf Gleichgewichte, seien es Bewegungen in Richtung Gleichgewicht oder bereits erreichte Gleichgewichtszustände, und in der damit verbundenen Suche nach Bedingungen für deren Stabilität.²⁹ Die Grenznutzenschule nahm ein individuelles Gleich-

27 Streeten sieht zwei Hauptgefahren einer (falschen) Mathematisierung der Ökonomik: »First (...) validity can be mistaken for truth. Deductions from artificial models can be taken to be descriptions and analyses of the real world. Secondly, the time and effort devoted to deducing theorems can be at the expense of investigations of real events« (Streeten 1997, 43). Ähnlich kritisiert Etzioni, dass neoklassische, deduktionistische Forschungen aus dem Gleichgewicht geraten seien und Theoreme produzierten, die »vielleicht logisch, aber nicht empirisch wahr« seien, und fordert deshalb mehr empirisch-induktives Vorgehen (Etzioni 1996, 51).

28 Solange man sich mit einer reinen, entscheidungslogischen, isolierten Ökonomik nicht zufrieden geben will, lässt es sich wohl kaum vermeiden, zwischen mathematisch formulierten und gesellschaftlich realen Elementen eine Beziehung herzustellen.

29 Vgl. Hodgson 1994, 60; Neumann 1994, 260 f. Die theoretische Biologie hat gezeigt, dass Gleichgewicht in Ökosystemen »besenfalls ein Spezialfall sein kann« und erst Instabilität Evolution ermöglicht (Brodbeck 1998, 181). Darin liegt eine interessante Analogie zu ökonomischen Gleichgewichtszuständen, in denen kein Individuum den Wunsch verspürt, seine Lage zu ändern, und zu den (Un-)Möglichkeiten *ökonomischer* Evolution.

gewichtsstreben für Konsumenten und Produzenten an. Deren mathematisch orientierte Vertreter verfolgten das Ziel, ein simultanes Systemgleichgewicht nachzuweisen und zu analysieren; deshalb waren sie aus methodischen, d. h. mathematischen Gründen gezwungen, heroische Annahmen und Fiktionen zu entwickeln (Pribram 1992, 1150; Albert 1997, 186 f.).³⁰ Dieses Prinzip, im Zweifel den Realitätsbezug der mathematischen Eleganz zu opfern – ich möchte es in der Sprache der Ökonomik *Formalismuspräferenz* nennen –, hat sich bis heute in den meisten Modellen der Standardökonomik gehalten³¹, obwohl eine ganze Reihe von Verbesserungen erreicht werden konnten. Insgesamt aber führt eine übertriebene Mathematisierung dazu, dass Ökonomik nur noch das Messbare berücksichtigt und den Rest ignoriert, dass für sie nur das, was gezählt werden kann, zählt oder existiert (Streeten 1997, 49).³²

Moderne Ansätze der Standardmikroökonomik stellen sich hinsichtlich ihrer Basisannahmen – methodologischer Individualismus und Rationalität – bewusst in die ricardianische Tradition, der ökonomische Ansatz sei »eine Analyse*methode*, nicht (...) eine Annahme über bestimmte Motivationen« wie Eigennutz oder Gewinnstreben (Becker 1996, 21). Die Maximalisierungsthese wird jedoch aufrechterhalten³³, um entsprechende Verhaltenshypothesen mathematisch behandeln zu können, zugleich aber formalisiert und entleert durch die Annahme, »dass der Einzelne seine Wohlfahrt, *so wie er sie sieht*, maximiert« (S. 22).³⁴ Allerdings lässt sich dies immer noch als normative Präferenz für Wohlfahrt gegenüber anderen Normen wie Freiheit, Gerechtigkeit

30 Die allgemeine Gleichgewichtstheorie von Léon Walras gibt ein gutes Beispiel für die methodisch bedingten Zwänge, die sich aus der Fixierung auf die Entdeckung von allgemein gültigen Gesetzen ergeben (vgl. Albert 1997, 186–190) – und dafür, dass solche Gesetze weniger »entdeckt« als vielmehr »hergestellt« werden.

31 Streeten kommt zu einem sehr skeptischen Fazit: »on the whole, and with the exception of some important and applicable insights from game theory, the results have been quite puny compared with the sophistication of the apparatus« (1997, 45 f.)

32 Vgl. dazu die Kritik von Benedetto Croce, der erstens bezweifelt, ob man ökonomische Beziehungen, die Ergebnis intentionaler Handlungen sind, auf mechanische Prozesse reduzieren kann, und zweitens bestreitet, dass man die Trennung zwischen ökonomischen und nicht ökonomischen Tatsachen auf die zufällige Eigenschaft der Messbarkeit gründen könne (vgl. Pribram 1992, 576 f., 778).

33 Moderne Ansätze, die Ökonomik als Theorie menschlicher Interaktionen begreifen, weisen das Maximierungsparadigma der ökonomischen Handlungstheorie zu, und setzen in der ökonomischen Interaktionstheorie an ihre Stelle das Koordinierungsparadigma mit der Grundidee der Zustimmung zu Regeln, unter denen die individuellen Ziele erreicht werden können (Homann/Suchanek 2000, 50 f.).

oder Gleichheit kritisieren (vgl. Hausman/McPherson 1996). Standardökonomien behaupten, es gehe ihnen bei der Individualismus-Rationalitäts-Annahme um Modellbildung, Theorieentwicklung und Prognose mit Hilfe einer nützlichen Fiktion, ohne damit *empirische* Gültigkeit zu beanspruchen. Das homo-oeconomicus-Modell biete nur ein Hilfsmittel für Gedankenexperimente (vgl. Ulrich 1998, 189). Die Standardökonomik verabschiedet sich damit – zumindest hinsichtlich ihres Annahmensets – von explikativen und/oder normativen³⁵ Ansprüchen, die etwa mit einem ökonomischen Menschenbild verbunden sind, und stellt um auf eine »strikt axiomatische Basis im Sinne von idealtypischen *as-if*-Modellannahmen« (Ulrich 1998, 187). Aus dem realwissenschaftlich verstandenen – und deshalb heftig kritisierten – Individualismus wird so ein *methodologischer*.³⁶ Damit wird jedem gegen die Rationalitätsannahme gerichteten Falsifikationsversuch der Boden entzogen³⁷ und somit der harte Kern des neoklassischen Forschungsprogramms besser geschützt.

Da der methodologische Individualismus häufig einer Reihe von Missverständnissen ausgesetzt ist, sei hier Arthur Danto zitiert, der ihn kurz und treffend beschreibt:

-
- 34 Das führt natürlich unweigerlich zu Paradoxien wie »rational maximierte Verschwendung«, wenn jemandes Präferenz idealtypischerweise auf einem verschwenderischen Leben liegt, oder »rational maximierte Irrationalität«, wenn jemand, wie es im richtigen Leben nicht selten vorkommt, idealtypischerweise seine Lebensphilosophie um Emotionalität-Irrationalität zentriert. Zugleich stellt sich damit die Frage, welches menschliche Verhalten mit dieser Unterscheidung als *nicht maximierend*, also als nicht verfahrensrational, ausgeschlossen werden kann, und ob man auf der Basis von Unterscheidungen, die nichts mehr ausschließen, weil sie tautologisch sind, überhaupt irgendeine relevante ökonomische Erklärung erreichen kann.
- 35 Die normativen Ansprüche werden zugleich durch die Hintertür explizit wieder eingeführt, indem z. B. normativ verlangt wird, dass institutionelle Regelungen nachweislich gegen homo-oeconomicus-Verhalten resistent sein müssen (etwa James M. Buchanan oder Karl Homann; vgl. Ulrich 1998, 189). Dass marktradikale institutionelle Designs opportunistisches Verhalten nachhaltig verstärken, vielleicht sogar produzieren könnten, und umgekehrt opportunistisches Verhalten durch kulturelle und soziale Bindung verhindert oder gebändigt werden könnte, kommt nicht in den Sinn (vgl. Engelhardt 1998, 22–24; Katterle 1995, 131–133).
- 36 Damit braucht man sich auch nicht mehr mit der schwierigen Frage herumzuschlagen, wozu man sich wissenschaftlich auf einen hypothetischen oder einen methodologischen Individualismus festlegen sollte, wenn *in der Realität und typischerweise* viele Akteure oder deren Mehrheit (oder sogar der repräsentative Akteur) Organisationen, etwa Unternehmen oder Behörden, als *kollektive* Akteure auffassen und behandeln. Durch *diese* reale Fiktion würden nämlich kollektive Akteure im ökonomischen Handeln *real konstituiert*, völlig unabhängig davon, ob sie »in Wirklichkeit« wissenschaftlich als nur aus lauter individuellen Akteuren zusammengesetzt *gedacht* werden sollen oder müssen.
- 37 Ulrich (1998a, 123) spricht vom »methodologische[n] Hang oder sogar (Denk-)Zwang der reinen Ökonomik, sich *zirkelhaft* »rein« aus sich selbst heraus zu begründen«.

»Very briefly, it [Methodological Individualism; RH] appears to hold (a) that sentences about social individuals are logically independent of sentences about individual human beings, (b) that social individuals are ontologically distinct from individual human beings, (c) that social individuals are causally dependent upon the behaviour of individual human beings and not the other way about, (d) that explanations of the behaviour of social individuals are always to be rejected as ultimate unless these explanations are framed exclusively in terms of the behaviour of individual human beings, and (e) the explanation of the behaviour of individual human behaviour [richtig: beings; RH] must never be in terms of the behaviour of social individuals; (a) is a thesis about meaning, (b) and (c) are theses about the world, and (d) and (e) are theses about the ideal form of a social science« (Danto 1968, 267 f.).³⁸

Tatsächlich entwickelt die Standardökonomik einen starken, im Zusammenhang mit unserem konsumtheoretischen Interesse fatalen Hang zur tendenziell autistischen Konstruktion einer imaginären, hypothetischen ökonomischen Wirklichkeit. Standardökonomik wird zu »einer Handlungs- und Entscheidungslogik, deren Anspruch es nicht mehr ist, empirisch gültige Aussagen zu formulieren, sondern ein idealisiertes Marktgeschehen logisch richtig abzubilden« (Kromphardt/Clever/Klippert 1979, 197). Sie interessiert sich nicht übermäßig dafür, ob ihre Annahmen beispielsweise psychologisch oder soziologisch als empirisch plausibel oder gestützt gelten können. Sie versucht im Gegenteil, sich in ihren Annahmen so weit wie irgend möglich von Bezugnahmen auf andere Sozialwissenschaften zu emanzipieren. Viele Standardökonomien nehmen dabei eine empirieferne Haltung ein, die Herbert Simon als Lehnstuhlökonomik³⁹ bezeichnet hat (1986, 24):

38 Als »soziale Individuen« (social individuals) bezeichnet Danto »individuals which we may provisionally characterize as containing individual human beings amongst their parts«. Beispiele sind soziale Klassen, nationale Gruppen, religiöse Organisationen, Großereignisse wie der Dreißigjährige Krieg, Großbewegungen wie die Gegenreformation usw. (Danto 1968, 258). In seinem geschichtsphilosophischen Ansatz stellt Danto im Übrigen dem Methodologischen Individualismus einen Methodologischen Sozialismus gegenüber (vgl. Danto 1968, 268–270).

39 Man könnte diese *Gewinnung und Begründung* von Annahmen etwas deutlicher »Stammisch-ökonomik« nennen, wenn damit nicht eine Unterschätzung des, manchen standardökonomischen Modellen überlegenen Realitätsbezuges von Stammtischargumenten konnotiert würde. – Lancaster (1991) bietet hinsichtlich seines Umgangs mit Annahmen für ökonomische Modelle ein ausgezeichnetes Beispiel für einen ungenierten Lehnstuhlökonom; hemdsärmelig setzt er seine Annahmen einfach so, wie er sie braucht, ohne einen Gedanken daran zu verschwenden, ob sie empirisch gesichert sind oder nicht.

«(...) there is a lot of resistance among economists to going out and looking at the world until you have a theory about it. Economists tend to start with some global theoretical assumptions as if they were handed down from the mountain by Moses, and then they reason from them. If the world doesn't fit the assumptions, or you have a hard time with the regression results, so much the worse for the world. Economists don't start at the other end of the discovery process with some new phenomenon out there, which they ought to explain, and then first try to find some descriptive explanations and then identify a mechanism that would produce this» (Simon 1986, 19).

Diese Grundhaltung gründet letztlich auf der Auffassung der Ricardianischen Methodologie, »dass das Funktionieren der Ökonomie, als Mechanismus verstanden, von allen politischen, moralischen oder soziologischen Erwägungen streng getrennt zu analysieren sei« (Pribram 1992, 324). Stattdessen können hoch abstrakte Begriffe verwendet werden, die in der Realität keine Entsprechung haben; indem sie logisch miteinander verknüpft werden, lassen sich hypothetische Gesetze als Ergebnis *logischer* Operationen gewinnen (Pribram 1992, 419 f.). Zur einzig gültigen Methode der ökonomischen Analyse wird dann von Pareto im Anschluss an Walras »die mechanistische Konzeption der ökonomischen Beziehungen« erklärt, die im Kontext eines »zusammenhängenden Modells interdependenter Größen zu analysieren« sind (Pribram 1992, 576). Letztlich begründet damit die mathematische Methode die Ökonomik als Disziplin.

Spätestens seit Milton Friedmans berühmter und bis heute umstrittener »Methodology« (1953) geben viele Standardökonomien gerne ganz offen zu – auch im Zusammenhang der Haushaltstheorie –, dass die Annahmen und Begrifflichkeiten, mit denen sie arbeiten, eher realitätsfern oder sogar völlig unrealistisch sind, um sich dann augenzwinkernd und ungeniert ganz der Modellanalyse und Theoriebildung auf der Basis eben dieser Annahmen und Begriffe zu widmen.⁴⁰ Als Rechtfertigung dafür führen sie immer wieder die Prognosefähigkeit als Kriterium an, die nicht nur wichtiger als realitätsnahe Begriffe und Annahmen sei, sondern als Kriterium empirischer Gültigkeit von Theorien

40 Z. B. argumentiert Lancaster (1991, 246 f.): »Wir sollten uns (...) unbedingt im Klaren sein, dass das Indifferenzkurvensystem ein bloßes analytisches Hilfsmittel ist und dass wir von keinem Konsumenten die erforderlichen Informationen besitzen, um ein solches System zu zeichnen (...). Andererseits können wir natürlich aus dem Verhalten einer Person bestimmte Rückschlüsse auf sein Indifferenzkurvensystem ziehen und daraus wiederum Prognosen über sein Verhalten in einer anderen Situation ableiten«.

ausreiche (Kromphardt 1982, 917). Damit beziehen sie die wissenschaftstheoretische Position des Instrumentalismus⁴¹ und verzichten, zumindest im Fall von offensichtlich realitätswidrigen Annahmen, auf den *Erklärungsanspruch* von Wissenschaft. Hinzu kommt das Problem, dass die Schlussfolgerungen, die die Standardökonomik in ihren Modellen gewinnt, weniger auf den Basisannahmen wie Rationalität oder Maximierungsverhalten beruhen, als vielmehr auf weiteren, realitätsbezogenen (!) Hilfsannahmen gründen, die die jeweilige Handlungssituation spezifizieren (Simon 1986, 20 f.).⁴²

Das lehnstuhlökonomische Verfahren bei der Annahmenbildung ist in der Ökonomik deshalb so gefährlich, weil ihr in der Regel reale Experimente nicht zur Verfügung stehen. Stattdessen arbeiten Ökonomen oft mit Gedankenexperimenten, zu denen sie die von ihnen selbst konstruierten Modelle benutzen (Kromphardt 1982, 906). Aber auch hier werden Standardökonomien meist kaum von methodologischen Skrupeln befallen:

»Der Wirtschaftstheoretiker kann (...) »Gedankenexperimente« anstellen. Das geschieht mit Hypothesen, die teils aus der allgemeinen Erfahrung, teils durch Introspektion gewonnen werden: Wie würde ich mich in dieser oder jener Situation verhalten, wie verhält sich ein vernünftiger Mensch in solchen Lagen?« (Richter 1994, 1 f.).

Mit solchen Ansätzen werden selbst schlichte methodische Einsichten, etwa in die ökonomistische Verzerrung durch die »Methode«, mit der Ökonomen von sich selbst auf die Bevölkerung oder gar auf die Menschheit extrapolieren, verfehlt (Simon 1986, 25), von einer empirischen Fundierung des Handlungsmodells ganz zu schweigen.

41 Kromphardt bezeichnet mit Theorien Gedankengebäude, die – im Unterschied zu Modellen – grundsätzlich mit einem Anspruch empirischer Gültigkeit auftreten (1982, 906). Der empirische Geltungsanspruch tritt in der Ökonomik für gewöhnlich in vier Varianten auf: als *Apriorismus*, der Theorien über ökonomisches Handeln für a priori richtig hält; als *Kritischer Rationalismus* und seine Ableger, wonach Theorien nur bei empirischer Bewährung aller ihrer Bestandteile empirisch gültig sind; als *Implikationismus*, der Theorien mit empirisch unüberprüfbaren Annahmen dann für empirisch gültig hält, wenn deren Implikationen, die sich aus den Theorien ergeben, empirisch prüfbar sind und die Annahmen auf diesem Wege indirekt getestet werden können; und schließlich in Form des *Instrumentalismus*, dessen Vertreter sich nicht für die empirische Gültigkeit der Annahmen ihrer Theorien interessieren, sondern nur für deren Prognosefähigkeit (vgl. Kromphardt 1982, 913–918).

42 Simon (1986, 21) geht u. a. auf das Beispiel der Hochwasserversicherung ein und behauptet, dass die ökonomische Annahme der Nutzenmaximierung weder eine notwendige noch eine hinreichende Bedingung dafür sei, um abzuleiten, wer eine solche Versicherung tatsächlich abschließen wird und wer nicht. Das Kosten-Nutzen-Verhältnis der Versicherung, das man kalkulieren kann, beeinflusst das Verhalten kaum, die sozialen Erfahrungen dagegen stark.

Nach all dem verwundert es nicht, dass Standardökonomien auf deskriptiv-empirische Ansätze mit einer gewissen Verachtung herabsehen. Recht herablassend äußern sie sich besonders gerne gegenüber der Deutschen Historischen Schule, aber auch gegenüber dem Amerikanischen Institutionalismus (Alte Institutionenökonomik; vgl. 7.2.1.1). Diese heterodoxen Richtungen seien nicht (im naturwissenschaftlichen Sinne) nomologisch orientiert und nicht prognosefähig.⁴³

Unbeeindruckt davon sind aber viele kritische Ökonomen und andere Sozialwissenschaftler nicht bereit, darauf zu verzichten, von wissenschaftlichen Theorien Erklärungen zu erwarten und nicht nur »irgendwie« funktionierende Prognosen. Auch ich gebe mich in dieser Untersuchung nicht mit der Prognoseleistung allein zufrieden, da ich von ökonomischen oder anderen Konsumtheorien erwarte, dass sie in der Lage sind, Konsumverhalten und Konsumstrukturen zu erklären und nicht nur – wie auch immer – zu prognostizieren.

Aber auch die standardökonomische Prognoseleistung selbst überzeugt kaum. Denn außerhalb der Standardökonomik verlässt man sich gerade dort, wo man an Prognosen praktisch sehr interessiert ist, kaum auf die prognostische Kraft der mikroökonomischen Konsumtheorien. Die moderne, verhaltenswissenschaftlich orientierte Betriebswirtschaftslehre und die Marketingwissenschaft arbeiten gerade *nicht* mit standardmikroökonomischen Konsumtheorien, weil sie sich als nicht ergiebig erwiesen haben; stattdessen verwendet man eher sozialökonomische Konzepte des Privathaushalts (Raffée 1993, 1649). Manche sehen die Ursache für diese relative Erfolglosigkeit der Standardmikroökonomik, prognostisch interessierten ökonomischen Nachbardisziplinen – und der wirtschaftlichen Praxis – mikroökonomische Modelle zur Prognose anzudienen, in unterschiedlichen Erkenntnisinteressen. Während der Mikroökonom normativ motiviert sei, weil er zeigen wolle, dass der Preismechanismus und die Wirtschaft bei allen Präferenzord-

43 Das stellt natürlich *auch* einen Versuch der Orthodoxie dar, die Heterodoxie auf einer Metaebene als unwissenschaftlich oder halbwissenschaftlich zu marginalisieren; dieser Vorwurf ist insofern recht »ökonomisch«, als dieser Versuch einer generellen Abqualifizierung den Aufwand einer eingehenderen *inhaltlichen* Auseinandersetzung »erspart«. Ritsert (1996, 157) empfiehlt, sich »von der szientistischen Hintergrundmetaphysik samt ihrer Tendenz, alle Zusammenhangsaussagen, welche nicht die logische Strenge eines nomologischen Gesetzes aufweisen, als zweit- oder drittklassig abzukanzeln, keineswegs einschüchtern zu lassen«, nicht zuletzt, weil es »in bestimmten Bereichen der Naturwissenschaften nur so von stochastischen Gesetzen wimmelt und es bislang nicht so recht gelungen ist, Naturgesetze logisch exakt von zufälligen Generalisierungen zu unterscheiden«.

nungen funktioniere, sei der Marketingexperte explikativ interessiert, um Menschen in ihrem Konsumverhalten beeinflussen zu können (Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 145):

»Obwohl der Volkswirt über eine mathematisch ausgearbeitete Haushaltstheorie verfügt, kann er damit auf dem Markt der Beratung von Unternehmen hinsichtlich des Konsumverhaltens kein Geld verdienen und gilt als weltfremd – zu Recht, denn er verzichtet auf einen großen Erfahrungsschatz über menschliches Verhalten und kann keinem Trivialschriftsteller das Wasser reichen. Marketingexperten haben zwar keine einheitliche Theorie, gewinnen aber verwertbare Erkenntnisse – und verdienen damit Geld: »Die schlechte Theorie verdrängt die gute.« (Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 145).

Wenn diese Einschätzung stimmt, scheint die Prognosefähigkeit standardmikroökonomischer Konsummodelle in der wirtschaftlichen Realität – zumindest vom Standpunkt der produzierenden und werbenden Unternehmungen und der ihnen zuarbeitenden Disziplinen der Ökonomik aus betrachtet – für sozialtechnische Interessen nicht besonders weit zu tragen.

2.2 Mikroökonomik

Die bisher aufgeführten Merkmale der Standardökonomik sind zugleich *inhaltliche* Charakteristika der paradigmatischen Basis der herrschenden neoklassischen Mikroökonomik. Mikroökonomik als Analyse des Verhaltens von einzelnen Unternehmen und Haushalten oder Konsumenten auf Märkten war von Adam Smith bis zur Öffnung der makroökonomischen Perspektive durch Keynes' *General Theory of Employment, Interest and Money* der Inbegriff von Ökonomik überhaupt (vgl. Samuelson/Nordhaus 1998, 29 f.). Für unsere Zwecke nutze ich eine traditionelle Fassung der Unterscheidung zwischen Mikroökonomik und Makroökonomik.

Sie definiert sich lehrbuchmäßig etwa so: »die Mikroökonomik (...) analysiert das menschliche Verhalten und die daraus resultierenden kollektiven Phänomene« (Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 1) oder »[d]ie Mikroökonomik untersucht, wie Haushalte und Unternehmungen Entscheidungen treffen, und wie die Wirtschaftseinheiten auf den einzelnen Märkten zusammenwirken« (Mankiw 1999, 30). Im Mittel-

punkt des mikroökonomischen Interesses steht »die Erklärung der Preisbildungsprozesse in Marktwirtschaften aus dem dezentralen Handeln der ›Wirtschaftssubjekte« (Feess 1997, 23). Mikroökonomik beschäftigt sich also mit individuellen Akteuren und einzelnen Märkten, während Makroökonomik als die Lehre von der Wirtschaft als ganzer betrachtet wird, die gesamtwirtschaftliche Phänomene wie Arbeitslosigkeit oder Inflation auf der Ebene von Aggregaten wie Gesamtnachfrage oder Investitionen analysiert.⁴⁴

Inhaltlich sammelt sich die traditionelle neoklassische Mikroökonomik (Standardmikroökonomik) um die wissenschaftlichen Bemühungen, erstens »das harmonische Zusammenspiel der einzelnen Komponenten« der Wirtschaft mit ihren spezifischen und individuellen Verhaltensweisen nachzuweisen (Theorie des Allgemeinen Gleichgewichts) und zweitens zu zeigen, dass es sich dabei »um ein in einem bestimmten Sinne optimales System handelt« (Kriterium der Effizienz) (Lancaster 1991, 12; Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 2 f.). Die standardmikroökonomische Methode besteht aus vier Schritten, mit denen sie komplexe Probleme möglichst einfach strukturieren will:

- »erstens der Analyse rationaler Entscheidungen unter verschiedenen Nebenbedingungen;
- zweitens der Ableitung von Gleichgewichten, die sich daraus ergeben;
- drittens der Beurteilung dieser Gleichgewichte;
- und (..) viertens der Begründung von Handlungsempfehlungen zur Überwindung ineffizienter Gleichgewichte« (Feess 1997, 24).

Die Standardmikroökonomik beschäftigt sich mit der Analyse individuellen Verhaltens zum Zwecke der Maximierung der Bedürfnisbefriedigung oder des Gewinns bei knappen Ressourcen. Die Bedürfnisse werden als unveränderbar und mit den Ressourcen nur unvollständig zu

44 Vgl. z. B. Mankiw 1999, 518. Anders akzentuiert z. B. Kelvin Lancaster (1991, 10–13). Er sieht diese traditionellen Definitionen als durch die wissenschaftliche Entwicklung selbst tendenziell überholt, da die neue Mikroökonomik sich als Allgemeine Gleichgewichtstheorie ebenso wie die Makroökonomik auch mit »der Wirtschaft als Gesamtheit und nicht nur mit dem Verhalten einzelner Komponenten befasst« (S. 11), und bezieht die Unterscheidung zwischen Mikro- und Makroökonomik auf die spezifische *Form* der jeweiligen Vereinfachungen und deren *Zielsetzung*. Für Lancaster vereinfacht Mikroökonomik *universal*, Makroökonomik dagegen *raum-zeit-gebunden*: »Die Mikroökonomik befasst sich vorwiegend mit der Wirtschaft im Allgemeinen (...) in der geistigen Tradition der Grundgesetze der Wirtschaftstheorie, von denen angenommen [sic! RH] wird, dass sie *sämtlichen* Volkswirtschaften zu *allen Zeiten* zugrundeliegen« (S. 11).

befriedigen gesetzt; deshalb sind die Ressourcen optimal zu verwenden. Die dafür erforderlichen Bedingungen leitet die Mikroökonomik ab; sie sind unübertroffen in der idealen Marktwirtschaft garantiert. »Wirtschaften wird aus dieser Sicht als Realisierung eines optimalen und gleichgewichtigen Zustandes begriffen, der durch vorgegebene individuelle Präferenzen bewertet wird« (Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 4).

Selbstverständlich gibt es, wie bereits erwähnt, eine Vielzahl von Varianten und unterschiedlichen Theorielinien innerhalb der Standardmikroökonomik, auf die hier nicht eingegangen werden soll und kann. Einen Kern der modernen Standardmikroökonomik stellt die universalisierte Wahlhandlungstheorie dar. Sie erklärt oder prognostiziert das Handeln von Individuen, die zwischen verschiedenen Handlungsmöglichkeiten wählen (müssen) und dabei unter Berücksichtigung von Verfügungsbeschränkungen und Alternativkosten die beste Alternative wählen, sowie die kollektiven Folgen dieser Wahlentscheidungen. Handlungen unter dem Aspekt ihrer Kosten zu betrachten gilt danach als die spezifische mikroökonomische Perspektive, die zugleich mit dem Anspruch antritt, universell anwendbar und interdisziplinär nutzbar zu sein (Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 6).

Mankiw formuliert diesen Ansatz in vier einfachen Regeln für Einzelentscheidungen: Alle Menschen stehen vor abzuwägenden Alternativen (Wahlhandlung); die Kosten eines Gutes bestehen aus dem, was man für dessen Erwerb aufgibt (Opportunitätskosten); rational entscheidende Leute denken in Grenzbegriffen (Marginalprinzip); Menschen reagieren auf Anreize (Restriktionen) (Mankiw 1999, 4–9). –

Ich werde im Folgenden einen Ausschnitt aus der Standardmikroökonomik darstellen und kritisieren: die standardökonomische Konsumtheorie oder präziser die Nachfragetheorie der Standardökonomik. Dabei geht es mir vor allem darum, sie in ihren Annahmen kritisch zu analysieren und zu prüfen, ob ihre Grundlagen »unrealistisch« oder zu »realitätsfern« sind, sowie zu diskutieren, welche Annahmen, Vorschläge und Modelle als konsumtheoretisch »wenig relevant« verworfen werden müssen (vgl. Kleinewefers/Jans 1983, 44–46; Kromphardt 1982, 917). Damit kann man der Konsumtheorie nicht etwa vorwerfen, dass ihre Annahmen die Realität nicht erschöpfend beschreiben, denn systematische Lückenhaftigkeit lässt sich in wissenschaftlicher Modell- und Theoriearbeit nicht vermeiden (Kromphardt 1982, 906; Kleinewefers/Jans 1983, 9–12). Kritisch prüfen werde ich vielmehr, ob sie den Grundzü-

gen der konsumtiven Realität in wesentlichen Aspekten *widersprechen* (realitätswidrige Annahmen) oder ob sie wesentliche Aspekte davon *ausblenden* (blinde Flecken). Dabei stelle ich den *konsumtheoretischen Erklärungsanspruch* grundsätzlich über Ansprüche an formale Eleganz der Modelle oder deren inhaltliche Anschlussfähigkeit an und mathematische Integrierbarkeit in vorhandene Theoriegebäude. Insofern wird meine Inhaltspräferenz die ökonomistische Formalismuspräferenz dominieren. Es wird auch zu diskutieren sein, inwieweit konsumtheoretische Grundannahmen offen oder latent normativ angelegt sind.

Mit einer so ansetzenden Kritik tut man der standardökonomischen Nachfrage- oder Konsumtheorie insofern Unrecht, als sie sich für die ökonomische Realität als empirisches Korrelat ihrer *Annahmen* eher wenig bis gar nicht interessiert, da es ihr nicht um Realitätsbezug, sondern um Prognosekraft geht. Ich setze hier dagegen auf die Erklärungsfunktion von ökonomischer Wissenschaft und ihre Aufgabe, »auch – und vor allem – das *tatsächliche* Handeln der Menschen zu erforschen« (Kromphardt/Clever/Klippert 1979, 197), statt sich nur der idealen inneren Logik von Entscheidungsprozessen zu widmen. Deshalb verlange ich, dass Standardmikroökonomik sich tunlichst um *nicht* realitätswidrige Annahmen und um *wesentliche* Aspekte der Konsumrealität kümmern sollte. Ich hoffe, dafür anhand der konkreten Kritik überzeugende Argumente beibringen zu können.

Mit meiner Kritik weise ich zugleich die allgemeine Aufgabenstellung und den allgemeinen Zuschnitt der Aufgabenbearbeitung zurück, die sich die standardökonomische Konsumtheorie stellt. Sie versteht sich selbst als »eine hochgradig mathematisch formalisierte Disziplin«, für die »Inhalt und mathematische Ausdrucksweise vollkommen isomorph« sind (Streissler/Streissler 1966, 47). Angesichts der grundlegenden Alternative Realitätsnähe versus Einfachheit und Eindeutigkeit der Aussagen hat sie sich klar für letztere und damit für Sparsamkeit und Stringenz entschieden. Im Prinzip stellt sich die neoklassische Konsumtheorie »nur eine einzige Aufgabe: die Ableitung der verallgemeinerten, von allen Preisen und dem Einkommen eines Wirtschaftssubjekts abhängigen *mikroökonomischen Nachfragekurve*«; sie interessiert sich vor allem dafür, wie der rationale Konsument auf Preisänderungen reagiert (Streissler/Streissler 1966, 48)⁴⁵. Ihre Bemühungen orientieren sich am

45 Vgl. Albert 1965, 149 f.

Ziel einer reinen Theorie, um »durch letzte Reinigung von allen Subjektivismen die Nationalökonomie den Naturwissenschaften anzunähern« (S. 51). Sie konzentriert ihre Fragestellung auf die Peripherie des Konsumbereichs, denn was sie behandelt, »ist im Wesentlichen nur: der *Erwerb* von Gütern oder besser: die mit ihm verbundenen *Marktentscheidungen*« (Albert 1965, 151).

Würde man diese selbst gesetzten Zwecke der standardökonomischen Konsumtheorie voll berücksichtigen und uneingeschränkt als legitim akzeptieren – was ich hier nicht tun werde –, dann kann man die im Folgenden vorgetragene Kritik immer noch als kritischen Nachweis der problematischen Implikationen und Konsequenzen lesen, die dieses disziplinäre Selbstverständnis bereits auf der Ebene der Annahmen und allgemeinen Grundlagen mit sich bringt.

3 Basiskonzepte der Konsumtheorie

Frank Ackerman hat die Glaubenssätze der standardökonomischen Konsumtheorie plastisch in einem »ökonomischen Katechismus« zusammengefasst (1997, 189):

»Why is the market a good thing? Because it promotes freedom and efficiency. Freedom and efficiency for what? Freedom to satisfy consumer desires as efficiently as possible. What do consumers want? Individual, marketable goods and services for themselves and their families. How much do they want? More. Their desires are insatiable. Why should these desires be satisfied? Consumer desires exist prior to and external to the economy; there is no scientific basis for questioning their urgency or validity. Satisfaction of individual consumer desires is what happiness and human well-being consist of; the economy has no other goal. How can we tell if consumer desires are satisfied? Consumers are rational and well-informed. Give them the freedom to choose and they will always select the most satisfying available option.«

Einige dieser Glaubenssätze, ihre Grundannahmen und Kernbegriffe werde ich im Folgenden genauer analysieren. Sie legen das Fundament, mit dem die standardmikroökonomische Konsumtheorie steht oder fällt. *Wie* man dies Fundament legt, hängt selbstverständlich davon ab, *welches* Theoriegebäude man darauf errichten will. Deshalb werden auch die mit den Begriffskonzepten verbundenen disziplinpolitischen und forschungsstrategischen Interessen thematisiert.

Zunächst werde ich mich kurz mit dem Knappheitsaxiom als dem Ausgangspunkt allen ökonomischen Konsums (3.1) und der Konsumentensouveränität als dem Legitimationsgrund allen Wirtschaftens (3.2) beschäftigen. Ein Zwischenfazit fasst die wichtigsten Ergebnisse zusammen (3.3). In den folgenden Kapiteln werde ich die Basisbegriffe der standardmikroökonomischen Konsumtheorie(n) vorstellen und kritisch durchleuchten (Kap. 4, 5, 6).

3.1 Knappheit und Konsum

Knappheit, so lautet die einschlägige Formel, bildet den Grund allen Wirtschaftens und legt damit den Grundstein der Mikroökonomik. »Wirtschaften bezeichnet nach dem herrschenden Verständnis die Pro-

duktion und Verwendung knapper Güter zum Zweck der Erfüllung menschlicher Bedürfnisse« (Hardes/Mertes/Schmitz 1998, 2).⁴⁶ Ökonomik wird in dieser Perspektive zur »Wissenschaft von der Bewirtschaftung der knappen gesellschaftlichen Ressourcen« (Mankiw 1999, 2).⁴⁷ Knappheit bedeutet »nicht alles gleichzeitig und im Überfluss haben zu können«, sodass man gezwungen ist, eine Alternative zu wählen und alle anderen abzuwählen (Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 10). Auf dem Zwang zu wählen und damit zugleich abzuwählen gründet die allgemeine Wahlhandlungstheorie. Die »Gesellschaft [hat] weniger anzubieten (...), als die Menschen haben wollen«, denn sie kann »nicht jedem Individuum den höchsten von ihm angestrebten Lebensstandard gewähren« (Mankiw 1999, 1). Diese quantitative, qualitative, örtliche oder zeitliche »Differenz zwischen Erwünschtem und Verfügbarem« konstituiert ökonomische Güter (Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 11) und zwingt zur Entscheidung. Deshalb, so eine verbreitete Auffassung, ist der Kern der Ökonomie der Wahlakt, der Kern der reinen Ökonomik die Allgemeine Theorie der Wahlhandlungen (Robbins 1932/1984).⁴⁸

Das Problem der Knappheit wird damit begründet, dass »der Mensch« prinzipiell unbegrenzte Wünsche »hat«, mit denen er auf begrenzte Ressourcen wie Güter und/oder Geld (Einkommen) und/oder Zeit trifft, oder dass seine Wünsche zumindest die Möglichkeiten ihrer Befriedigung übersteigen (vgl. Kap. 5). Die Knappheit wird also als zu den Bedürfnissen *relative* Knappheit aufgefasst (Woll 1974, 30) und kann deshalb als eine Relation von Bedürfnisbefriedigung und

46 Es lassen sich zahlreiche, fast gleich lautende Formulierungen in Einführungen, Handbüchern oder Lehrbüchern finden. So konstatieren z. B. Müller/Stüsser/Wallraff (1957, 977), »Sinn und Zweck aller wirtschaftlichen Betätigung liegen in der Befriedigung menschlicher Bedürfnisse«, und Häuser unterstreicht (1974, 449 f.): »Alle wirtschaftliche Tätigkeit dient letztlich dem Zweck, Güter bereitzustellen, um diesen Mangel [den das Bedürfnis entstehen lässt; RH] zu mindern oder zu beseitigen.« – Einige moderne Ansätze sehen die Ökonomik dagegen als *Theorie menschlicher Interaktionen*: »Die Ökonomik befasst sich mit Möglichkeiten und Problemen der gesellschaftlichen Zusammenarbeit zum gegenseitigen Vorteil« (Homann/Suchanek 2000, 5). Karl Homann und Andreas Suchanek betonen den Fokus der Ökonomik auf die soziale Dimension und die handlungstheoretische Grundlage der Ökonomik; im Zentrum der Ökonomik steht danach das Problem des Vorteilsstrebens der individuellen Akteure und der Bedingungen gesellschaftlicher Kooperation (ebd.). Grundlegendes ökonomisches Analyseinstrument für alle Interaktionsprobleme ist nach dieser Auffassung das Konzept der *Dilemmastrukturen* (S. 38).

47 Vgl. Samuelson/Nordhaus 1998, 28.

48 Die klassische Definition lautet: »Economics is the science which studies human behaviour as a relationship between ends and scarce means which have alternative uses« (Robbins 1932/1984, 16).

Bedürfnis bezeichnet werden (Zinn 1999, 124 f.).⁴⁹ Damit impliziert der Knappheitsbegriff einen subjektiven Wertbegriff (Pribram 1992, 686). Dennoch versteht die Standardökonomik Knappheit als universal, anhaltend und unüberwindbar. Auf materiale Begründungen für und auf Reflexionen über Knappheit, die über die apodiktische Formulierung der formalen Knappheitsbedingung hinausgehen, verzichtet die Standardökonomik meist.⁵⁰ Eine relativ junge Variante bildet die standardökonomische These der Zeitallokationstheorie, die die »Restriktion« Zeit als mechanische und biografische Zeit zum wichtigsten, weil grundsätzlich unüberwindbaren Knappheitsfaktor erhebt (Becker 1996/1992, 22).⁵¹ In der Neuen Haushaltsökonomik wird der knappe Faktor Zeit⁵² neben den Marktgütern zum Inputfaktor der Haushaltsproduktion; dann stellt sich die Zeitaufteilung dem Haushalt als das zentrale Entscheidungsproblem (Becker 1982/1973,

49 Anders als die schlichten Versionen, die Knappheit trivial ontologisieren (z. B. Schumann 1971, 1), räumen aufgeklärtere Varianten der Standardmikroökonomik ein, »dass die Knappheit historisch und je nach Gesellschaftsform inhaltlich etwas anderes bedeutet und in ihrer Ausprägung keine ahistorische und gesellschaftsunabhängige Konstante ist«, ebenso wenig die Mittel zur Bedürfnisbefriedigung (Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 13), ohne allerdings daraus theoretische und methodologische Konsequenzen zu ziehen oder gar auf den selbstreflexiven Gedanken zu kommen, Knappheit als *zentrale gesellschaftliche und individuelle Problemstellung* (nicht nur ihre jeweilige spezifische Ausformung und Bedeutung) könne ein gesellschaftliches und diszipliniertes Konstrukt oder sogar ein *Ergebnis* von ökonomischem Denken und Handeln – sowie von Ökonomik – sein.

50 Material betrachtet kann man unüberwindbare Knappheit auch begründen, indem man auf die Verknappung von Energie und Materie auf Grund der Gesetze der Thermodynamik verweist (Georgescu-Roegen 1971; vgl. Stephan 1991; Piorkowsky 1997, 16 f.; Priddat 1988, 10–18) oder allgemeiner formuliert Endlichkeit, Entropie und komplexe ökologische Interdependenz betont, die die fundamentalen biophysikalischen Grenzen des Wachstums bilden (vgl. Daly 1987, 324–327). Ob diese fundamentale Knappheit ein relevantes ökonomisches (und damit auch politisches) Problem darstellt, hängt allerdings vom Verlauf des Entropieprozesses in der Zeit ab. Wie schnell dieser Prozess voranschreitet, ergibt sich aus dem Niveau der Transformation von Materie (Quantität und Technologie) und der »Umsatzgeschwindigkeit« in einem Wirtschaftssystem. Ist das Mengenniveau sehr niedrig und der Umsatz sehr gering, kann »entropische« Knappheit sehr lange vernachlässigt oder sogar ignoriert werden. – Das Argument von Piorkowsky, ein »grundlegendes Knappheitsproblem« ergebe sich »aus der physiologisch bedingten Notwendigkeit, für die individuelle Lebenserhaltung den permanenten Abfluss an Energie auszugleichen und für das Wachstum einen Überschuss nutzen zu können«, wofür Konsumgüter aufwändig aus der Natur gewonnen werden müssten (Piorkowsky 1997, 16), überzeugt für sich allein genommen nicht. Denn die Notwendigkeit, regelmäßig und dauerhaft einen bestimmten physiologisch notwendigen Energiezufluss zu sichern, bedeutet *konstante* Energiezufuhrmengen; ob daraus Knappheit resultiert, hängt z. B. von der Art der verwendeten »Energies«, ihrem Bestand und der Bevölkerungszahl sowie nicht zuletzt vom betrachteten Zeithorizont ab. Knappheit und Begrenztheit schlicht gleichzusetzen, erscheint mir nicht sinnvoll.

51 Vgl. Piorkowsky 1997, 16, und Schweitzer 1991, 73–76.

52 Vgl. zum Begriff der Zeit in der Ökonomie Pribram 1992/1983, 1154–1158, Brodbeck 1998, 74–124.

149)⁵³ (vgl. 4.8.3.2). Allerdings ist es problematisch, Zeit einmal als eine *Ursache* von Knappheit, ein anderes Mal als ein knappes *Gut* zu betrachten und diese Zeitfunktionen nicht begrifflich differenziert zu verwenden.⁵⁴

Unzugänglich bleibt der Standardökonomik die Einsicht, dass Endlichkeit oder Beschränkung erst durch *soziale* Wahrnehmung und Konvention zur »Knappheit« wird, an die dann soziale Regulierungen von Knappheit, wie etwa marktliche oder hierarchische, anschließen können (Luhmann 1989, 177).⁵⁵ Die Unterscheidung Endlichkeit / Knappheit legt es nahe, statt des ontologischen Knappheitsbegriffs der Standardökonomik einen sozialen in dem Sinne zu verwenden, dass Knappheit voraussetzt, dass »die Problemlage durch Entscheidungen mitbestimmt ist, die innerhalb der Gesellschaft beobachtet und zur Diskussion gestellt werden können – seien es Zugriffsentscheidungen oder Verteilungsentscheidungen« (Luhmann 1989, 177 f.). Knappheit wird *sozial konstituiert* durch den »Zugriff auf eine Menge unter der Bedingung, dass der Zugriff die Möglichkeit weiterer Zugriffe beschränkt. Der Zugriff erzeugt mithin Knappheit, während zugleich Knappheit als Motiv für den Zugriff fungiert. (...) Der Zugriff schafft das, was er be-

53 Vgl. Ott 1997, 44 f., die allerdings über Becker hinausgeht und die Zeitaufteilung nicht nur als Effizienz-, sondern auch als haushaltsinternes Verhandlungs- und Verteilungsproblem auffasst.

54 Die »objektive«, physikalische Zeit an sich ist nicht knapp, sondern prinzipiell unendlich; man kann sie einteilen in Relation zu einer mechanischen Bewegung und ihren *Verlauf* messen. Man kann aber nicht die insgesamt objektiv verfügbare *Menge* an Zeit bestimmen, sondern nur die *relativ* verfügbare Zeit, z. B. als die Stunden eines Tages oder die Jahre eines Lebens. Darin liegt ein wesentlicher Unterschied zu materiellen und immateriellen Gütern, denn die Menge der vorhandenen Erdölvorräte oder die Zahl der seit 1920 produzierten Automobile kann im Prinzip absolut gemessen werden. Ein anderer Unterschied liegt darin, dass historische Zeit nicht wieder hergestellt oder wiederholt werden kann, standardisierte Massengüter dagegen schon. Die physikalische Zeit kann im Übrigen nur mit Bezug auf Subjekt und Gesellschaft als begrenzt betrachtet werden. Einmal wird sie, versteht man sie als das Zeitvolumen eines Tages, absolut auf 24 Stunden begrenzt, oder sie wird sozial beschränkt, z. B. als Arbeitszeit oder als Freizeit, die Beschäftigten zur Verfügung steht. Zum anderen wird sie zur knappen Ressource allgemein in Relation zur biografischen Lebenszeitspanne eines Individuums, und speziell relativ zu den subjektiven (autonomen oder heteronomen) Planungen für eine bestimmte Zeitspanne, z. B. einen Arbeitstag. Da das Individuum aber seine Gesamtlebenszeit weder kennt und noch kennen kann, kann es die Verwendung dieser Zeit auch nicht optimieren. Im Gegensatz zur allgemeinen These von der knappen Zeit kann Zeit subjektiv und objektiv im Überfluss vorhanden sein, subjektiv z. B. in Situationen der Langleiwe, des wartenden Nichtstuns oder einer meditativen oder auf ein Jenseits gerichteten Lebensführung, objektiv z. B. in Form von Massenarbeitslosigkeit als kollektivem Überfluss von (Arbeits-)Zeit.

55 Hier zeigt sich bereits, dass die Standardökonomik keine *allgemeine* Theorie der Knappheit und Knappheitsbearbeitung liefert, sondern nur (oder vorwiegend) eine Theorie der Knappheitsbearbeitung im Rahmen *marktlicher* Regulierungsmodi.

seitigen will« (S. 179). Dieses Knappheitsparadoxon⁵⁶, dass nämlich »die Beseitigung von Knappheit durch Zugriff auf knappe Güter die Knappheit vermehrt« (Luhmann 1986, 118), bleibt ein blinder Fleck der Ökonomik.⁵⁷ Die Standardökonomik entkommt ihm für eine gewisse Zeit, indem sie sich auf eine kurzfristige Perspektive, allenfalls noch eine mittelfristige, beschränkt, und indem sie Knappheit durch Wachstum – vorübergehend – unsichtbar macht (ebd.).

Mit der Annahme der »ewigen« relativen Knappheit befreit sich die Standardökonomik⁵⁸ von der fundamentalen Furcht vor einer allgemeinen Sättigung und kann deshalb von der theoretischen Möglichkeit absehen, dass es zu einem grundlegenden ökonomischen Gestaltwandel von der Wachstumswirtschaft zur Stagnationsökonomie kommen könnte (vgl. Luban 1998). Die individuelle Konsumgüternachfrage mag sich verändern und verschieben, jedoch wird sie niemals gesättigt sein.⁵⁹

Dabei verdrängt die Standardökonomik auch sättigungstheoretische Argumentationslinien, die aus einem *ökonomischen* Kontext heraus argumentieren. So könnte man etwa aus strukturellen Merkmalen des modernen Konsums heraus auf innere Wachstumsgrenzen schließen, wie etwa Harrod mit seiner Unterscheidung zwischen demokratischem Wohlstand, den alle erreichen können, und oligarchischem Wohlstand,

56 Das Knappheitsparadox kann als ein Verteilungsproblem aufgefasst werden: »Reichlichere Versorgung des einen ist größere Not des anderen, und nur weil dies so ist, gibt es überhaupt das soziale Problem der Knappheit« (Luhmann 1989, 98). Aufgelöst werden kann das Paradox, indem man es durch die Differenz zwischen Mengenentscheidungen und Allokationsentscheidungen ersetzt; das setzt für Luhmann voraus, dass »die Gesellschaft die notwendige Indifferenz gegen das Unglück der anderen« garantieren kann (S. 99). Diese Indifferenz ist umso leichter herzustellen, je mehr das »Unglück der anderen« deren individueller (Fehl-)Leistung zugeschrieben werden kann, und je mehr diese (Fehl-)Leistung selbst als Ergebnis individuell zu verantwortenden Leistungswillens interpretiert werden kann. Die neoklassische Grenzproduktivitätstheorie bietet dazu in Verbindung mit dem Ideal des vollkommenen Marktes die ideologische Grundlage und Legitimation (Pribram 1992, 606–620; Neumann 1994, 264).

57 Die Standardökonomik verfehlt eine weitere zentrale Einsicht in die Knappheitsthematik: die Duplikation der Knappheit durch das Medium Geld, indem neben die Knappheit der Güter »eine ganz andersartige Knappheit des Geldes gesetzt« wird (Luhmann 1989, 197). Alle Güter gewinnen dadurch eine Doppelexistenz als Gut und als Geld (vgl. S. 197–201).

58 In der Produzentenökonomie und der ihr explikativ und normativ zuarbeitenden Betriebswirtschaftslehre, insbesondere aber in der Marketingwissenschaft, wurde diese Furcht längst zur (partiellen) Gewissheit; deshalb widmet man dort einen erheblichen Teil der praktischen und theoretischen Anstrengungen der Entwicklung von Strategien und Techniken, mit denen man Sättigungserscheinungen auf den Märkten abmildern oder überwinden kann.

59 Vgl. Scherhorn 1994, 224. Lancaster drückt die einschlägige Annahme der Nichtsättigungshypothese unübertroffen knapp und schlicht aus: »Mehr« ist immer besser als »weniger« (Lancaster 1991, 243; vgl. Böventer/Illing u. a. 1997, 65 f.; Streissler 1974, 39).

den nur wenige erreichen können (Harrod 1958, 208 f.).⁶⁰ Danach zerfiel die Ökonomie in einen dynamischen Sektor der materiellen Güter⁶¹ und einen stationären der Positionsgüter⁶² (Hirsch 1980, 50 f.).

Zugleich legt sich diese Ökonomik normativ – aber meistens nur implizit – auf eine einzige gesellschaftliche Strategie der Problemlösung fest: Reduzierung von Knappheit durch Wachstum der produzierten Gütermenge, was auf dem Weg einer permanenten ökonomischen Rationalisierung der Produktion und des Konsums erreicht werden soll.⁶³ Im Zentrum steht das Bemühen um die Verbesserung der Befriedigung gegebener Bedürfnisse, vor allem durch Produktion für den Konsum.

Alternativen werden implizit oder explizit ausgeschlossen⁶⁴: eine knappheitssenkende Modifikation der Bedürfnisse, sei es auf der Ebene der Gesellschaft, von Gruppen oder von Individuen und auf dem Wege der Bedürfnisreflexion, der Bedürfnisverschiebung, der Bedürfniskritik oder der Konsumregulation, bleibt tabuisiert (vgl. Zinn 1999, 125 f.). Dieser Ausschluss bewirkt, dass Individuum und Haushalt implizit als ihren »natürlichen« Bedürfnissen unterworfen gedacht werden (vgl. 5.1.1). Die Akteure beherrschen ihre knappheitsproduzierenden Be-

60 Harrod bezieht sich einerseits darauf, dass es, »demokratischen Wohlstand« vorausgesetzt, eine absolute Grenze gibt, persönliche Dienstleistungen in Anspruch nehmen zu können. Diese folgt daraus, dass unter dieser Voraussetzung niemand in einem Jahr mehr als ein Mannjahr fremder Dienstleistungsarbeit beanspruchen kann; die Grenze liegt also im Verhältnis der Zahl von Bedienten und Dienenden. Andererseits verweist Harrod auf die Wachstumsgrenze, die aus natürlicher oder künstlicher Knappheit resultiert, die nicht durch Produktionssteigerung überwindbar ist; Beispiele sind etwa gute Wohnlagen, gute Theaterplätze oder Kunstwerke alter Meister. Für Harrod kann der »demokratische Lebensstandard« nur durch materielle Güter der Massenproduktion angehoben werden. Durch massenhafte Reproduktionen oder öffentliche Kommunikation (Radio, Fernsehen, Ton- und Bildträger, Drucke usw.) einiger dieser Güter unüberwindbarer Knappheit kann aber eine Demokratisierung durch Surrogate erreicht werden. Vgl. zur Diskussion der Skizze Harrods Hirsch (1980, 46–51), der daraufhin hinweist, dass die Existenz absoluter Beschränkungen dem einzelnen Konsumenten nicht bewusst wird, da er auf der Mikroebene denkt und handelt. Zur einer eingehenden Auseinandersetzung mit den Positionsgütern des oligarchischen Wohlstands vgl. Hirsch (1980, 52–87) sowie jüngst Frank 1999.

61 Materielle Güter sind Güter, bei denen die Arbeitsproduktivität ständig gesteigert werden kann und für die deshalb grundsätzlich ein Zustand erreicht werden kann, in dem jedermann über sie verfügt (Hirsch 1980, 47, 52); Harrod fasst sie unter dem Begriff »demokratischer Wohlstand« zusammen (vgl. Fn 60).

62 Positionsgüter sind entweder absolut bzw. gesellschaftlich knapp oder werden knapp im Zuge extensiven Gebrauchs (Hirsch 1980, 52).

63 Aus Sicht der Thermodynamik ist das problematisch, »denn durch Wirtschaftsaktivitäten wird der entropische Prozess im Universum beschleunigt, und zumindest im Gesamtsystem der Welt nimmt die Knappheit zu statt ab« (Piorkowsky 1997, 17).

64 Rosemarie von Schweitzer charakterisiert das als »[d]ie Maßlosigkeit im modernen Wirtschaftsverständnis, das ständige Schielen auf wirtschaftliches Wachstum und die offenkundige Hilflosigkeit der »Economics«, auch nur den Gedanken zu akzeptieren, dass Menschen auch mit weniger Mitteln mehr Daseinsvorsorge erlangen könnten« (Schweitzer 1991, 56).

dürfnisse und damit auch die Knappheit nicht; sie haben hier eine bemerkenswerte *Rationalitätslücke*. Auf der subjektiven Seite bleiben sie ihren Bedürfnissen hilflos ausgesetzt, nur auf der objektiven Seite der Produktion und ihrer Rationalisierung können sie das bedürfnisbezogene Knappheitsregime mildern, indem sie mehr oder rationeller produzieren. Diese standardökonomische Denkweise impliziert die Vorstellung einer fundamentalen Beschränkung der individuellen Freiheit. Denn das standardökonomische Individuum ist nicht so frei, Knappheit durch Reflexion und Selbststeuerung reduzieren zu können (vgl. Zinn 1999, 126). Rationale Selbststeuerung gelingt den Akteuren danach nur bei ihrem Marktverhalten. Darüber hinaus wird knappheitsreduzierende Selbststeuerung dem Marktmechanismus zugeschrieben.

Rosemarie von Schweitzer hat die konstitutive Bedeutung von Bedürfnissen für die Knappheit prägnant beschrieben:

»Dem Begriff des Wirtschaftens liegt die Annahme der Knappheit der Güter zu Grunde. Grundsätzlich hat es der Privathaushalt auch immer mit knappen Gütern zu tun, allerdings ist das Ausmaß der Knappheit relativ zu den Bedürfnisbündeln des Haushalts. Nehmen wir unbegrenzte menschliche Bedürfnisse einerseits und Knappheit der Güter andererseits an, muss das Postulat ökonomischer Rationalität die logische Folge sein. Stehen aber begrenzten Gütern begrenzte Bedürfnisse gegenüber, kann ökonomische Rationalität geradezu überflüssig werden« (Schweitzer 1978a, 31).

Die Standardmikroökonomik legt sich mit dem Bedürfnisaxiom, der Knappheitsthese und der Wachstumslösung eine doppelte Selbstbeschränkung auf. Sie beschränkt sich erstens auf am Markt vorgefundene Bedürfnismanifestationen, womit sie jegliche Diskussion über Inhalte, Entstehung und Sinn von Bedürfnissen abschneidet. Sie begrenzt sich zweitens auf das aus sich selbst heraus legitime Wachstum von Gütermengen einschließlich der Veränderung von Güterqualitäten, womit sie jegliche Diskussion über den Sinn von Produkten und Produktionen vermeidet. Sie kann sich diese strategische Selbstbeschränkung erlauben, weil sie wirtschaftlichem Handeln und wirtschaftlichen Institutionen einen einzigen individualistischen Endzweck unterstellt: Alles Wirtschaften dient letztlich dem Konsum des Individuums und der Konsum dient nur dem Individuum⁶⁵:

65 Vgl. z. B. Hardes/Mertes/Schmitz 1998, 2. Dagegen heißt im Handwörterbuch der Betriebswirtschaft bezeichnenderweise: »Ziel aller wirtschaftlichen Betätigung ist die Erzeugung und Bereitstellung von Gütern, genannt *Produktion*. Sie kann sowohl für den eigenen wie für fremden Bedarf (...) erfolgen« (Häuser 1974, 454).

»Der Verbrauch allein ist Ziel und Zweck einer jeden Produktion, daher sollte man die Interessen des Produzenten eigentlich nur so weit beachten, wie es erforderlich sein mag, um das Wohl des Konsumenten zu fördern. Diese Maxime leuchtet ohne weiteres ein, sodass es töricht wäre, sie noch beweisen zu wollen« (Smith 1978/1776, 558).⁶⁶

Deshalb findet Ökonomie ihren alleinigen Sinn im individuellen Konsum und in seiner kontinuierlichen Steigerung, und deshalb sieht Ökonomie ihre Legitimation vor allem darin, mit wissenschaftlichen Mitteln zum Konsumwachstum beizutragen. Damit verbindet sich aber auch ein »ideologisches Interesse am Wachstumsfetischismus«, der aus dem Knappheitsaxiom resultiert und sich gut in die »Wachstumsbedürfnisse« einer kapitalistisch organisierten Wirtschaft fügt (Zinn 1999, 126).⁶⁷

Diese normative Finalisierung »der Wirtschaft« als System und »des Wirtschaftens« als Prozess oder Aktivität (und »der Wirtschaftswissenschaften«) muss allerdings als unhaltbar beurteilt werden. Es mag noch begründet sein, für das Modell einer vormodernen, eher geschlossenen Hauswirtschaft unter der Leitvorstellung der aristotelischen Oikonomia anzunehmen, dass der maßvolle und sozial verantwortliche Umgang mit dem Vermögen im Sinne der Versorgung der Haushaltsmitglieder für ein gutes Leben Zweck dieser ökonomischen Institution ist. Für eine in zahlreiche individuelle und kollektive Akteure zerfallende, komplex verflochtene, hochgradig arbeitsteilig organisierte und in wesentlichen Aspekten sich selbst regulierende Wirtschaft, die nur ein Teilsystem neben anderen in der Gesellschaft bildet, mit denen sie auf unterschiedlichste Weise verkoppelt ist, anzunehmen, sie *diene* monofunktional dem Konsumenteninteresse, erscheint deskriptiv *und* normativ heroisch bis absurd, zumindest aber sehr unrealistisch.⁶⁸ Hinzu kommt, dass die Identifikation von Bedürfnisbefriedigung und Marktentscheidungen eine unhaltbare und letztlich inhaltsleere Fiktion ist (Albert 1965, 151).

66 Zu berücksichtigen ist allerdings, dass Smith diese Aussage nicht im Kontext wirtschaftsphilosophischer Überlegungen entwickelt, sondern sozusagen »nebenbei« im Rahmen einer Kritik an der Dominanz der Produzenteninteressen im Merkantilismus macht.

67 »Die Mechanismen der kapitalistischen Akkumulation sind darauf angelegt, Fragen zu unterbinden, die den Sinn, die Ursachen und die Folgen der systemkonformen Art und Weise der Bedürfnisbefriedigung kritisch reflektieren und möglicherweise auf dem Weg der Bedürfnisreflexion zu der Einsicht führen, dass die kapitalistische Produktionsweise selbst diejenigen um ihre optimale Lebensqualität betrügt, die materiell von den Verhältnissen profitieren« (Zinn 1999, 126).

68 Vgl. Kuhlmann 1990, 31; Egner 1966/1956, 456–464. Egner führt das u. a. auf den »Konkurrenzidealismus« zurück, der geneigt ist, »die reale Konkurrenz dieser Welt mit derjenigen zu verwechseln, die man sich in einem abstrakten Schema ideell vor Augen stellt« (1966/1956, 456).

Welche Funktion diese Annahme erfüllt, werde ich im Zusammenhang mit der These der Konsumentensouveränität kurz diskutieren.

3.2 Konsumentensouveränität und freie Konsumwahl

Wenn man den Konsum zum wirtschaftlichen Endzweck erklärt, impliziert das noch nicht, dass der Konsument souverän sein soll oder ist. Die Standardökonomik weist aber dem Konsumenten die Rolle des zentralen Akteurs in der Ökonomie *und* des obersten Richters über die Ökonomie zu:

»Ökonomen gehen bei ihrer Analyse von dem fundamentalen Glaubenssatz aus, dass die Wirtschaft eine Struktur ist, die ausschließlich dem Interesse und dem Vorteil der in ihr lebenden Menschen bzw. Konsumenten dient. Dementsprechend basiert die (...) Wohlfahrtsökonomie auf der grundlegenden Prämisse, dass bei dem Versuch, die Funktionsweise einer Wirtschaft zu beurteilen, einzig und allein die Individuen in ihrer Rolle als *Konsumenten* ausschlaggebend seien« (Lancaster 1991, 238).⁶⁹

Das entscheidende wohlfahrtstheoretische Kriterium fragt, ob sich ein Individuum *als Verbraucher* verbessert oder nicht.⁷⁰

Die Macht der Konsumenten gründet auf dem Instrument der konsumtiven Einkommensverwendung – und auf dem Verzicht auf Einkommensverausgabung. Indem sie entscheiden, was sie kaufen und was nicht, entscheiden sie auch darüber, was produziert wird und was nicht. In diesem Sinne »besitzen die Konsumenten für die Volkswirtschaft eine absolut zentrale Funktion; denn sie entscheiden, wie viel Arbeit (...) angeboten wird und wie viel sie von den Endprodukten dieses Systems zu kaufen bereit sind« (Lancaster 1991, 238). Sie lenken die Güterproduktion auf Grund des Marktmechanismus' zugleich so, »dass Menge und Struktur der hergestellten und angebotenen Güter eine optimale Bedürfnisbefriedigung bewirken«⁷¹ (Kuhlmann 1990, 30).

69 Der »Eigenwert der Arbeit für den arbeitenden Menschen selbst« und »das gesellschaftlich *produktive* Tätigsein« als »bedeutsame Sinnkomponente der Wirtschaft« bleiben der Standardmikroökonomik völlig fremd (Ulrich 1998, 217). »Der *homo oeconomicus* ist ein Extremtypus, er hat überhaupt keine Arbeitsmotivation« (Brandes/Weise 1999, 50).

70 Dagegen wird, z. B. von Egner (1966/1956, 452) eingewendet, dass Verbraucherinteressen keineswegs mit dem Gemeinwohl gleichgesetzt werden können. Ganz abgesehen davon kann es nur *normativ* begründet werden, dass dem Wohlergehen des Individuums in seiner Konsumentenrolle der Primat gebührt z. B. gegenüber seiner Produzenten- oder seiner Investorenrolle.

71 Optimal als pareto-optimale Anpassung der Produktion an die Präferenzen der Konsumenten.

Diese Vorstellungen werden bildlich gerne als Konsumentensouveränität ausgedrückt. Im engeren Sinne meint sie eine freie Konsumwahl, im weiteren, wohlfahrtstheoretischen Sinne nimmt sie das Kriterium der optimalen Produktionsstruktur hinzu (vgl. Luckenbach 1975, 20 f.). Konsumentensouveränität umfasst zum einen das Menschen(leit)bild des homo oeconomicus und seiner Varianten sowie das Ordnungs(leit)bild der vollkommenen Konkurrenz (Kuhlmann 1990, 30).

Wendet man die Konsumentensouveränität normativ, wird sie zum Leitbild und zum Maßstab, mit dem man die Realität beurteilen und verändern kann. Zugleich kann man aus der normativen Version die wirtschaftliche Verantwortung des Konsumenten ableiten. Versteht man Konsumentensouveränität deskriptiv, wäre die Produktion tatsächlich das Mittel zur Befriedigung von – außerhalb der Produktion und ohne ihren Einfluss entstandenen – Verbraucherwünschen, und der Konsum hätte tatsächlich den Primat über die Produktion.⁷² Das empirisch zu widerlegen, fällt nicht besonders schwer, weil regelmäßig weder die Bedingungen des homo oeconomicus-Verhaltens, z. B. bei der individuellen Informationsverarbeitung, noch die marktseitigen Bedingungen der vollkommenen Konkurrenz erfüllt sind. Auch theoretisch zeigt die Betrachtung der Produktionsseite, dass die Unternehmen Konsumentenwünsche nur insoweit erfüllen, als dies zur Erreichung des Ziels der Gewinnmaximierung beiträgt. Das Gewinninteresse limitiert also die marktlich-konsumtive Bedürfnisbefriedigung.⁷³

Das Konzept der freien Konsumwahl als Form der Wahlfreiheit im Konsumbereich stellt weniger strenge Anforderungen. Freie Konsumwahl existiert, wenn die freiwilligen Konsumentenentscheidungen auf den Märkten akzeptiert und durch ein, den geäußerten Präferenzen entsprechendes Angebot umgesetzt werden.⁷⁴ Die Konsumenten wählen

72 Vgl. Kuhlmann 1990, 31–36. Für Miller haben heute die Konsumenten die Macht, jedenfalls, wenn sie sie wollen; sie sind sich dieser faktischen Macht aber (noch) nicht bewusst. „Today real power lies unequivocally with us, that is with the waged consumers of the First World“ (Miller 1995, 10). Miller weist dem Konsum eine zentrale politische Relevanz zu, die der Konsument als konsumtive politische Verantwortung wahrnehmen soll: „It is not the proletariat today whose transformation of consciousness would liberate the world, but the consumer. (...) it is the process of consumption itself that must be engaged, through an act of self-revelation, into taking responsibility for the power that it wields without consciousness, and therefore largely without responsibility“ (S. 19).

73 Die paretianische Wohlfahrtsökonomik konzentriert mit dem Nachweis eines pareto-optimalen Gleichgewichts, für das allerdings heroische Annahmen getroffen werden müssen.

74 Vgl. Kuhlmann 1990, 32, und Luckenbach 1975, 19 f.

frei sowohl unter den Güterangeboten als auch unter den Informationsangeboten.⁷⁵

Konsumfreiheit in diesem Sinne, so viele Kritiker, kann durch äußere Faktoren (Werbung, Marktmacht, Informationslücken) oder durch innere (Bedürfnisreflexion, Informationslücken, kognitive Defizite) eingeschränkt werden. Die Standardökonomik gibt sich aber grundsätzlich optimistisch: »Die als freie Konsumwahl definierte Konsumentensouveränität (...) ist zumindest im privaten Sektor einer Marktwirtschaft prinzipiell realisiert« (Luckenbach 1975, 20).⁷⁶

Angesichts heroischer Annahmen und offensichtlichem empirischen Scheitern liegt es nahe, die Verbreitung der Doppelvorstellung, die Wirtschaft diene dem Konsum und der Konsument sei ihr Lenker, in erster Linie mit ihrer ideologisch legitimierenden, kritikstillenden und konfliktlindernden Wirkung für das Wirtschaftssystem, die konkrete Wirtschaftsordnung und ihre politische Ausgestaltung zu erklären. Insbesondere blendet dieses Vorstellungspaar die, von Konsuminteressen losgelöste⁷⁷ Eigendynamik der Gewinninteressen in der kapitalistischen

75 Damit bleibt allerdings die Frage offen, inwieweit die Beschränkung dieser »freien« Wahl durch Struktur und Inhalt des Güterangebotes sowie des Informationsangebotes hingenommen werden kann. Wenn es Anbietern gelingt, die Angebotsstruktur systematisch nach ihren Interessen zu gestalten, wird die freie Konsumwahl unter Bedingungen eines anbietergesteuerten Angebots aus Konsumentensicht zu einer Farce. Deshalb muss letztlich doch angenommen werden, dass die Konsumenteninteressen wesentlich das Angebot prägen.

76 Der Haupteinwand dagegen führt die Werbung an, die die »ursprünglichen« oder »echten« Bedürfnisse der Konsumenten verändert oder latente Bedürfnisse weckt oder gar neue schafft. Luckenbach (1975, 23 f.) z. B. sieht darin kein Problem, denn es »gibt bisher keine Anhaltspunkte dafür, dass durch (...) Reklame die individuelle Wahl- und Entscheidungsfreiheit der Konsumenten beeinträchtigt wird.« In einer freien Gesellschaft, so zitiert sie zustimmend Demser, macht Wahl nur dann Sinn, wenn der freie Kommunikationsfluss, also auch die Werbung, nicht behindert wird. Kroeber-Riel/Weinberg (1996, 652) kritisieren diese Rechtfertigungslehre, nach der der Konsument nicht nur souverän selbst entscheidet, ob er ein Güterangebot, sondern auch, ob er ein Informationsangebot akzeptiert oder ablehnt; danach würden die Unternehmer von der Verantwortung für die Folgen ihres Marketings freigesprochen. Gegen diese Annahme argumentieren Kroeber-Riel und Weinberg empirisch und beziehen sich auf verhaltenswissenschaftliche Befunde, die »Verhaltenssteuerung [als] eine von außen kommende Beeinflussung des Verhaltens« belegen (1996, 653).

77 Das gewinnmaximierende Kalkül hat, zumindest in Deutschland, anscheinend erst in den 1990er Jahren das Anlageverhalten der privaten Haushalte auf breiter Basis in dem Sinne durchdrungen, dass zunehmend die Vorstellung vorzuherrschen scheint, man dürfe sich nicht mit durchschnittlichen Renditen zufrieden geben, sondern müsse maximale anstreben – und sich deshalb auch wesentlich intensiver um die eigene Vermögensanlage kümmern. Indizien dafür sind z. B. die Entstehung neuer Publikumszeitschriften für diesen Bereich, etwa Finanztest, die starke Ausweitung der Börsenteile und die Einrichtung von Spezialseiten zur Geldanlage in den Tageszeitungen. Die Eigendynamik der monetären Maximierung erreicht anscheinend auch den Privathaushalt. Welche Veränderungen sich daraus ergeben, bleibt abzuwarten und empirisch zu erforschen.

Geldwirtschaft und das Auseinandertreten von Bedürfnissen und Produktion ab oder sogar aus.^{78,79} In umgekehrter Perspektive erscheint dagegen das Verhältnis von (wachsendem) Konsum und kapitalistischer Produktion klarer: »Consumption has been a crucial component in the way in which modern capitalism has been sustained« (Bocock 1995, 35).⁸⁰

So dient die Formel der Konsumenten*souveränität*, die Parallelen zur politischen Demokratie konnotiert und konnotieren soll⁸¹, als »Ideologie zur moralischen Überhöhung und Rechtfertigung unternehmerischen Handelns« (Kuhlmann 1990, 32).⁸² Angesichts einer recht ungleichen Verteilung der Einkommen müsste man präziser von der »Sou-

78 Vgl. z. B. Biervert/Held 1996a; Binswanger 1994, 176 f.; Binswanger 1996, 119–125. Der dynamische Mechanismus des Geldes ermöglicht erst grenzenloses Streben nach Mehrung des Besitzes und damit »ein Knappwerden aller Güter, unabhängig von Ausmaß und Qualität des natürlichen (biblischen!) Reichtums der Erde« (Luhmann 1989, 195). Auch mikroökonomisch aus der Sicht von Privathaushalten betrachtet kann man die These, alles Wirtschaften diene (letztlich) dem Konsum, sehr bezweifeln, wenn man berücksichtigt, dass Macht, Geltung oder Wachstum wesentlich stärkere Motive für die Einkommenserzielung sein können als der persönliche Konsum. Dazu muss man nicht erst auf Menschen wie Bill Gates (Vermögen ca. 90 Mrd. Dollar, Vorjahr: 51 Mrd. Dollar) oder die Familien Theo und Karl Albrecht (Vermögen ca. 13,6 Mrd. Dollar) verweisen (Süddeutsche Zeitung, 21.6.1999, S. 25). In solchen Dimensionen noch Bezüge zu »Konsum« als treibendem Motiv herzustellen, scheint mir ein kühnes Vorhaben. Nach aller Erfahrung schrecken aber viele Standardmikroökomen nicht davor zurück, auch das unter die These vom Endzweck Konsum zu subsumieren.

79 Gegen einen monetär verursachten Wachstumszwang argumentiert Weise: »Die einzige Wachstumsursache liegt in der positiven Differenz zwischen Nutzen und Kosten, d. h. exakter: in der Existenz positiver Grenzgewinne, wobei diese Differenz mehrere Ursachen haben kann. Gewinne (...) entstehen immer dann, (...) wenn die Eigentumsrechte nicht oder nicht wertäquivalent erworben werden müssen« (Weise 1996, 217).

80 Diese enge Beziehung funktionierte ökonomisch und ideologisch besonders gut in den 1950er und 1960er Jahren, für die Konsum ein wichtiger gesellschaftlicher Orientierungsfaktor war: »Konsum, die Maximierung des Konsums und als Folge davon der allgemeine und der persönliche Wohlstand als Zielperspektive gewannen den Rang einer Ideologie, die in einer Phase, da man meinte, frei von Ideologien zu sein, diese leer gewordene Stelle einnahm.« Der Glaube an den »unaufhaltsamen wirtschaftlichen Aufstieg durch ständiges Wirtschaftswachstum« wird bestätigt. »Der Markt war auf die Konsumhaltung angewiesen (...). Die Konsumgesellschaft brauchte andererseits den expandierenden Markt, der das ihren Konsumwünschen angemessene Warenangebot bereithielt« (Becher 1990, 227).

81 Konnotation im Sinne einer täglichen Abstimmung über das Angebot der Produzenten mit Hilfe der Einkommensverwendung. Der zentrale Unterschied liegt allerdings im demokratischen Prinzip der allgemeinen und gleichen Wahl; ihn zu übersehen, ist zugleich der systematische blinde Fleck der Souveränitätsthese. Denn die »Konsumwahl« ist weder allgemein noch gleich. Zahlreiche Konsumenten sind rechtlich oder faktisch nicht entscheidungsberechtigte, nicht entscheidende oder nur mitentscheidende Mitglieder von Privat- oder Anstalts Haushalten. Bei der »Konsumwahl« handelt sich faktisch um das genaue Gegenteil von »gleichem Wahlrecht«, da das Stimmgewicht der »wahlberechtigten« Konsumenten durch die Einkommensverteilung sehr unterschiedlich verteilt und deshalb mit dem Gleichheitsgrundsatz nicht vereinbar ist. Deshalb muss die standardökonomische Verteilungstheorie nachweisen, dass die Ungleichverteilung der Einkommen »gerecht« oder mindestens »gerechtfertigt« ist.

82 Vgl. Kroeber-Riel/Weinberg 1996, 651 f.; Fischer-Winkelmann 1972, 42–70.

veränität des Konsumentendollars« sprechen (Hirsch 1980, 98). Auch die abgeschwächte Version der Konsumfreiheit kann genutzt werden, um die jeweiligen Produktionsstrukturen, Marktmachtlagen und Verteilungsverhältnisse als Ausdruck des freien Verbraucherwillens – oder zumindest als angemessene Antwort darauf – zu legitimieren. Insgesamt gesehen ist freier oder ungehemmter Konsumismus für die Standardökonomik nicht nur *kein* Problem, sondern ihr *Programm*, mit dem sie sich die doppelte Legitimation für die reale Marktwirtschaft (Hansen/Schrader 1997, 445) und für die Ökonomik als ihre Theorie verschafft:

»Capitalism appeared attractive and legitimated (...), because it provided, or seemed to provide, consumer goods, which people wanted. The consumption of goods and services became possible for more and more groups (...). Consumption as a set of social, cultural and economic practices, together with the associated ideology of consumerism, has served to legitimate capitalism« (Bocock 1995, 2).

Darüber hinaus hat die Annahme der Konsumfreiheit theoriestrategische Gründe. Denn um den Preis als entscheidenden Faktor und den Markt als optimalen Regulierungsmechanismus mathematisch nachweisen zu können, muss die Unabhängigkeit der Nachfrage von der Produktion bzw. vom Anbieterinteresse unterstellt werden. Zumindest jedoch muss gezeigt werden, dass Aktivitäten der Anbieter zur Beeinflussung des Nachfragers entweder reine Informationsangebote sind, die man annehmen oder ablehnen kann, und die deshalb die Entscheidungssituation des Konsumenten eigentlich verbessern, oder dass eine Beeinflussung der Bedürfnisse und der Nachfrage überhaupt nicht negativ zu bewerten ist (z. B. Luckenbach 1975, 23 f.).

Mit der *theoretisch* vollzogenen Unterwerfung der Wirtschaft unter den Konsum und die Konsumentensouveränität kann schließlich das Wachstum der Produktion in einer Marktwirtschaft mit der Zunahme der Bedürfnisbefriedigung gleichgesetzt (Pribram 1992, 257) und so aus sich selbst heraus legitimiert werden. Dazu müssen allerdings mindestens drei Voraussetzungen erfüllt sein: die Akteure handeln nach dem Maximierungsprinzip, individuelle Bedürfnisse gelten generell als legitim und Käufe und Bedürfnisbefriedigung sind identisch (vgl. 4.2, 5.1, 5.3).

3.3 Fazit: Das Fundament der Konsumtheorie

Für die Standardökonomik sind ihre fundamentale Grundlagen, die Konzeptionen des Verhältnisses von Knappheit und Konsum und des Verhältnisses von Konsum und Freiheit, so selbstverständlich, dass es in fast allen Fällen auszureichen scheint, sie einfach formelhaft zu wiederholen. Die Fragen der Knappheit und der Konsumfreiheit scheinen ein für alle Mal geklärt und es nur noch wert zu sein, Anfängern in den Einführungskapiteln von Lehrbüchern als selbstverständliche Grundbegriffe vorgestellt zu werden.

Die vorstehenden Überlegungen haben aber gezeigt, dass es aus konsumtheoretischer Sicht Diskussionsbedarf zu den standardökonomischen Fundamenten gibt. Als fragwürdig, diskussionsbedürftig und erneuerungsreif erweisen sich insbesondere die Trias von unbegrenzten Bedürfnissen, ewiger Knappheit und ständigem Wirtschaftswachstum, die Loslösung der Bedürfnisse von individueller Rationalität und Reflexion sowie gesellschaftlicher Prägung und Regulierung, die Ignoranz gegenüber dem gesellschaftlichen Charakter von ökonomischer Knappheit sowie die Finalisierung der Wirtschaft unter den Endzweck des Konsums. Wenn Knappheit ebenso wie Bedürfnisse als gesellschaftlich und ökonomisch *hergestellt* begriffen werden, unkonventionelle und außerökonomische Formen der Knappheitsreduzierung zugelassen werden und die teleologisch-ideologische Fiktion vom Endzweck Konsum aufgegeben wird, wird eine fruchtbare konsumtheoretische Grundlagenanalyse erst möglich.

Die konsumtheoretische Aufgabe besteht dann gerade darin, die Ontologisierung von Bedürfnissen und Knappheit aufzuheben und sowohl Bedürfnisse als auch Knappheit in die Reichweite individueller und gesellschaftlicher, praktischer und wissenschaftlicher Reflexion zurückzuholen. Bedürfnisse und Knappheit sind als treibende Faktoren *und* als Ergebnis individuellen und sozialen Handelns, insbesondere von Konsumenten und Produzenten, zu begreifen. Konsumtheorie hat diese Wechselwirkungen aufzuklären, weil sie ökonomisch relevant sind. Eine an der *Erklärung* des Konsumhandelns interessierte Konsumtheorie kann auch dazu beizutragen, die Entstehung, Veränderung und Gestaltbarkeit von Bedürfnissen und Knappheitsbeziehungen zu erhellen, um sie reflektiertem individuellen und kollektiven Handeln zugänglich zu machen.

Auch das Konstrukt der Konsumfreiheit oder gar der Konsumentensouveränität hält einer kritischen Prüfung kaum stand. Dass es sich weiterhin großer Beliebtheit erfreut liegt vor allem an seiner legitimatorischen Wirkung für Wirtschaftssystem und Wirtschaftsordnung. Marketingwissenschaft und Wirtschaftspsychologie haben es längst als theoretisch und empirisch unhaltbar verworfen, ebenso wie die Vorstellung autonomer, von der Gesellschaft und insbesondere von Anbieteraktivitäten unabhängiger Bedürfnisse. Deshalb liegt die konsumtheoretische Aufgabe gerade darin, die *Wechselwirkungen* zwischen Angebot und Anbieteraktivitäten einerseits, Nachfrage und Konsumentenaktivitäten andererseits zu klären und dabei das selbst gewählte Korsett der Markt- und Preistheorie abzulegen. Ohne sich der Ergebnisse anderer Sozialwissenschaften zu bedienen, wird diese Aufgabe ungelöst bleiben. Das zeigt die kritische, sozialwissenschaftlich aufgeklärte Analyse der konsumtheoretischen Grundbegriffe in den folgenden Kapiteln.

Zu unserem Zweck kann man Konsum vorläufig in sachlicher Hinsicht als die Nutzung von Gütern (einschließlich Dienstleistungen) für private, nicht erwerbswirtschaftlich interessierte Zwecke irgendwelcher Art bezeichnen, die gewöhnlich unter dem Begriff Bedürfnisbefriedigung oder Bedarfsdeckung zusammengefasst werden. Diese Güternutzung wird in sozialer Hinsicht von privaten Haushalten oder einzelnen Konsumenten geplant, organisiert und durchgeführt und ist zeitlich betrachtet der Herstellung dieser Güter in der Regel nachgelagert, verläuft manchmal aber auch simultan. Konsum steht fast am Ende der Aneignungskette Natur-Produktion-Distribution-Konsum-Desumtion.⁸³ Mit dieser Arbeitsdefinition zeigt sich, welche Elemente – mindestens – begrifflich genauer geklärt werden müssen, um ein solides Grundgerüst für eine mikroökonomische Konsumtheorie zu bauen: Konsumgut (Gegenstand), Konsumtätigkeit (Prozess), Konsumzwecke (Ziel, Motiv), Konsument/Haushalt (Akteur).

Welche Relevanz hat Konsum als Erkenntnisobjekt für die Ökonomik? Wenn die Ökonomik Konsum als obersten Zweck allen Wirtschaftens betrachtet und wenn darüber hinaus viele sozialwissenschaftliche Diagnosen behaupten, in den modernen kapitalistischen Indust-

83 Mit Desumtion bezeichne ich den Bereich und die Aktivität der Entledigung an der äußeren Grenze des Konsums zur nachgelagerten materialen oder symbolischen Weiterverwendung oder Vernichtung der konsumtiven Ausscheidungen aller Art.

riegesellschaften habe der Konsum eine erhebliche kulturelle und ökonomische Bedeutung gewonnen, kann man erwarten, dass die Standardökonomik sich umfassend und differenziert mit den Formen, Ursachen, Folgen von Konsum auseinander gesetzt, ein solides und differenziertes begriffliches Fundament gelegt sowie eine elaborierte ökonomische Konsumtheorie entwickelt hat.

Das Gegenteil ist der Fall. Konsum hat in der Geschichte ökonomischen Denkens eine untergeordnete Rolle gespielt, »consumer theory within economics occupies an extraordinarily narrow terrain« (Fine/Leopold 1993, 7).⁸⁴ Produktion dagegen stand immer im Zentrum der standardökonomischen Aufmerksamkeit.⁸⁵ Konsum wurde nur im Rahmen von Teiltheorien des Konsums oder der Nachfrage als Element einer allgemeineren Haushaltstheorie thematisiert.⁸⁶ Während sich die Klassiker kaum mit dem Haushalt beschäftigten, den sie als reine Konsumtionswirtschaft betrachteten⁸⁷, räumte die Grenznutzenschule, ausgehend von den Gossenschen Gesetzen und aufbauend auf der subjektivistischen Werttheorie, der Analyse des Nachfrageverhaltens einigen Raum ein.⁸⁸ Das Grenznutzentheorem bildet den Grundbaustein der ganzen traditionellen standardmikroökonomischen Theorie (Wiswede 1973, 76). Marshall benutzte das Grenznutzenprinzip bevorzugt zur theoretischen Analyse des Konsumentenverhaltens.⁸⁹ Bei Jevons, Walras

84 Vgl. Tschammer-Osten 1973, 67–69. Indizien dafür liefert z. B. Pribrams »Geschichte des ökonomischen Denkens« mit einem Umfang von gut 1200 Seiten (1992/1983). Im Stichwortregister finden sich drei konsumbezogene Stichwörter: Konsumentenrente (drei Fundstellen), Konsumfunktion (vier; zweimal Keynes, einmal Samuelson, einmal Friedman; alles bezogen auf Auseinandersetzung mit Keynes' General Theory), Konsumneigung (fünf, davon vier identisch mit Konsumfunktion; einmal Robinson/Harrod); hinzu kommen acht Verweise zu »Bedürfnisse« u. ä. (Bedarfsdeckung, Gossensche Sättigung, Grenznutzenanalyse, Smith, Unterordnung individueller Bedürfnisse, Zufälligkeit). Das sind zusammen 29 Seiten oder Passagen. »Verbrauch«, »Verbraucher«, »Haushalt«, »Privathaushalt« usw. fehlt ganz. Zu »Nachfrage« usw. gibt es noch vier Fundstellen.

85 Fine und Leopold diagnostizieren einen Produktionsbias quer durch die sozialwissenschaftlichen Disziplinen, die es vermeiden hätten, Konsum kohärent und systematisch zu analysieren (Fine/Leopold 1993, 6; vgl. auch 39–86).

86 Einen ausführlicheren theoriegeschichtlichen Überblick gibt Schweitzer (1991, 62–91).

87 Schon bei Adam Smith und den Klassikern wird die Konsumtion aus der ökonomischen Analyse »so gut wie völlig ausgeklammert« da sie sie als »Vernichtung von Gütern bzw. Werten« und als rein technische Angelegenheit verstehen (Streissler/Streissler 1966, 35).

88 Marshall selbst räumte ein, dass zwar eine viel differenziertere ökonomische Analyse des Konsums erforderlich sei, man sich aber zunächst auf eine elementare und formale Analyse beschränken müsse; damit könne man sich aber nicht begnügen, die weitere Auseinandersetzung müsse viel weiter gehen (Marshall 1920, 90 f.). Ackerman (1997a, 154) greift diese Äußerung auf und bemerkt: »Ironically, Marshall is remembered today for what he referred to as elementary and almost purely formal analysis.«

und Pareto stehen die Haushaltstheorie und mit ihr Konsum und Nutzen dann im allgemeinen Rahmen der Theorie der Wahlhandlungen (vgl. 5.2). Aus den Problemen, die sich daraus ergaben, Nutzenfunktionen zur Grundlage der Nachfragetheorie zu machen, begründete Pareto eine Umorientierung von Nutzenmaßen auf relative Wohlfahrtspositionen und legte dafür das Indifferenzkonzept von Edgeworth zu Grunde; Hicks und Samuelson stellten die Nachfragetheorie ganz auf die Basis von Präferenzordnungen um (Streissler 1974, 34 f.; vgl. 5.3). Lancaster löst den Gegenstand der Nachfrage, das Konsumgut, in eine Summe von Gütereigenschaften auf, die die Haushalte kombinieren, um Nutzen zu produzieren (vgl. 6.3.1). Die jüngste Weiterentwicklung dieser neuen, produktionstheoretischen Perspektive auf den Konsum bildet die Neue Haushaltsökonomik von Becker, Stigler und anderen, die den Haushalt als Produktionsstätte konzipieren (vgl. 6.3.2).

Alle standardmikroökonomischen Ansätze der Haushaltstheorie haben ein gemeinsames grundlegendes Ziel. Sie wollen den privaten Haushalt und seinen Konsum so konzipieren, dass er sich – analog zur Konstruktion des Unternehmens – in ein mikroökonomisch-mathematisches Gesamtmodell integrieren lässt, das typischerweise ein Gleichgewichtsmodell und ein (einfaches) Totalmodell ist, das man mit Methoden der Differenzialrechnung darstellen und analysieren kann (vgl. Böventer/Illing u. a. 1997, 141 f.).

89 Ein Ergebnis, das ohne den Grenznutzenbegriff nicht gedacht werden könnte, ist die Konsumentenrente, die bekanntlich dadurch entsteht, dass der Konsument bereit *wäre*, für alle Gütereinheiten mit einem höheren Wert als dem Wert der Grenzeinheit, einen höheren Preis als den tatsächlichen Marktpreis zu zahlen. Dieses Konzept hat, wie viele ähnliche partialanalytische Überlegungen, nur eine sehr begrenzte Aussagekraft (vgl. Streissler 1974, 54–57) und wurde heftig kritisiert (vgl. Pribram 1992, 874 f.). Total betrachtet entsteht die Konsumentenrente *immer*, da man sich anderenfalls als rationaler Konsument nicht von seinem Geld – im Tausch gegen Güter – trennen würde (Scitovsky 1989/1976, 77).

4 Handlung und Akteure

4.1 Handlung

4.1.1 Entscheidung und Nachfrage

Die Standardmikroökonomik gründet auf einer *institutionellen* Unterscheidung zwischen den organisierten Wirtschaftssubjekten Unternehmung und privater Haushalt.⁹⁰ Sie modelliert diese Organisationstypen formal und deduktiv, ohne sich empirisch auf deren reale Korrelate zu beziehen (vgl. 4.2). Die *funktionale* Unterscheidung Konsum / Produktion ordnet sie der institutionellen unter oder leitet sie von ihr ab.⁹¹ Hinsichtlich der institutionellen Unterscheidung Unternehmung / Haushalt schreibt die Standardökonomik Konsum als ökonomische Aktivität einseitig und ausschließlich dem privaten Haushalt zu.⁹² Auch die Neue Haushaltsökonomik gibt die feste institutionelle Bindung der Funktion Konsum an die Organisation Haushalt nicht auf. Sie ordnet allerdings auch dem Haushalt Produktionsfunktionen zu, ohne umgekehrt der Unternehmung auch konsumtive Aktivitäten zu unterstellen.

Konsum betrifft als Tätigkeit das Konsumieren, das sich von anderen Tätigkeiten mit einem objektivem und einem subjektivem Kriterium abgrenzen lässt. Das objektive Drittpersonen-Kriterium behauptet, dass man eine Konsumaktivität, etwa Essen oder Musik hören, im Unterschied zur Produktion unmöglich an Dritte delegieren könne (Hawrylyshyn 1976, 129). Darüber hinaus werden nach dem subjektiven Ei-

90 Auch Vertreter der sozialökonomischen Betriebswirtschaftslehre plädieren für die institutionelle Perspektive »Haushalt« an Stelle einer funktionalen Perspektive »Konsum« (Raffée 1993, 1648 f.).

91 Die klare Durchsetzung der institutional-sektoralen Zuordnung von Konsum zu privaten (und öffentlichen) Haushalten ist keineswegs so selbstverständlich, wie sie erscheint. Konsum kann auch als allgemeiner wirtschaftlicher Prozess des Ge- oder Verbrauchs irgendwelcher Inputs für irgendwelche Zwecke, seien es Produktionsgüter, Konsumgüter, Haushaltsgüter oder Bedürfnisbefriedigungen, begriffen werden. Dann würden auch Unternehmen konsumieren. Die jüngere konsumtheoretische Entwicklung geht aber in die umgekehrte Richtung und sieht Haushalte als produzierende Unternehmen, die mit Marktgütern, Humankapital und Zeit die »eigentlichen« Konsumgüter produzieren (vgl. Becker 1993/1965, 1982/1973).

92 Daneben gibt es beim Haushalt bekanntlich eine zweite, institutionsinterne Unterscheidung zwischen Konsum und Sparen (ähnlich wie Produzieren und Investieren beim Unternehmen), die uns hier aber nicht interessieren muss.

genwert-Kriterium diejenigen Aktivitäten als Konsum betrachtet, die zwar nicht unter das Drittpersonen-Kriterium fallen, »aber im Haushalt um ihrer selbst willen vollzogen werden, weil sie durch die Ausführung einen unmittelbaren Nutzen stiften« (Piorkowsky 1997, 82); Beispiele wären Gärtnern oder Musizieren.

Konsumieren vollzieht sich real in Form eines mehrphasigen Konsumprozesses. Konsumieren umfasst, dass Individuen oder Haushalte Güter wahrnehmen, bewerten, auswählen, beschaffen, finanzieren, sie sich in vielfältigsten Formen aneignen, nutzen, pflegen, aufbewahren, beseitigen oder zerstören, um damit ihre Bedürfnisse zu befriedigen. Die traditionelle neoklassische Haushaltstheorie strukturiert Konsum mit dem einschlägigen Begriffsset Bedürfnis – Bedarf – Nachfrage. »Wird ein Bedürfnis auf im Markt angebotene Güter oder Leistungen projiziert (...), so wird von *Bedarf*(...) gesprochen. Tritt zum Bedarf die nötige *subjektive Kaufkraft* hinzu, so kann *wirksame Nachfrage* entstehen, die sich in der Marktentnahme der benötigten Güter durch Kauf ausdrückt. Diese Marktentnahme von Gütern heißt *Konsum i. e. S.*« (Streissler 1974, 9). Unter Konsum im weiteren Sinne kann man »die *Nutzung* von Leistungen knapper Güter zum Zwecke der unmittelbaren Befriedigung der Bedürfnisse der Letztverbraucher« verstehen (Streissler/Streissler 1966, 13). Man spricht von privatem Konsum, wenn es um private Haushalte geht. Zusammengefasst bezieht sich *Konsum* in diesem traditionellen Verständnis auf den Ausschnitt der Marktentnahme (Nachfrage) und des Ver- oder Gebrauchs ökonomischer Güter durch private Haushalte. Das ist eine erste, phasenbezogene Begrenzung des standardökonomischen Konsumbegriffs.

In der Regel beschränkt sich die Standardökonomik also auf die haushaltliche Nachfrage nach *privaten* Gütern (Luckenbach 1975, 12 f.)⁹³; für sie gelten bekanntlich das Ausschluss- und das Nichtrivalitätsprinzip und sie werden über Märkte bereitgestellt (vgl. 6.1). Die standardökonomische Konsumtheorie versteht sich damit als eine Theorie der Bedürfnisbefriedigung mittels privater Güter innerhalb der Haushaltstheorie (Luckenbach 1975, 12 f.).

93 Vgl. Streissler (1974, 6): Streissler begründet das damit, dass Entscheidungen über die Einkommensverwendung für öffentliche Güter kollektiv und zwangsweise und Entscheidungen über deren Inanspruchnahme manchmal individuell, oft aber auch nicht individuell zurechenbar getroffen werden.

Hinter der privaten Nachfrage stehen also *Bedürfnisse*; Nachfrage und Güternutzung können als transformierte Bedürfnisse betrachtet werden. Mit ihnen beschäftigt sich die Standardmikroökonomik aber nicht näher, denn aus ihrer Sicht existiert für die Bedürfnisse der Haushalte, die als die nichtmonetären Bestimmungsgründe des Marktverhaltens verstanden werden, keine befriedigende Theorie (Luckenbach 1975, 13 f.). Hier wendet die Mikroökonomik eine bekannte Lösung an: Sie modelliert Bedürfnisse als exogene Größe. Ich werde auf das standardökonomische Bedürfniskonzept zurückkommen (vgl. 5.1).

Die traditionelle mikroökonomische Haushaltstheorie versteht sich als Rationaltheorie der *Nachfrage*, die Aussagen über die Entscheidung über und die Verwendung von Einkommen für Konsumzwecke trifft (Schweitzer 1991, 64). Haushalte entscheiden »irgendwie« laufend darüber, ob und in welchem Ausmaß ihr Einkommen in Konsumgüter transformiert werden soll, über welche Markttransaktionen welche Konsumgüter wo gekauft, und wie erworbene Güter gebraucht oder verbraucht werden sollen. Dabei interessiert sich die neoklassische Rationaltheorie der Nachfrage nur für die unmittelbar nachfragerrelevante Entscheidungsfindung (Streissler 1974, 6 f.). Entsprechend eng definiert sie den Konsumakt als das »Zustandekommen konsumtiver Tätigkeiten im engeren Sinne«, also als die *Entscheidung* über das eigene Nachfrageverhalten (Streissler/Streissler 1966, 14). Damit begrenzt sie Konsum zugleich ausschließlich auf Marktaktivitäten.⁹⁴ Darin liegt eine zweite, institutionelle Begrenzung des standardökonomischen Konsumbegriffs auf die Schnittstelle Haushalt – Markt, mit der das Nutzungsverhalten *im* Haushalt ausgeblendet wird.

Man unterscheidet in der Standardmikroökonomik verschiedene *Typen* der Konsumhandlung. Streissler/Streissler bilden z. B. nach dem Grad der Überlegtheit, also der Rationalität, vier Typen: die echte Entscheidung, die identisch mit Rationalverhalten ist, das Impuls- oder Affektverhalten, das pfadabhängige Gewohnheitsverhalten und das sozial

⁹⁴ Das entspricht dem allgemeinen ökonomischen Reduktionismus: »Nicht-marktvermittelte Transaktionen und Austauschformen sind (...) nicht als wichtige, weil (...) nicht als eigennutzmaximierende zu verstehen, sondern im Gegenteil: Sie definieren sich als uneigennütze« (Regenhard 1998, 122). Aber Beckers New Home Economics entgeht dieser Kritik dadurch, dass sie gerade (auch) die nicht-marktlichen Entscheidungen und Aktivitäten des Haushalts in den Mittelpunkt stellt und ökonomistisch interpretiert (Becker 1982/1973, 148, 154). Diese theoretische Öffnung, durch die die ökonomistische Perspektive weit ausgedehnt werden kann, dürfte von Regenhards Kritik am Reduktionismus aber gerade nicht intendiert worden sein.

abhängige Konsumverhalten; ihnen entsprechen jeweils bestimmte typische Kaufsituationen⁹⁵ (1966, 14 f.). Aber obwohl die Nachfrage-theorie einräumt, dass Impuls-, Gewohnheits- und Gruppenkauf real »wesentlich bedeutsamer« sind als die echte Entscheidung, beschäftigt sie sich nach eigenen Angaben vorwiegend mit dem Rationalverhalten (Streissler/Streissler 1966, 14). In diesem Sinne spezifiziert die neoklassische Rationaltheorie die konsumbezogene Marktentnahme als *rationale* Wahl; ich gehe darauf gleich näher ein. Das bedeutet eine dritte, handlungstheoretische Einschränkung des standardökonomischen Konsumbegriffs.

Die moderne Standardmikroökonomik kann sogar auf den Begriff Konsum weitestgehend verzichten. Denn im Grunde genommen muss und will sie nicht zwischen *bereichsspezifischen* Wahlhandlungen wie Konsumgüternachfrage, Arbeitsangebot oder Haushaltsproduktion unterscheiden. Alles, aus ihrer Sicht nur scheinbar bereichsspezifische Handeln fällt im individuellen rationalen Wahlakt zusammen, in der Entscheidung über die optimale Allokation der Ressourcen im Haushalt oder anderswo. Lancaster begründet das damit, dass »jemand genau dieselbe Funktion [des kaufenden Konsumenten, RH] ausübt, wenn er seine *eigenen Leistungen verkauft* (in der Regel seine Arbeitskraft). (...) Daher umfasst die Theorie des Konsumentenverhaltens unter anderem die Theorie der *Güternachfrage* und des *Arbeitsangebots*« (Lancaster 1991, 237). Arbeit(sangebot) und Konsum fallen danach in der allgemeinen Form der Allokationsentscheidung zusammen.⁹⁶ Im Konzept des individuellen Wahlakts löst sich der Konsumbegriff schließlich ganz auf.

Traditionelle konsumtheoretische Ansätze sehen Konsum als Bedürfnisbefriedigung durch Kauf (und anschließende Nutzung) von Markt-gütern. In der individuellen Nutzenfunktion bilden die konsumierten

95 Impulskäufe findet man danach besonders bei Bagatellkäufen und hochgradig ästhetisch oder libidinös aufgeladenen Gütern. Gewohnheitsverhalten bei Nahrungsmittelkäufen, sozial abhängiges Verhalten bei Modeartikeln (Streissler/Streissler 1966, 14 f.). – Die stark angelsächsisch beeinflusste moderne Konsumentenforschung unterscheidet Kaufentscheidungen mit stärkerer kognitiver Kontrolle (vor allem extensive und limitierte Kaufentscheidungen) und solche mit schwächerer kognitiver Kontrolle (vor allem habitualisierte und impulsive); erklären lässt sich danach das Entscheidungsverhalten erst aus der Verknüpfung von kognitiven mit *emotionalen* Prozessen sowie mit *reaktiven* Prozessen in der Handlungssituation (Kroeber-Riel/Weinberg 1996, 358–360).

96 Lancaster (1991, 238 f.) bleibt aber eher unklar, da er einerseits dem Haushalt eine Verbraucher- und Produzentenrolle zuschreibt, andererseits betont, dass die Mikroökonomik sich auf die Konsumentenrolle (Verkauf von Leistungen, Kauf von Gütern) konzentrierte.

Gütermengen dann die Determinanten des individuellen Nutzens. In moderneren Varianten wird neben den Präferenzen auch die individuelle Konsumtechnologie, d. h. die haushaltsspezifische Art der Faktorkombination, berücksichtigt, mit der der Haushalt selbst erst die Güter herstellt, die ihm Nutzen bringen. Der Haushalt wird damit zum Produzenten. Lancaster betont, dass der Wohlstand des Haushalts nicht von »ganzen« Gütern, sondern von einzelnen *Gütereigenschaften* und von der eingesetzten Konsumtechnologie abhängt, mit der er aus seinen Güterinputs die gewünschten Outputs an konsumgeeigneten Gütereigenschaften produziert (Lancaster 1966; vgl. 6.3.1). Ich nenne die selbst produzierten »commodities« *Haushaltsgüter*, die am Markt eingekauften Güter (einschließlich Dienstleistungen) *Marktgüter*.⁹⁷ Auch für Becker produzieren und konsumieren Haushalte, und er betrachtet ihre Aktivitäten deshalb analog zu denen von Unternehmen (Becker 1982/1973; vgl. 6.3.2).

»Der theoretische Bezugsrahmen der Haushalts-Produktionsfunktion betont die Vergleichbarkeit der Leistungen, die von Unternehmen und Haushalten als organisatorischen Einheiten erbracht werden. Ähnlich wie die typische Unternehmung in der üblichen Produktionstheorie investiert der Haushalt in Anlagevermögen (Ersparnisse), Kapitalausstattung (dauerhafte Güter) und Kapital, das in seiner »Arbeitskraft« verkörpert ist (Humankapital der Familienmitglieder). Als Organisationseinheit betätigt sich der Haushalt, ebenso wie die Unternehmung, in der Produktion, indem er seine Arbeit und sein Kapital einsetzt. Das Produktionsmodell unterstreicht nicht nur, dass der Haushalt die angemessene, analytische Grundeinheit in der Konsumtheorie ist, es macht auch die Interdependenz verschiedener Haushaltsentscheidungen deutlich« (Becker 1982/1973, 157 f.).

Allerdings gibt es eine Reihe von Fällen, in denen sich Haushaltsproduktion und Konsum auf Grund des uno-actu-Verhältnisses personenbezogener Dienstleistungen nicht trennen lassen, beispielsweise eine Urlaubsreise im eigenen Auto (Piorkowsky 1997, 82). Dass die Neue Haushaltsökonomik auch die Haushaltsproduktion für Konsumzwecke, also die produktive Vorbereitung des eigentlichen Konsumakts, zur Tätigkeit des Konsums rechnet, ist eine wesentliche Erweiterung des standardmikroökonomischen Konsumbegriffs. Aber auch die Neue Haushaltsökonomik belässt es dabei, den Konsumakt selbst aus der

97 Damit sind in dieser Arbeit selbstverständlich nur Konsumgüter gemeint.

ökonomischen Analyse auszublenzen (vgl. z. B. Stigler/Becker 1996/1977, 52 f.).

4.1.2 Kritik des Handlungskonzeptes

Gegen die herrschende Auffassung von Konsum in der Standardökonomik möchte ich hier vier Haupteinwände vorbringen: die zu enge Fassung des Konsumbegriffs, die Ausblendung wichtiger Funktionen des Konsums, das Ignorieren des Prozesscharakters von Konsum und seiner Eigenwertigkeit sowie die Konzipierung konsumtiven Handelns in Parallelität zu unternehmerischem. Die Hauptstoßrichtung der Kritik wendet sich gegen eine ökonomistische Reduktion des Konsumbegriffes, die theoretisch und praktisch relevante und erklärungsbedürftige Aspekte des Konsums opfert – vor allem zu Gunsten von handlungstheoretischer Eindimensionalität und modelltechnischen Erleichterungen.

Erstens begrenzt sich der ökonomische Konsumbegriff nur auf einen kleinen Ausschnitt, den er aus dem zeitlichen Kontinuum des Konsumprozesses und dem inhaltlichen Kontext des Konsums herausbricht. Konsum wird in der traditionellen Standardökonomik als Nachfrage nach am Markt angebotenen privaten Gütern verstanden und wird insofern der Marktlogik subsumiert. Nur die Entscheidung für eine Konsumgüternachfrage und der unmittelbare Kaufakt werden analysiert, in der Neuen Haushaltsökonomik zusätzlich noch die Haushaltsproduktion. Mit dem Ende der Nachfrage oder der Haushaltsproduktion endet auch das ökonomische Interesse am Konsum. Es leuchtet nicht ein, warum standardökonomisch nicht auch die alternative Verwendung von Konsumzeit auf unterschiedliche originäre Konsumprozesse analysiert wird, seien sie direkter Konsum von Marktgütern oder Konsum von vom Haushalt selbst produzierten Gütern (vgl. 6.3.3.3).

Der auf die Nachfrage reduzierte Konsum schrumpft in standardökonomischen Modellen zu trivialem Handeln, da er nichts anderes bedeutet als die knappste Artikulation von exogen bestimmten Anpassungen der Nachfragemenge an das Preissystem (vgl. Kötter 1979, 430 f.). In diesem Kontext ist Konsum keine *soziale* Handlung, weder als sprachliche noch als symbolische Handlung. Es gibt auch zwischen Produzenten und Konsumenten keine Handlungen, die darauf gerichtet sind, sich gegenseitig zu beeinflussen.

Unter empirischen Aspekten kann die selektive Begrenzung auf *private Güter* nicht befriedigen, denn in den typischen Mischwirtschaften der hoch entwickelten westlichen Industrieländer hängt ein erheblicher Teil der Bedürfnisbefriedigung davon ab, ob, in welchem Umfang, zu welchen Konditionen und in welcher Qualität öffentliche oder meritokratische⁹⁸ Güter bereitgestellt und den Haushalten zugänglich gemacht werden. Es mag noch einleuchten, die Theorie der *Produktion* öffentlicher bzw. meritokratischer Güter einer eigenen Disziplin oder Subdisziplin wie der Finanzwissenschaft oder der Politischen Ökonomik zuzuweisen. Aber es kann nicht überzeugen, die *Nachfrage* oder Nutzung dieser Güter aus der Konsumtheorie auszublenden.⁹⁹ Zum einen leisten sie einen erheblichen Beitrag zum Wohlstand des einzelnen Haushalts. Zum anderen sind diese Güter keineswegs »kostenlos« und »unbegrenzt« zugänglich, was sich transaktionskostenanalytisch leicht zeigen lässt; deshalb müssen die Konsumenten auch hier Wahlentscheidungen treffen, z. B. über die Aufteilung von Konsumzeit auf private oder öffentliche Güter und auf unterschiedliche öffentliche Güter. Und schließlich wäre es für eine ökonomische *Konsumtheorie* fatal, wenn sie ihre theoriestrategischen Interessen an einem *einheitlichen* Modell der (Markt-)Wirtschaft über die *Relevanz* der Faktoren für den Wohlstand der zu analysierenden Organisationen stellen würde. Das erhöht zwar die formale Geschlossenheit und mathematische Eleganz des Modells, aber nicht seine Relevanz für die Erklärung der Nachfrage der privaten Haushalte.

Zweitens blendet die traditionelle Standardökonomik aus methodischen Gründen bestimmte, ökonomisch *relevante* Konsumfunktionen aus. »Der Konsum dient der Erhaltung und Entwicklung der Vitalfunktionen der Haushaltsmitglieder, d. h. der Kompensation des permanenten Energieabflusses und dem Wachstum sowie der Gewinnung von Lebenszufriedenheit. Folglich können vor allem Privathaus-

98 Gemeint sind damit »grundsätzlich« private Güter, die vom Staat als öffentliche Güter bereitgestellt werden, weil diese Güter als gesellschaftlich wünschenswert gelten, die Bürger oder Konsumenten sie aber in Form privater Güter auf Grund verzerrter Präferenzen nicht in zufriedenstellender Qualität und/oder Quantität nachfragen würden; vgl. Fn 308.

99 Das Argument der disziplinären Arbeitsteilung, wonach die Finanzwissenschaft für die öffentlichen Güter, die der private Haushalt verbrauche, zuständig sei (Luckenbach 1980, 304), überzeugt nicht, denn selbstverständlich entscheidet der Haushalt auch darüber, ob er öffentliche (oder meritokratische) Güter nachfragen will oder nicht, und er trifft dabei ökonomische Entscheidungen. Die sozialökonomische Betriebswirtschaftslehre vertritt eine gegenteilige Position und verwendet einen erweiterten Marktbegriff, der öffentliche Güter ausdrücklich einschließt (Raffée 1993, 1657).

halte nicht nur als Stätten der letzten, sondern auch der ersten Produktions- und Konsumprozesse verstanden werden, nämlich der (Re-)Generation von Humanvermögen einschließlich Arbeitskraft« (Piorowsky 1997, 14). Zugleich lässt sich Konsum nicht angemessen fassen, wenn nicht seine sozialen und sozialisierenden Funktionen berücksichtigt werden. Dazu gehören expressive, kommunikative, identitätsbildende, aber auch kompensatorische Funktionen der Gütersymbolik¹⁰⁰, die sich exemplarisch z. B. besonders in Kleidung, Wohnungseinrichtung oder Freizeitkultur niederschlägt. Hinzu kommt die Verwendung von Konsumgütern zur Gestaltung von zwischenmenschlichen Beziehungen, z. B. über Rituale des Beschenkens oder durch das Sammeln von Konsumgütern (Frieze 1998, 43). Schließlich fungiert Konsum als Regulativ und Merkmal sozialer Mobilität verbunden mit Formen der Konsumkonkurrenz (McCracken 1992/1987, 34 f.), z. B. über die Rangordnung von Wohngebieten, Autos oder Urlaubsgebieten. Die analytische Reduzierung von Konsum auf Aktivitäten an der Marktschnittstelle oder im Binnenraum isolierter privater Haushalte verfehlt also die sozialen Funktionen von Konsum und seine soziale Einbettung – und damit ein wesentliches ökonomisches Charakteristikum: dass in vielen Fällen die individuellen Akteure ihre Konsumaktivitäten in einem gemeinsamen sozialen Kontext *aufeinander beziehen* und erst dadurch *konstituieren*.¹⁰¹ Individueller Konsum ist am Ende des 20. Jahrhunderts zumindest insofern *auch* vergesellschafteter Konsum, als er eine Form darstellt, auf den sozialen Zwang zur Selbstproduktion, Selbstgestaltung und Differenzierung der individuellen Identität zu antworten. Auch darin liegt eine soziale Integrationsfunktion des Konsums.

Der *dritte* Kritikpunkt bezieht sich darauf, dass die Standardökonomik nicht willens oder nicht in der Lage ist, den *Prozesscharakter* des Konsums und die mögliche *Eigenwertigkeit*¹⁰² von Prozessen the-

100 Vgl. Stühler 1998a, 57–59; Scherhorn 1994, 230–232.

101 Mit etwas anderem Akzent betonen Gabriel/Lang (1996, 4 f.): »Ultimately, our actions and experiences as consumers cannot be detached from our actions and experiences as social, political and moral agents. (...) Being a consumer dissolves neither class membership nor citizenship. (...) We are creative composites of several social categories at the same time.«

102 Mit den Begriffen der Neuen Institutionenökonomik könnte man z. B. auch auf der Marktseite des Konsums von einem »Transaktionsnutzen« in dem Sinne sprechen, dass der Entscheidungsprozess selbst und seine Umsetzung als Nutzen oder Genuss erlebt werden (vgl. Kaas 1994, 255 f.). Das theoretisch und praktisch stark expandierende Erlebnismarketing versucht, diesen Aspekt im Unternehmensinteresse zu instrumentalisieren (vgl. z. B. Weinberg 1992).

oretisch zu berücksichtigen.¹⁰³ Stattdessen denkt sie rein ergebnisorientiert. Konsum wird auf Entscheidungen darüber reduziert, welche Güter in welchen Mengen zu Konsumzwecken nachgefragt¹⁰⁴ oder im Haushalt selbst hergestellt werden sollen. Damit verfehlt der standardökonomische Konsumbegriff ein weiteres wesentliches Merkmal, nämlich die Eigenwertigkeit des Konsumierens. Das zeigt sich besonders deutlich an der Behandlung der haushaltlichen »Produktion« von Konsumgütern durch die Neue Haushaltsökonomik. Sie ignoriert völlig, dass der Produktionsprozess selbst und die mit ihm erlebte Zeit unmittelbar nutzenstiftend wirken können, weil es z. B. Spaß macht, gemeinsam zu kochen oder im Garten zu arbeiten (vgl. Schweitzer 1991, 74). Die verengte Perspektive auf die Haushaltsarbeit entspricht der neoklassischen Arbeitsleidtheorie¹⁰⁵, die auf der Annahme fußt, das Individuum sei von Natur aus faul¹⁰⁶, und sich hartnäckig der Tatsache verschließt, dass (Erwerbs-)Arbeit

103 Das gleiche Problem, die Ignoranz gegenüber der Wertigkeit von Prozessen aufgrund einer dominierenden Outputorientierung, zeigt sich bei der Behandlung der Arbeit durch die Standardmikroökonomik. Während sie Konsum und Freizeit als Güter konzipiert, aus denen man Nutzen zieht, ist Arbeit ein »Ungut« oder ein notwendiges Übel, weil sie Verzicht auf Freizeit bedeutet. Für Arbeit kann sich der Haushalt nur motivieren, weil er für Konsumgüter bezahlen muss (Budgetrestriktion) und dafür Einkommen benötigt. Mehr Arbeit bedeutet zunächst eine Nutzeneinbuße durch den Verlust an freier Zeit, die nur dadurch kompensiert werden kann (und muss), dass ein höheres Einkommen höhere Konsumausgaben ermöglicht (vgl. z. B. Böventer/Illing u. a. 1997, 127; Schmid/Dosky/Braumann 1996, 8). Arbeit als »Gut« ist standardmikroökonomisch nicht denkbar; so betont etwa Lancaster (1991, 269), dass ein Haushalt bei einer Wahl *nur* zwischen Arbeit und Freizeit »vermutlich immer ein Maximum an Freizeit bevorzugen« würde; umgekehrt ist Konsum als »Ungut« nicht denkbar. Vgl. die Diskussion dieser Asymmetrie zwischen Bedürfnisbefriedigung im Produktions- und im Konsumbereich bei Ulrich (1993, 102 f.).

104 Vgl. z. B. Böventer/Illing u. a. 1997, 45.

105 Vgl. z. B. zur Auffassung von Smith (Pribram 1992, 249) und von Jevons (S. 532); im Rahmen der Haushaltstheorie z. B. Luckenbach (1975, 129) und Böventer/Illing u. a. (1997, 127).

106 Diese Auffassung widerspricht zahlreichen empirischen Befunden (vgl. Gill 1999). »Dennoch hält sich die reaktionäre, d. h. der Ideologie der Ausbeuter entsprossene Behauptung, dass die Leute von Natur aus faul seien und durch Not zur Arbeit getrieben werden müssten« (Zinn 1999, 136). Zugleich ignoriert die Standardökonomik die bedürfnistheoretischen Einsichten Gossens, auf dessen Ansichten sie ansonsten immer gerne zurückgreift: Gossen nimmt ein natürliches Arbeitsbedürfnis an (Zinn 1999, 134). Diese Annahme verträgt sich aber überhaupt nicht mit der standardökonomischen Konsum- und Arbeitsangebotstheorie, denn sie würde ihre fundamentale Unterscheidung zwischen Bedürfnissen, die über Konsum befriedigt werden, und Arbeit, die als Instrument für Konsum und Bedürfnisbefriedigung begriffen wird, (zumindest teilweise) aufheben. Das angebliche Instrument (die Erwerbsarbeit), mit dem der Haushalt auf dem Umweg der Einkommenserzielung das Instrument der Bedürfnisbefriedigung (den Konsumgüterkauf) produziert, würde dann selber zum Bedürfnis. So brähe dieser ökonomistische doppelte Instrumentalismus auf und öffnete beide Prozesse – Arbeiten und Kaufen – einer Option des Haushalts, sie als Instrument *und/oder* Zweck zu werten.

ein Selbstwert sein kann und in sehr vielen Fällen typischerweise (nicht nur, aber auch) ist.¹⁰⁷

Viertens verfehlt die traditionelle Standardkonsumtheorie die Charakteristik des Konsums und des Handelns im Privathaushalt, indem sie Haushalt und Konsum grundsätzlich nach dem Modell des Unternehmens und unternehmerischen Handelns konzipiert (vgl. Tschammer-Osten 1973, 71 f.). Handeln wird in beiden Fällen als rationales modelliert, Konsumhandeln nach seinem Rationalitätsgrad typisiert und die standardkonsumtheoretische Analyse auf die monetären Bestimmungsgründe des Konsums beschränkt, während sich die Neue Haushaltsökonomik nur für Optima der Zeitallokation im Haushalt interessiert.¹⁰⁸ Sowohl die traditionelle Konsumtheorie als auch die Neue Haushaltsökonomik sprechen den Prozessen der Konsumententscheidung bzw. der haushaltlichen Konsumproduktion jeden Eigenwert ab, so wie auch unternehmerische Produktionsprozesse nur Mittel zum Zweck der Güterherstellung sind, die selbst wieder nur als Mittel zum Zweck der Gewinnerzielung dient. Produktion, ob im Unternehmen oder im Haushalt, ist Instrument, sonst nichts.¹⁰⁹ Auch die Zielvorstellungen von Haushalten und Unternehmen werden in der Denkfigur der Maximierung parallelisiert (vgl. 5.2.2.2). Die Universalisierung der ökonomischen Analyse ebnet schließlich die Unterschiede der Handlungsbereiche Unternehmen und Haushalt völlig ein. Haushalte werden dann zu Betrieben, die Arbeitskraft im weitesten Sinne hervorbringen und be-

107 Gegenüber der traditionellen Mikroökonomik muss es aber als Fortschritt betrachtet werden, dass die »Hausarbeit« in Form der Haushaltsproduktion *überhaupt* Eingang in die ökonomische Analyse findet. Insofern entzieht sich ausgerechnet das Becker-Konzept – zumindest in Teilen – der feministischen Kritik, nur der Erwerbsbereich sei »der Topos der Wirtschaftswissenschaften« und das unterschlage »seine Voraussetzungen im Sinne der gesellschaftlichen Reproduktion durch Austauschformen, die *nicht* marktvermittelt sind und auch nicht durchgängig als solche einer Marktlogik unterworfen werden können« (Regenhard 1998, 121). Becker und andere Vertreter/innen der Neuen Haushaltsökonomik integrieren den Nicht-Erwerbsbereich aber gerade dadurch, dass sie ihm die gleiche *universale* Logik der Wahlhandlungen unterstellen, die *auch* für Entscheidungen von Unternehmungen angenommen wird. Aber die Austauschformen *im* Haushalt werden damit noch nicht der *Marktlogik* unterworfen. Die oft kritisierte »Scheinidentität von Arbeit und Erwerbsarbeit« (Regenhard 1998, 121) wird durch die explizite Berücksichtigung von Konsumproduktionsarbeit im Haushalt zumindest erheblich relativiert.

108 Vgl. Luckenbach 1975, 13; Streissler/Streissler 1966, 14.

109 Daran müssen standardökonomische Ansätze schon aus methodischen Gründen festhalten, denn ob ein Konsumproduktionsprozess »Instrument« oder »Selbstzweck« ist, kann man ihm von außen nicht ansehen und deshalb nicht objektiv feststellen. Ließe man beide Alternativen zu, würde man methodisch darauf »zurückgeworfen«, die realen Konsumentenproduzenten befragen zu müssen.

reitstellen und die für die eigene, unmittelbare Bedarfsdeckung und Bedürfnisbefriedigung produzieren (vgl. Piorkowsky 1997, 82).

Gerade die Haushaltsproduktionstheorie verwischt einen wesentlichen Unterschied zwischen Haushalten und Unternehmen, der sich an der Frage des »Fremdbezugs« und der »Eigenerstellung« von Gütern (einschließlich Dienstleistungen) besonders gut zeigen lässt: die besondere Bedeutung des Eigenwerts der Eigenerstellung im privaten Haushalt (vgl. 6.3.3.3). Für Unternehmen kann diese Frage überwiegend unter Anwendung von Kosten-Nutzen-Kalkülen, zu denen auch Macht- und Kontrollaspekte zählen, entschieden werden. Dagegen ist haushälterisches Handeln »immer Arbeit und Fürsorge zugleich«; als »Handeln in personaler Verantwortung kann [es] nicht eingekauft werden« (Schweitzer 1991, 136; Hervorh. RH). Dieser Unterschied ist in der Perspektive einer ökonomistischen Zweck-Mittel-Relation überhaupt nicht fassbar. Aber auch einzelne Konsumhandlungen können nicht ohne Rücksicht auf die sie ausführenden Akteure betrachtet werden. Ökonomisch wäre zu unterscheiden zwischen den Konsumhandlungen, die beliebig haushaltsintern oder haushaltsextern vollzogen werden können, und denen, die mehr oder weniger an die Mitglieder des Haushalts gebunden sind, die nicht durch externe Akteure substituiert werden können. Diese Unterscheidung lässt sich nur überzeugend erklären, wenn man soziale und insbesondere kulturelle Aspekte berücksichtigt. Denn die Situationen, in denen sich die Konsumakteure im Haushalt befinden, sind bereits vor ihren Entscheidungen und vor ihrem Handeln sozial definiert. Mehr noch, es ist sozial vorgängig festgelegt, in welchen Situationen überhaupt individuelle Wahlentscheidungen zu treffen sind und in welchen nicht oder nur unter besonderen Voraussetzungen, welche Situationen in die Konsumsphäre gehören, welche sich dem konsumtiven Zugriff grundsätzlich entziehen und welche davon unter bestimmten Voraussetzungen wie Konsum behandelt werden können.

Nach vorgängigen sozial-kulturellen Mustern unterscheiden private Haushalte etwa zwischen »beziehungsneutralen« Handlungen oder Gütern, die, je nach konkreten Bedingungen, mehr oder weniger problemlos von Externen marktförmig bezogen werden können, wie etwa Kleidungsstücke oder Wohnungsreinigung, und »beziehungsrelevanten«, für die eine Externalisierung aus Sicht des Haushalts in aller Regel sozial und/oder individuell auf Grund bestimmter Wertvorstellungen grund-

sätzlich ausgeschlossen bleibt. Dazu können beispielsweise Handlungen wie begleitete Theaterbesuche, Gespräche, Tröstung bei Trauer, Zärtlichkeit oder Sexualität gehören, die sämtlich als zu kaufende Dienstleistungen bezogen werden könnten. Dabei sind bestimmte Externalisierungen so hoch sanktioniert, dass sie zur Auflösung des Haushalts führen würden und deshalb für den Haushalt nicht verfügbar sind.¹¹⁰ Hinzu kommt, dass die Produktionsprozesse selbst von den Haushaltsmitgliedern *erlebt* werden und sich deshalb mit Veränderungen im Fremdbezug-Eigenfertigungs-Mix auch die Lebensqualität und das Konsumerleben im Haushalt verändern. Anders als von der Unternehmenstheorie und der Haushaltsproduktionstheorie unterstellt, können die haushaltlichen »Produktionsprozesse« nicht rein instrumentell betrachtet werden, sondern haben einen prozessbezogenen Eigenwert.

Weiter muss danach differenziert werden, welche haushaltlichen Konsumhandlungen sich grundsätzlich einer Monetarisierung verschließen, etwa indem die jeweiligen Akteure in Geld entlohnt werden, und welche nicht (vgl. Douglas/Isherwood 1996/1979, 37 f.). Empirische Analysen zur Soziologie des Geldes weisen klare Zuordnungsregeln von Geldkategorien (Geschenk, Anspruch, Entschädigung) einerseits und der Qualität von sozialen Beziehungen andererseits sowie recht differenzierte Muster der Geldverwendung nach (Zelizer 1996). Im Übrigen könnten auch soziologisch desinteressierte MikroökonomInnen schon aus ihrem Alltagswissen heraus erkennen, dass es Regeln dafür gibt, ob Konsumhandlungen oder Haushaltsproduktionsprozesse unter Haushaltsmitgliedern monetär vergolten werden können oder nicht. In der Regel ist eine monetäre Entlohnung nicht nur ausgeschlossen, sondern erscheint geradezu als absurd und Indiz für Auflösungserscheinungen, weil sie das Prinzip der Reziprozität und der besonderen Solidaritäts- und Gefühlsbeziehung unter den Haushaltsmitgliedern fundamental in Frage stellt. Eine außergewöhnlich schöne Tischdekoration, ein besonders gutes Essen oder eine pfiffige Kombination von Kleidungsstücken für die Jüngsten sind nicht monetär vergütungsfähig, die Gartenarbeit der Kinder dagegen schon.

110 Die Grenzen zwischen »erlaubter« und »ausgeschlossener« Externalisierung sind einerseits durch herrschende Haushalts- und Beziehungsmuster sozial bestimmt, können andererseits in Haushalten zwischen deren Mitgliedern verhandelt werden. Fremdbezug oder Eigenfertigung können aber in der Regel nicht, wie etwa im Unternehmen, hierarchisch vorgeschrieben werden.

Diese Unterscheidungen zwischen externalisierbaren / nicht externalisierbaren und monetarisierbaren / nicht monetarisierbaren Konsumhandlungen bezeichnen ökonomische Grenzen, die unterschiedliche Sphären des Haushaltshandelns konstituieren. Diese Grenzen zwischen Markt und Haushalt und zwischen Geld und personaler Reziprozität, die nicht in Geld abgegolten werden kann, müssen – auch und vor allem – ökonomisch beschrieben und erklärt werden.

4.2 Akteure und Maximen

4.2.1 Individuum und Rationalität

Innerhalb der Standardökonomik werden zwei Perspektiven auf den privaten Haushalt eingenommen. Die Theorie rationaler Nachfrage betrachtet ihn als Subjekt, aus dessen Handeln sich das Gesetz der Nachfrage logisch ableiten lässt, die Makroökonomik sieht ihn als statistisch konstruierten Repräsentanten der Gesamtheit der Haushalte einer Volkswirtschaft (Streissler 1974, 2). Die Marktforschung bezieht eine dritte Beobachtungsposition und konzipiert den Haushalt als Zielobjekt für Konsumanreize, mit denen man Kaufakte auslösen kann. Die traditionelle Standardmikroökonomik folgt der ersten Perspektive und definiert als private Haushalte »alle Wirtschaftssubjekte (...), die auf den Faktormärkten Faktorleistungen anbieten und auf den Gütermärkten Konsumgüter nachfragen« (Luckenbach 1975, 11). Kreislauftheoretisch betrachtet stellen Haushalte für die Güterproduktion Produktionsfaktoren zur Verfügung, für die sie Einkommen als Gegenleistung empfangen, das sie ganz oder teilweise für Konsumzwecke ausgeben. Eine Theorie des Haushalts umfasst nach dieser Vorstellung eine Theorie des Faktorangebots und eine Theorie der Konsumgüternachfrage (Konsumtheorie), die zugleich eine Theorie der Einkommensverwendung liefert (Luckenbach 1975, 12 f.). Enger und treffender bezeichnet Monika Streissler die Theorie des Haushalts als reine Nachfragetheorie (Streissler 1974). Weiter geht der Ansatz der New Home Economics; er versucht, in einer allgemeinen Theorie des Haushalts alle seine Aktivitäten (Konsum, Arbeitsangebot, Humankapitalbildung, Zeitallokation) simultan zu erklären (Luckenbach 1978, 230 f.).

Im Zusammenhang unserer Fragestellung interessiert nur der konsumtheoretische¹¹¹ Strang der Haushaltstheorie; den angebotstheoretischen Aspekt blende ich hier aus. In konsumtheoretischer Perspektive wird der Haushalt zum Ort der letzten Nachfrage (Tschammer-Osten 1973, 71). Die Haushaltstheorie wird zur Nachfragetheorie, die ein partielles Haushaltsgleichgewicht (Nachfragegleichgewicht) unabhängig davon analysiert, ob und welche Angebotsaktivitäten der Haushalt entfaltet (Luckenbach 1978, 212).¹¹² Der Haushalt wird definiert als »ein Wirtschaftssubjekt, das Bedürfnisse hat, die es durch den Konsum von Gütern befriedigen kann. Die Güter muss er auf den Gütermärkten nachfragen und dafür einen Preis entrichten« (Böventer/Illing u. a. 1997, 45). Die Theorie der Haushaltsnachfrage arbeitet in der Regel mit statischen Modellen, weil diese einfach zu handhaben sind und aus Sicht der Standardökonomik bereits befriedigende Erklärungen liefern.¹¹³

Das mikroökonomische Alternativkostenkonzept kommt ganz ohne explizite Definition des Konsumenten aus. Da seine Vertreter nach universalen Verhaltensmustern suchen und dafür einen allgemeinen Erklärungsansatz entwickeln wollen, konzipieren sie Konsum – wie andere ökonomische Aktivitäten auch – als Entscheidungsproblem mit den drei Elementen Handlungsalternativen, Präferenzen, Verhaltensregel, um zu zeigen, dass *auch* der Konsum von den Alternativkosten (Preisen) abhängt (Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 37, 141). Dabei können sich allerdings unterschiedliche Zusammenhänge ergeben, je nachdem, ob die Konsumnachfrage funktionalen, nicht-funktionalen (Mitläufertum, Snobismus, Prestige)¹¹⁴ oder spekulativen Motiven entspringt.¹¹⁵

Die Standardökonomik betrachtet den privaten Haushalt »als die Entscheidungs- und Verwendungseinheit eines oder mehrerer Einkommen« (Streissler 1974, 5).¹¹⁶ Er wird aus modelltechnischen Gründen als homogener »kollektiver« Akteur modelliert, sodass man davon absehen kann, dass er real oft aus mehreren Individuen mit vielleicht kon-

111 Das umschließt sowohl die traditionellen Ansätze zur Güternachfrage des Haushalts als auch die modernen der konsumtiven Haushaltsproduktion.

112 Ansätze des totalen Haushaltsgleichgewichts bestimmen dagegen das Gleichgewicht für die Nachfrage- und Angebotsaktivitäten des Haushalts simultan (Luckenbach 1978, 212).

113 Vgl. Luckenbach 1978, 178. Das Arbeitseinkommen des Haushalts bleibt dabei exogen; in der Arbeitsangebotstheorie werden Arbeitszeit und Arbeitseinkommen endogenisiert. – Die dynamische Theorie des haushaltlichen Kapitalangebotes führt ihre Analysen unter Berücksichtigung der physikalischen Zeit durch, sodass der Haushalt seine Konsumausgaben bei exogenem oder endogenem Arbeitseinkommen auf die Zeit verteilen kann (intertemporale Allokation des Konsums) (Luckenbach 1978, 179).

fligierenden Interessen besteht.¹¹⁷ Im traditionellen Modell wird dem Haushalt eine pareto-optimale Binnenverteilung zugeschrieben (Seel 1997, 77). Dazu unterstellt man entweder, dass nur ein Haushaltsmitglied Markentscheidungen trifft (z. B. Luckenbach 1975, 11), oder, dass die Sorge um das Wohlergehen aller Mitglieder, deren freiwillige Einigung und die Abwesenheit von Macht für den Haushalt charakteristisch ist:

»Für die Haushalte muss (und wird im Folgenden) unterstellt werden, dass eine Einigung unter den Mitgliedern erzielt worden ist in dem Sinne, dass einer für alle (oder für einen klar abgegrenzten Teilbereich) spricht bzw. entscheidet. Man kann allgemein von der Sorge um das Wohlergehen der Familienmitglieder und somit davon ausgehen, dass der Haushalt jeweils das ihm am günstigsten erscheinende Gütersortiment auswählen wird, welches er mit dem ihm zur Verfügung stehenden Budget kaufen kann« (Böventer/ Illing u. a. 1997, 12).¹¹⁸

Becker konstruiert einen speziellen altruistischen Akteur, das fürsorgende Oberhaupt der Familie, dem das Wohlergehen der anderen Mitglieder wichtig ist. Deshalb geht dieses als Argument in seine Nutzenfunktion ein (Becker 1982/1974, 295):

»Das Oberhaupt maximiert eine Nutzenfunktion, in die der Konsum aller Familienmitglieder eingeht, in Abhängigkeit von einer Budgetrestriktion, die durch das Familieneinkommen und den Familienkonsum festgelegt ist. (...) Die »Familien«-Nutzenfunktion ist identisch mit der (...) des Oberhauptes, weil seine Sorge um das Wohlergehen der anderen Mitglieder gewisser-

114 Die Unterscheidung funktional / nicht funktional ist äußerst voraussetzungsvoll und problematisch. Denn sie stellt implizit auf einen objektiv-materialen Gebrauchswert ab, der ein Objekt geeignet macht, bestimmte konsumtechnische Funktionen zu erfüllen, und unterscheidet diesen von einem symbolischen Gebrauchswert, der sich überwiegend auf die soziale Funktion des Konsumgutes oder Konsumtionsprozesses richtet. Die Gültigkeit dieser Unterscheidung wird von Teilen der Konsumforschung vehement bestritten; dagegen wird die Vorstellung einer Dominanz des Symbolwertes gesetzt. Baudrillard betont (1988, 31): »(...) the relation of the consumer to the object has consequently changed: the object is no longer referred to in relation to a specific utility, but as a collection of objects in their total meaning.« Man sollte sich mit der konsumsoziologischen These, dass Konsumgüter vor allem Kommunikatoren in einer Zeichenkultur sind (vgl. Featherstone 1991, 53–55), konsumökonomisch zumindest auseinander setzen, ohne dabei gleich jeden funktionalen Gebrauchswert bestreiten zu müssen.

115 Vgl. Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 149.

116 Damit behandelt sie ihn strukturell gleich zum Unternehmen, das ebenfalls als intern homogen gedacht wird.

117 So z. B. Wagner 1997, 89; zum Referenzsystem Haushalt vgl. Seel 1997, 66–71.

118 Interessant ist hier, dass die Rationalität oder das Maximierungsverhalten an die »Sorge um das Wohlergehen« der anderen geknüpft wird, z. B. in der Fiktion des liebenden Familienoberhauptes (Becker 1982/1974 und 1982/1976; vgl. zur Diskussion Schlösser 1992, 111–114).

maßen die Nutzenfunktionen aller Mitglieder in eine einzige konsistente »Familien-Funktion integriert.« Das »Oberhaupt internalisiert *automatisch* die »externen« Effekte seiner Handlungen für andere Familienmitglieder« (Becker 1982/1974, 301 u. 299; Hervorh. RH).

Becker weist nach, dass dieser Altruist durch sein fürsorgendes Verhalten sogar bewirkt, dass sich die egoistischen Mitglieder heuchelnd so verhalten, als ob sie Altruisten seien (Becker 1982/1976, 323–326).

Welche dieser Begründungen auch immer man wählt, sie erlauben es, in standardökonomischen Analysen die Begriffe Privathaushalt und Konsument¹¹⁹ synonym zu verwenden und Verteilungsprobleme auszublenzen.

Die standardmikroökonomische Haushaltstheorie bemüht sich seit Gossen, Jevons und Menger auf unterschiedlichen Wegen darum, den privaten Haushalt strukturgleich zum erwerbswirtschaftlichen Unternehmen zu konzipieren.¹²⁰ Im Zentrum des Interesses stand und steht dabei das Erkenntnisinteresse der Preistheorie, die Bestimmungsgründe der Nachfrage auf der Grundlage des standardökonomischen Paradigmas zu analysieren.¹²¹ Insofern stellt sich schon aus paradigmapolitischen Gründen die theoretische Aufgabe, auch den – wirtschaftlich und ideologisch wichtigen – Bereich des Konsums des privaten Haushalts diesem Paradigma zu subsumieren. Nur wenige mikroökonomische Haushaltstheoretiker/innen bestehen dagegen auf grundsätzlichen Unterschieden zwischen Haushalt und Unternehmen (z. B. Streissler 1974, 17). Bis zur Entwicklung und Verbreitung der Neuen Haushaltsökonomik begreift man den Haushalt allgemein als reine Verbrauchswirtschaft, die Unternehmung als reine Produktionswirtschaft.

119 Lancaster (1991, 236) definiert den Konsumenten etwas sehr unverbindlich als »grundsätzlich jedes Individuum einer Volkswirtschaft, das in seiner Rolle als *Mensch* bestimmte Bedürfnisse und Ziele zu verwirklichen sucht«.

120 Vgl. Neumann 1994, 259. Die Neue Institutionenökonomik im neoklassischen Paradigma hat allerdings ein neues Verständnis des Unternehmens als ein System relationaler Verträge entwickelt. Man müsste prüfen, ob man entsprechend auch private Haushalte als ein System impliziter relationaler Verpflichtungen oder Verträge verstehen könnte; zur kontrakttheoretischen Perspektive auf das Problem der Verbindlichkeit familialer Vereinbarungen vgl. z. B. Ott (1997, 55–57). Kaas (1994, 247–249, 255) sieht vor allem in der Ökonomik der Information (hier z. B. strukturelle Unsicherheiten, Informationsasymmetrien) und der Transaktionskosten (hier z. B. Opportunitätskosten der Zeit, Transaktionsnutzen, Auswirkung des Unterschiedes Austauschgüter – Kontraktgüter) Ansätze, mit denen man das Konsumentenverhalten »realistischer« im Sinne von »differenzierter« konzipieren kann.

121 Vgl. Luckenbach 1975, 15; Tschammer-Osten 1973, 71.

Trotz dieser scharfen Funktionstrennung unterstellt man aber, dass die *Entscheidungen* in beiden ökonomischen Institutionen dem gleichen *Rationalprinzip* des homo oeconomicus gehorchen. Gemeinsam mit der Klassik geht auch die Standardökonomik davon aus, dass alles ökonomische Handeln dem individuellen Selbstinteresse der Akteure dient (Schweitzer 1991, 67). »Rationalverhalten ist der bewusste und überlegte (reflektierte) Einsatz von Mitteln zur Erreichung von Zielen unter bestmöglicher Verwertung verfügbarer Information« (Streissler/Streissler 1966, 17). Die moderne Variante der Rationalität ist bekanntlich sehr sparsam; ihr reichen die beiden Bedingungen der Transitivität (wenn $A \succ B$ und $B \succ C$ dann $A \succ C$) und der Konsistenz (unter gleichen Bedingungen immer gleiche Wahl) des Handelns, um es als rational zu bewerten.¹²² In der Regel wird eine absolute Mengenpräferenz in Form einer Maximierungsannahme oder ein Nichtsättigungsaxiom hinzugefügt, nach der eine größere Menge eines Gutes einer kleineren immer vorgezogen wird.¹²³ Die ältere Variante des Rationalverhaltens hat dagegen die Form der *Nutzenmaximierung* (Luckenbach 1980, 301).

Konsumenten treffen rationale Entscheidungen, um Güter über den Markt zu beschaffen, und verfolgen dabei das Ziel, Nutzen zu erzielen und ihren subjektiven oder subjektiv erwarteten Nutzen zu maximieren.¹²⁴ Konventionelle Ansätze, die den Konsum als Marktentnahme verstehen, setzen also die Maximierungsmaxime. Dabei wirken das Güterangebot, besonders die Güterpreise, und das Haushaltseinkommen als Restriktionen. Die starke Preis- und Einkommensabhängigkeit des (Konsum-)Handelns erscheint als die »beste rein pragmatische Umschreibung« des ökonomischen Rationalitätsbegriffs (Streissler/Streissler 1966, 17). Den Extremfall von Rationalhandeln verkörpert die Figur »des täglich neu geborenen, individualistischen ›Rechenautomaten« (S. 18).

Die Maximen, nach denen Unternehmung und Haushalt aus standardökonomischer Sicht handeln, gleichen sich. Parallel zum unbegrenzten Gewinnstreben des Produzenten konstruiert die Grenznutzenschule ein unbegrenztes Genussstreben des Konsumenten (Tschammer-Osten 1973, 72). Diese Parallelisierung der Zielsetzungen von Unter-

122 Vgl. Böventer/Illing u. a. 1997, 59 f.

123 Vgl. z. B. Feess 1997, 191 f.

124 Vgl. z. B. Streissler 1974, 24; Wagner 1997, 87.

nehmung und Haushalt prägt die traditionelle Standardmikroökonomik tief greifend.¹²⁵ Die unternehmerische und die konsumatorische Handlungsmaxime werden beide unter Anwendung des Rationalprinzips verfolgt. Das bedeutet grundsätzlich, dass die Akteure Gewinn bzw. Genuss maximieren und dass von ihnen erwartet wird, dass sie dies auch tun sollen: »Essentially, the consumer is treated as a self-employed firm which seeks to produce utility as cheaply as possible and makes demands for inputs according to their prices« (Fine 1995, 128).

Mit der konzeptionellen Kopplung von Konsum an Nutzen(maximierung) und an Konsumgüter stellt die traditionelle Haushaltstheorie den Konsum in eine Doppelbeziehung: Konsum bezieht sich danach zum einen *als Gütererwerb* auf die Institution Markt und indirekt auf die Organisation Unternehmung, zum anderen *als Nutzenerwerb*¹²⁶ auf die Organisation Haushalt.

Man kann unterschiedliche Formen des Rationalprinzips nach den zur Beurteilung verwendeten oder normativ vom Akteur verlangten Kriterien konstruieren. Seine strengste Form, die *materiale* oder substanzielle *Rationalität*, verlangt, nicht nur das Verfahren, mit dem ein Konsumziel verwirklicht wird, sondern auch das konsumtive Zielsystem selbst auf seine Rationalität hin zu überprüfen; dies wird mehrheitlich als unwissenschaftlich betrachtet, weil das nicht wertfrei zu leisten sei (Raffée 1969, 45). Mit der *formalen Rationalität* wird nur die Art und Weise der Zielverwirklichung bewertet; wählt man dafür objektive Kriterien, etwa die gegebenen Marktpreise für ein Konsumgut, spricht man von *objektiv-formaler* Rationalität, nimmt man dagegen subjektive Kriterien, etwa die vom einzelnen Konsumenten wahrgenommenen Marktpreise, nennt man das *subjektiv-formale* Rationalität (Raffée 1969, 45 f.). Diese Variante entspricht etwa Herbert Simons Konzept der beschränkten Rationalität (bounded ra-

125. Allerdings gibt es auch reflektiertere Positionen (das Reflexionspotenzial geht dann allerdings im Prozess der weiteren Modellkonstruktion meist unter). Beispielsweise betonen Streißler/Streißler (1966, 18): »Bei dem hohen Maß an historischer und personeller Umweltgebundenheit des Menschen erkennt man unschwer seine [des Rationalverhaltens im Sinne eines Rechenautomaten, RH] begrenzten Anwendbarkeit für die Erklärung des Konsums. Rationalverhalten darf schließlich überhaupt *nicht als naturgegebene* Reaktionsweise des Menschen betrachtet werden, sondern ist vielmehr nach Art und Ausmaß *kulturbedingt* und somit wandelbar. Andererseits darf aber auch nicht seine Verstärkung durch soziale Einflüsse übersehen werden.«

126. Zur Kritik vgl. Becker, der vor allem bemängelt, dass unklar bleibe, »ob der Nutzen aus dem Erwerb, dem Besitz oder dem Gebrauch der gekauften Sache abgeleitet wird« (1982/1973, 153).

tionality), nach dem Akteure auf Grund ihrer unzureichenden Problemlösungsfähigkeiten nach zufrieden stellenden, nicht nach maximalen Lösungen suchen (Simon 1957); aus *maximizing man* wird so *satisficing man*.¹²⁷

Eine radikale Variante des Konzeptes der subjektiv-formalen Rationalität interpretiert jedes zielkonforme Verhalten als rational und unterstellt für jedes reale Verhalten ein ihm entsprechendes Ziel (Raffée 1969, 46). Danach gilt *alles* menschliche Verhalten als rational, oder es kann als rational interpretiert werden, sodass sich die Unterscheidung rational / nicht rational auflöst.

Nach Umfang und Intensität des Entscheidungsprozesses oder dem Reflexionsgrad des Handelns kann man schließlich *subjektiv-formales Rationalverhalten im engeren Sinn* definieren, das echte Entscheidungen im Sinne eines vernünftigen, die verfügbaren Alternativen aktiv einschätzenden, abwägenden und ordnenden Kalküls umfasst (Planungshandeln oder Wahlhandlung).¹²⁸ Subjektiv-formales Rationalverhalten *im weiteren Sinn* dagegen meint »jedes bewusste Handeln, das auf die subjektiv günstigste Art und Weise einer bestimmten Zielverwirklichung dienen soll« (Raffée 1969, 47); dazu gehören auch Formen des habituellen, soweit es Kosten sparend ist, und des spontanen Konsumhandelns, soweit es durch bewussten Verzicht auf rationales Kalkül entsteht (S. 48–51). Als nicht mehr subjektiv-formal rational werden nur das Zufallshandeln, das aus einer Indifferenzsituation des Konsumenten gegenüber möglichen Alternativen resultiert, sowie das reine Affekthandeln ausgeschlossen (S. 55).

Die standardökonomische Konsumtheorie interpretiert die Rationalitätshypothese oft in der schwachen Form, dass sich der Konsument in

127 Vgl. die Diskussion bei Erzionì 1996, 202–208. Eine empirische Anwendung von Modellen einer »bounded rationality« auf die individuelle Verkehrsmittelwahl findet sich bei Lüdemann 1997.

128 Diese Art von Rationalität entspricht etwa Simons Verwendung des Begriffs *substantielle Rationalität*, den er als (ökonomische) Rationalität im Sinne einer vollständigen und vollkommenen Wahlhandlung bei vollständiger Information, korrekter individueller Wahrnehmung und perfekter Anpassung des Akteurs an die Handlungssituation versteht. Davon grenzt Simon *prozedurale Rationalität* ab, die er als (psychologische) prozessbezogene Rationalität im Sinne der Qualität eines Problemlösungsprozesses unter den Bedingungen begrenzter Information, begrenzter individueller Informationsverarbeitungskapazitäten und regelmäßig nicht maximalen Lösungen konzipiert (vgl. z. B. Simon 1978); diese Fassung liegt nahe bei Raffées subjektiv-formalem Rationalverhalten i. w. S. Simon hält Akteure für zu substanzieller Rationalität nicht *fähig*: »No matter how hard they try, their thinking capacities are not anywhere near a match for the complexity of the situations they have to cope with« (Simon 1986, 23).

gleichartigen Situationen gleich verhält (Konsistenzhypothese).¹²⁹ Diese Regelmäßigkeit ergibt sich aus der Unterstellung stabiler Bedürfnisstrukturen oder Präferenzen. Die ältere Version geht von der Annahme der Nutzenmaximierung aus, dass »ein Haushalt über die Verwendung seiner Mittel so entscheidet, dass er aus diesen über die jeweils betrachtete Periode den *maximalen Nutzen*, den größten bei seinem Informationsstand möglichen Beitrag zu seiner Wohlfahrt zieht« (Streissler 1974, 14). Er entscheidet sich also so, dass er »das höchstmögliche ökonomische Sättigungsniveau erreicht« (S. 15). Eine objektiv-formale Rationalität können allerdings nur die Unternehmer erreichen, da man ihre Produktionspläne anhand des Kriteriums Gewinn bewertungsunabhängig vergleichen und bewerten kann (genau genommen ist eine objektive Feststellung des ökonomischen Erfolges erst nach der Auflösung des Unternehmens möglich¹³⁰). Haushalte dagegen realisieren »nur« eine subjektiv-formale Rationalität, denn ein eigenständiges, vom Bewerter unabhängiges Kriterium der Entscheidung wird nicht sichtbar (Böventer/Illing u. a. 1997, 142).

Die Standardökonomik überträgt also das von den Klassikern ursprünglich für den Produktionsbereich entwickelte Rationalprinzip auf den Konsum (Wiswede 1973, 42 f.). Durch »diese Fiktion wurde es möglich, die ursprünglich für den Bereich der Unternehmung nach dem Vorbild der Naturwissenschaften entwickelten mechanistischen Vorstellungen auch auf den Bereich des privaten Haushalts zu übertragen« (Tschammer-Osten 1973, 71). Damit können Angebot und Nachfrage auch modelltechnisch-formal in ein gemeinsames, mathematisch darstellbares Gebäude integriert werden. Darüber hinaus kann die Nachfrage des Konsumenten theoretisch von seinen Bedürfnissen losgelöst werden. An die Stelle der Bedürfnisse tritt die formale Nutzenmaximierung (und später nur noch die Präferenz; vgl. 5.3.1). Ganz ähn-

¹²⁹ Vgl. Luckenbach 1975, 17. Dadurch wird ein methodisch unverzichtbarer Effekt erreicht: jeder Konstellation von Verhaltensdeterminanten können eindeutige Verhaltensfolgen funktional, kausal oder final zugeordnet werden (Luckenbach 1975, 17).

¹³⁰ In einer wirtschaftssoziologischen Analyse weist Reinhard Strangmeier diese *prinzipielle Unbestimmtheit des ökonomischen Erfolges* nach: »der ökonomische Erfolg (...) ist unbestimmt (...) in dem Sinn, dass, auch wenn alles gut geht, der wirkliche Erfolg erst dann feststeht, wenn die Unternehmung aufgelöst ist, alle Rechnungen bezahlt und alle Forderungen eingegangen sind« (Strangmeier 2000, 350). Entscheidend für die Unbestimmtheit des Erfolges ist die logische Unvereinbarkeit von vergangenheits- und zukunftsorientierten Wertansätzen; in bilanztechnischen und betriebsprüferischen Verfahren wird die Unbestimmtheit so bearbeitet, dass sie den Beteiligten unsichtbar wird (S. 352).

lich werden die Ziele und Aktivitäten des Produzenten theoretisch – und praktisch – von seinen Bedürfnissen losgelöst und nur an der Gewinnmaximierung orientiert.¹³¹

Diese Parallelisierung von Unternehmung und Privathaushalt¹³² theoretisch voranzutreiben und so ein haushaltstheoretisches Gegenstück zum Gewinn zu prägen, versucht die Theorie der kardinalen Nutzen (vgl. 5.2.1). Sie behauptet, die Nutzenunterschiede könnten kardinal gemessen werden, d. h. die Präferenzskala wird als Kardinalskala gedacht. Dieser Versuch gilt allerdings nach Auffassung einer breiten Mehrheit von Ökonomen als gescheitert oder zumindest nicht lohnenswert, da eine ordinale Messbarkeit von Nutzenunterschieden für die Theorie der Nachfrage unter der Bedingung von Sicherheit ausreiche (Streissler 1974, 29). Deshalb hat sich die traditionelle Standardmikroökonomik auf das Konzept des ordinalen Nutzens zurückgezogen, das die Präferenzskala des Haushalts als nur ordinal geordnet denkt. Sie hält allerdings für den Haushalt weiter am Nutzenmaximierungsziel im Sinne eines Maximums an erreichter Bedürfnisbefriedigung fest.¹³³ Grundsätzlich gehen in der älteren haushalts- oder nachfragetheoretischen Literatur Rationalprinzip und Nutzenmaximierungsregel ineinander auf. Später wird die Maximierungsannahme mehrheitlich aufgegeben und Rationalität auf Konsistenz reduziert (Luckenbach 1980, 301).

So verabschiedet sich etwa die behavioristische Version der ordinalen Nutzentheorie von der Nutzenmaximierung und unterstellt nur noch Rationalität in Form eines *widerspruchsfreien* Konsumentenverhaltens (Samuelson 1938)¹³⁴; ich komme darauf im Abschnitt 5.2 zurück. Die Konsistenzannahme unterstellt, dass der Haushalt eine Präferenzordnung bilden kann, die die möglichen Güterbündel (Konsumpläne) nach der Rangfolge ihrer Erwünschtheit ordnet. Die rationale Entscheidungsregel verlangt nun, dass er aus den möglichen Konsumplänen den

131 Zur Trennung von Produktion und Konsumption vgl. beispielsweise Ulrich 1993, 101–104, 112 f.

132 Vgl. dazu auch Lancaster (1991, 240 f.) zu den Aspekten Konsumgüter als Inputfaktoren und Konsum(produktion) als Faktorkombination, Neumann (1994, 259 f.) zur Strukturähnlichkeit von Produktions- und Nutzentheorie. Vgl. dagegen auch genuin betriebswirtschaftliche Ansätze, die im Rahmen einer nicht nur den Unternehmen und ihren Interessen verpflichteten Einzelwirtschaftslehre auch den Privathaushalt als Betrieb interpretieren, z. B. Nicklisch (1932) und Raffée (1969); einen einführenden Überblick geben Tschammer-Osten (1973, 122–157) und Schweitzer (1991, 116–126).

133 Vgl. z. B. Böventer/Illing u. a. 1997, 13; Luckenbach 1975, 17.

134 Vgl. auch Little 1966/1949; vgl. die Darstellungen bei Luckenbach 1975, 85–97, und Wagner 1997, 94 f.

optimalen Konsumplan auswählt, d. h. den, der auf dem höchsten Rangplatz seiner Präferenzordnung steht. »Mit anderen Worten, der Haushalt wählt unter den Konsumplänen, die er sich bei gegebenem Einkommen und gegebenen Güterpreisen leisten kann, den Konsumplan aus, den er sich am meisten wünscht« (Böventer/Illing u. a. 1997, 56). Wird dieser optimale Konsumplan realisiert, befindet sich der Haushalt in einem stabilen Nachfragegleichgewicht, er kann seine Situation durch weitere Nachfragedispositionen nicht mehr verbessern.¹³⁵

Lancaster unterscheidet grundlegender zwischen Unternehmer- und Konsumentenrolle. Nur den Konsumenten gesteht er zu, dass sie »beliebig exzentrisch sein können«, führt für sie aber sogleich die Konsistenzannahme ein: »sie sind es – so nehmen wir an – in einer *konsistenten* Weise« (Lancaster 1991, 237). Diese widerspruchsfreie Exzentrik, so könnte man Lancasters Konzept des Konsumentenverhaltens nennen, verbindet sich aber ganz traditionell mit der Annahme des Strebens nach Maximierung oder Nutzenmaximierung¹³⁶ (S. 243 f., S. 254). In der Unternehmerrolle dagegen, so Lancaster, werden »die Entscheidungen anhand objektiver Kriterien getroffen« und könnten »im Prinzip mit dem Computer ermittelt werden« (S. 236 f.). Ganz offen begründet er die *methodische* Motivation für die Konsistenzannahme, die frei von jeglichem Interesse an empirisch beobachtbarem Konsumentenverhalten zu sein scheint:

»Denn wenn ihr Verhalten immer so unberechenbar wäre, dass es keinerlei Schlüsse für andere Situationen zuließe, dann hätten wir kein Verhaltensmuster, an dem wir unsere Analyse des Konsumenten orientieren könnten. Folglich können wir exzentrisches Verhalten akzeptieren, solange es sich im Rahmen eines bestimmten Grundmusters bewegt« (Lancaster 1991, 237).

Die Neue Haushaltsökonomik Beckers startet einen weiter gehenden Versuch der Parallelisierung von Haushalten und Unternehmungen. Nicht nur ihre Handlungsmaximen gleichen sich, sondern auch die Unterscheidung Produktion / Konsum wird weitgehend getilgt. Danach sind »Haushalte sowohl Produktionseinheiten als auch Nutzenmaximierer« (Becker 1993/1965, 101). Als Güterproduzenten kombinieren Haushalte »entsprechend den Kostenminimierungsregeln der traditionellen Unternehmenstheorie Marktgüter und Zeit als Inputs«

135 Vgl. z. B. Streissler 1974, 42 f.; Luckenbach 1975, 32–37.

136 Lancaster bezeichnet sie ausdrücklich als eine Als-ob-Annahme; an ihrer Stelle könnte man genau so gut nur mit dem Präferenzkonzept arbeiten (Lancaster 1991, 254).

(S. 128). Gegenüber der weicheren Konsistenzannahme besteht die moderne Haushaltsproduktionstheorie ausdrücklich auf der Maximierungsvorstellung: »Welche Gütermengen produziert werden, ergibt sich durch die Maximierung einer Nutzenfunktion für das Güterbündel in Abhängigkeit von den Preisen und von einer Ressourcenrestriktion« sowie aus technologischen Restriktionen (Becker 1993/1965, 128, und 1982/1973, 157 f.).

Damit hält sich die Neue Haushaltsökonomik zwar an die alte Form der subjektiv-formalen Rationalität. Aber in der neuen ökonomischen Sicht auf das menschliche Verhalten, hier im Haushalt, befreit sie das Maximierungsstreben von jeglicher inhaltlicher Spezifizierung, wie sie etwa in der traditionellen Bindung des Konsumhandelns an Nutzen und dessen Definition über das Motiv des Eigennutzes besteht. Sie reduziert den Nutzenbegriff vollends auf eine sprachliche Hülle, die beliebig gefüllt werden kann: »Die Analyse geht davon aus, dass der einzelne seine Wohlfahrt, *so wie er sie sieht*, maximiert – ob er nun egoistisch, altruistisch, loyal, boshaft oder masochistisch ist« (Becker 1996/1992, 22).

4.2.2 Kritik des Akteurskonzeptes

Die standardökonomische Konzeption des individuellen Akteurs und seiner Handlungsmaximen wird von einer kaum noch überschaubaren Literatur kritisch diskutiert.¹³⁷ In dieser Arbeit kann es nur um die Kritikpunkte gehen, die wesentlich für die Perspektive des Konsumenten und des Konsums sind. Kritisch diskutieren möchte ich hier deshalb besonders das Bild eines homogenen Akteurs Haushalt (4.2.2.1), die Parallelisierung der Akteure Haushalt und Unternehmen (4.2.2.2), die Vorstellung von Rationalität im Konsum (4.2.2.3) sowie die unterstellten Wertmuster des Handelns (4.2.2.4).

4.2.2.1 Homogener Akteur

Die Annahme eines homogenen Akteurs Haushalt ist angesichts der hohen Bedeutung, die Anhänger der Standardökonomik dem methodolo-

¹³⁷ Z. B. Simon 1957; Sen 1977; Weiss 1989; Kärterle 1991; Ulrich 1993 und 1998; Hutter/Teubner 1994; Siebenhüner 1997.

gischen Individualismus zuweisen, und der Vehemenz, mit der sie ihn verteidigen (vgl. 2.1.4), unter inhaltlichen Aspekten höchst erstaunlich.¹³⁸ Wer methodologisch vom Individuum ausgeht, muss auch die Hypothese der *Akteursheterogenität* annehmen:

«Cette hypothèse est d'abord une conséquence logique du postulat d'individualisme méthodologique[:] si la méthode est de partir de l'individu, il en découle une reconnaissance de l'individualité, i[.] e[.] de l'hétérogénéité des agents[.] Paradoxe[:] l'individualisme méthodologique (version néoclassique) fait du comportement individuel le fondement des phénomènes économiques à l'échelle sociale alors que ce comportement est entièrement normatif, pré-structuré, de telle sorte que le multiple n'est qu'une incarnation anonyme et passive de la totalité (ménage, entreprise)[.] Cet individualisme méthodologique-là est un holisme qui s'ignore[:] pas un agent ne dévie de ce à quoi l'astreint la structure» (Rallet 1993, 7).¹³⁹

Zum einen ist es also paradox – nimmt man *das* fundamentale Prinzip der Standardökonomik ernst –, den methodologischen Individualismus mit der Annahme homogener Akteure zu verbinden. Angesichts dieser grundlegenden Paradoxie erscheint es als unzureichend, die Abwendung vom Individualprinzip, die die Haushaltstheorie mit der Homogenitätsannahme vollzieht, allein mit *methodischen* Rationalisierungseffekten zu legitimieren. Zum anderen verfehlt die monistische Akteurskonzeption wesentliche Charakteristika von *konsumbezogenen* Entscheidungsstrukturen und -prozessen in privaten Haushalten.¹⁴⁰ Es dürfte der reale Regelfall sein, dass Haushaltsmitglieder unterschiedliche Konsuminteressen haben, unterschiedliche Prioritäten auf einzelne Kon-

138. Der Teil der modernen Betriebswirtschaftslehre, der sein Selbstverständnis von einem sozialwissenschaftlichen Basiskonzept her begründet, hat einen wesentlich differenzierteren Blick auf den privaten Haushalt als die Standardmikroökonomik entwickelt (vgl. Raffée 1993, 1644–1650). Er fordert geradezu das Gegenteil der mikroökonomischen Position, nämlich die «Einbeziehung der *haushaltsinternen Interaktionen*» im Rahmen eines *sozial-ökonomischen* Konzepts privater Haushalte, weil gerade Familienhaushalte «*zentrale Orte der interaktiven Werte-, Bedürfnis- und Bedarfsgestaltung*» sind (ebd., 1649).

139. «Diese Hypothese ist zunächst eine logische Konsequenz aus dem Postulat des methodologischen Individualismus: Wenn die Methode darin besteht, vom Individuum auszugehen, ergibt sich daraus eine Anerkennung der Individualität, d. h. der Heterogenität der Akteure. Seltsam: der methodologische Individualismus (neoklassische Version) erzeugt aus dem individuellen Verhalten die Begründung für ökonomische Phänomene auf gesellschaftlicher Ebene, während dieses Verhalten ganz und gar normativ und so vorstrukturiert ist, dass das Vielfache nur eine anonyme und passive Inkarnation der Gesamtheit (Haushalt, Unternehmen) ist. Jener methodologische Individualismus ist ein Holismus, der sich selbst ignoriert: kein Akteur weicht von dem ab, wozu ihn die Struktur zwingt.» (Übers. RfH)

sumbereiche setzen, typischerweise ungleichen Zugang zu finanziellen Ressourcen und typischerweise ungleiche Entscheidungsmacht haben, sei es auf Grund von Alter, Geschlecht oder Einkommen (vgl. Jackson/Moores 1995; Seel 1997, 70–81).¹⁴¹ Macht, insbesondere an monetäre Verfügungsgewalt gekoppelte Macht, spielt auch in privaten Haushalten und ihrem Konsum eine wesentliche Rolle. Sie muss also zumindest als intervenierende Variable, wenn nicht sogar als konstitutiv für Konsumentscheidungen – oder einen Teil von ihnen – gelten. Die Standardökonomik dagegen erschleicht die Identifikation von Individualinteressen und haushaltlichen Kollektivinteressen und blendet damit zugleich die Verteilungsfrage aus:

«Mit der mehr oder weniger trickreichen Umwandlung einer individuellen zu einer kollektiven bzw. gruppenorientierten Nutzenfunktion werden genau die Schwierigkeiten unterschlagen, die sich im Prinzip über die Verteilungsfrage stellen. Die Neoklassik führt unter der Hand eine Prämisse ein, die die bisherige nicht nur umwandelt, sondern bedeutungslos macht. Das Prinzip der individuellen Entscheidung wird mit n-ter-Mehrfachentscheidung zum Prinzip der Haushaltsentscheidung gemacht. Die Annahme der *individuellen Nutzenmaximierung* wird bruchlos in die *Nutzenmaximierung des Haushalts* verwandelt.» Hier wird «die andernorts gepriesene Individualität schlichtweg in Kollektivität verwandelt (...), ohne auch nur den Schimmer einer Verteilungsproblematik einzubeziehen» (Regenhard 1998, 129 f.).¹⁴²

140 Vgl. Blosser-Reisen 1976, 89 f.; Pollak 1985; Kirchner 1989, 145–251; Kroeber-Riel/Weinberg 1996, 445–468. Kirchner fordert (1989, 253–256), dass familiäre Kaufentscheidungen sowohl bezogen auf den Familienalltag als auch bezogen auf die Art des Entscheidungsproblems analysiert werden müssen. Dabei kommt es seiner Ansicht nach darauf an, die Eigenheiten der Beziehungsstruktur und Interaktionsdynamik zu klären; die Interaktionsmuster unterscheiden sich nach Beziehungsqualität und Machtgefälle in der Gruppe. Ökonomisch besonders interessant erscheint der Zusammenhang von Beziehungsqualität und (Aus-)Tauschverhältnissen bei Paaren: «Je disharmonischer die Beziehung ist, umso weniger handeln die Partner spontan altruistisch. Die Beziehung wird zu einem «Geschäft». Annehmlichkeiten, die ein Partner bereitet, müssen vom anderen zurückbezahlt werden» (S. 254); das illustriert das Wechselverhältnis zwischen der Erosion der sozialen Beziehungen und deren Ökonomisierung. Ein weiteres Wechselverhältnis ist ökonomisch relevant: Die Qualität des Entscheidungsprozesses wirkt auf den Familienalltag und die Beziehungsqualität zurück (S. 256).

141 Neben den klassischen ökonomischen Ansätzen von Samuelson, der vom Familienkonsens ausgeht, und Becker, der ein altruistisches Familienmitglied unterstellt, gibt es Verhandlungs- und Transaktionskostenmodelle zur Beschreibung und Erklärung der innerfamiliären Allokation und Distribution (vgl. die Darstellung und Diskussion bei Pollak 1985, 598–606). Robert A. Pollak befürwortet einen Transaktionskostenansatz und betont: «The family's role in many economic activities (...) is explicable not in terms of technology but of governance» (S. 605).

142 Aber auch in dieser Hinsicht zeigt sich die bewundernswerte Anpassungsfähigkeit standardökonomischer Theoriebildung, die diese Verteilungsproblematik aufgreifen und verhandlungs- und vertragstheoretisch konzipieren kann (z. B. Ott 1997, 48–57).

Statt den Haushalt als homogene und harmonische Einheit zu betrachten, ist es konsumökonomisch angemessener, ihn als eine Institution der (Um-)Verteilung zu betrachten und einzuräumen, dass Familienmitglieder zwar die gleiche Adresse haben, aber nicht notwendigerweise den gleichen Lebensstandard (H. Graham). Empirisch belegen das etwa die vielfältigen, meist geschlechtsspezifischen Formen asymmetrischer Kontrolle und Verfügungsgewalt über das Haushaltseinkommen (vgl. z. B. Pahl 1990; Wilson 1995).

Vor diesem Hintergrund wirkt die Position Beckers besonders kühn; er bedient sich mit seinem Konstrukt »liebendes Familienoberhaupt« der fiktiven Figur eines *pater ex machina*. Sie wird quasi aus dem Nichts geboren und verfügt »zufällig« über die altruistischen »Erbanlagen«, die notwendig sind, um eine kollektive Nutzenfunktion, deren Maximierung und den harmonischen Ausgleich zwischen den Interessen aller Familienmitglieder unterstellen zu können. Die Funktion, die die unsichtbare Hand der Märkte erfüllt, übernimmt im Haushalt der fiktive *pater familiae*. Völlig ungeklärt bleibt, woher er kommt und wie es – bei interindividuell gleichen Präferenzen! – sein kann, dass sich einer in der Familie so fundamental von den anderen unterscheidet, dass er altruistisch denkt und handelt, während die anderen die ökonomisch einschlägigen Egoisten bleiben.

Abgesehen von diesen problematischen Konstruktionen muss weiter berücksichtigt werden, dass Entscheidungsprozesse in privaten Haushalten typischerweise andere formale und inhaltliche Eigenschaften als solche in Unternehmen besitzen; das trifft schon allein deshalb zu, weil die Mitgliedschaft in beiden Organisationen völlig unterschiedlich begründet und gestaltet wird.¹⁴³ Wenn das zumindest im Durchschnitt stimmt, dann bilden haushaltsinterne Abstimmungs- und Entscheidungsprozesse für marktliche und nicht-marktliche Konsumententscheidungen einen relevanten Faktor, und zwar in einer *grundsätzlich* anderen Weise als die in erwerbswirtschaftlichen Unternehmen. Konsumententscheidungen im Haushalt – und auf Entscheidungen fokussiert die Standardökonomik ja ihr Interesse – können unter der Annahme der Akteurshomogenität mikroökonomisch überhaupt nicht angemessen dargestellt werden.¹⁴⁴ Für ein eigenständiges, mikroökonomisches kon-

143. Hinzu kommt, dass angenommen werden kann, dass aktuelle Entscheidungsstrukturen und -prozesse wesentlich von vergangenen abhängen, die haushaltliche Entscheidung also pfadabhängig ist (vgl. Kirchner 1989).

sumtheoretisches Interesse an der Erklärung von Konsumententscheidungen reicht die traditionsreiche und immer noch gängige Annahme von Akteurshomogenität also nicht aus.

Allerdings überrascht diese standardökonomische Ignoranz gegenüber konsumtheoretisch relevanten Machtasymmetrien im Haushalt insofern nicht, als sie die säkulare ökonomische Tradition fortsetzt, Machtverhältnisse als untypisch zu betrachten und eher zu übersehen (Arndt 1979, 149–170).¹⁴⁵ Außerdem erklärt sich die Standardmikroökonomik als für interne Entscheidungsprozesse in Unternehmen und Haushalten nicht zuständig und überlässt diese Analyse der Betriebswirtschaftslehre (vgl. Kromphardt 1982, 918). Deshalb werden auch Unternehmen mikroökonomisch als homogene Akteure aufgefasst (z. B. Feess 1997, 68). Erst im Gefolge der Neuen Haushaltsökonomik bringen Ökonominnen ein wenig (ökonomistisches) Licht in die black box haushaltlicher Entscheidungsprozesse und weisen z. B. geschlechtsspezifische Asymmetrien und diskriminierende Rückkopplungsmechanismen nach (z. B. Ott 1997).

Standardökonomisch unberücksichtigt bleiben auch Unterschiede in der Art der Entscheidungsfindung. Während Unternehmen in der Regel fast ausschließlich hierarchisch koordiniert werden, herrscht in Haushalten zunehmend das Prinzip der demokratischen oder diskursiven Entscheidungsfindung.¹⁴⁶ Jedenfalls muss man davon ausgehen, dass in privaten Haushalten Entscheidungen über die Form der Entscheidungsfindung unter wesentlich weniger Restriktionen als in Unternehmen möglich sind. Hinzu kommt, dass Haushalte ihre Entscheidungsverfahren nach Konsumbereichen differenzieren (können), da sie gemeinschaftlich zu bestimmende Bedarfssektoren wie etwa Nahrungsmittel, Wohnungseinrichtung, Urlaub oder Automobil von individuell entscheidbaren wie etwa Kleidung, Tonträger oder Freizeitgeräte trennen (Kroeber-Riel/Weinberg 1996, 452–454). Typischerweise treten in Haushalten also kollektive *und* individuelle Abstimmungs- und Entscheidungsprozesse auf, die vielleicht habitualisiert, nicht aber vorrangig hierarchisch, formalisiert und organisiert sind. Entsprechend exis-

144 Das kann man für makroökonomische Analysen und deren Erkenntnisinteressen durchaus anders bewerten.

145 Das ändert sich mit der Anwendung spieltheoretischer Modelle; die blenden allerdings meist die Frage der physischen, expressiven oder instrumentellen Gewalt aus (vgl. Pollak 1985, 600).

146 Vgl. Biesecker 1994, 78–80; Schweitzer 1991, 140.

tieren – zumindest latent – gemeinschaftliche (kollektive) *und* individuelle Budgets sowie haushaltlich-kollektive *und* individuelle Nachfrage. Wieder verfehlt die Standardökonomik durch ihre Art der Modellierung gerade das für private Haushalte Typische und Relevante, nämlich die *Mischung* von Kollektiv- und Individualentscheidungen und damit die Notwendigkeit, Individualinteressen und Gemeinschaftsziele zu einem Ausgleich zu führen.

Es mag sein, dass man all diese Unterschiede unter der Perspektive, ein ökonomisches Gesamtmodell mathematisch konstruieren und analysieren zu können, vernachlässigen kann. Wenn es aber darum geht, eine angemessene Theorie des Konsums zu entwickeln, die einen Anspruch auf Realitätsbezug erhebt, kann man nicht bereits in den Annahmen des Haushaltsmodells dessen charakteristische Merkmale wegdefinieren. Dass dies dennoch geschieht, dient zum einen dazu, den privaten Haushalt formal als einen einheitlichen individuellen Akteur¹⁴⁷ behandeln zu können, zum anderen dazu, den privaten Haushalt parallel zur Unternehmung zu modellieren.

4.2.2.2 *Parallelisierung von Haushalt und Unternehmung*

Zwar kann die Parallelisierung als wesentlicher Fortschritt in der Mathematisierung und in der Entwicklung einer einheitlichen Preistheorie betrachtet werden, nicht zuletzt dadurch, dass der Konsumbereich auf diesem Wege in die herkömmliche Analyse integriert werden kann. Konsum und Produktion werden aber nur formal analogisiert, bleiben inhaltlich jedoch grundverschieden (Albert 1977, 191 f.). Die Erkenntnis, dass Unternehmen in kapitalistischen Marktwirtschaften typischerweise *korporative* Akteure sind (vgl. Coase 1937), verbreitet sich mit dem Erfolg der Neuen Institutionenökonomik langsam auch in der

147 Hinzu kommt, dass es, besonders in wohlfahrtstheoretischen Diskussionen, üblich ist, die widerspruchsfreie Abstimmung von Interessenunterschieden zwischen Individuen unter Etikettierungen wie Abstimmungsparadoxon oder Unmöglichkeit des paternalistischen Prinzips oder Problematik der sozialen Wohlfahrtsfunktion, nachdrücklich als unmöglich darzustellen (vgl. z. B. Frey 1982). Ganz im Gegensatz dazu wird für den privaten Haushalt die interne Abstimmbarkeit einfach als gegeben angenommen. Kritisch zu reflektieren wären im Kontext des privaten Haushalts zumindest das Spannungsverhältnis zwischen den Grundsätzen der individuellen Wohlfahrt und der Selbstbestimmung des Individuums einerseits und den – notwendig oder willkürlich – kollektiven Entscheidungen und Konsumprozessen des Haushalts andererseits und Möglichkeiten seiner Lösung. Im Rahmen der Neuen Haushaltsökonomik werden immerhin haushaltsinterne geschlechtsspezifische Asymmetrien diskutiert (z. B. Ott 1997).

Standardmikroökonomik.¹⁴⁸ Dagegen bleibt die Erkenntnis, dass Haushalte *kollektive* Akteure mit internen Strukturen und Konflikten sind, immer noch ausgeblendet, indem kollektive Akteure, wie gezeigt, in individuelle umdefiniert werden.

Aus konsumtheoretischer Sicht wird aus dieser Parallelisierung Haushalt – Unternehmung aber ein weiterer, fundamentaler Kritikpunkt: »economics does not effectively have a theory of consumption, as distinct from (its own theory of) production« (Fine/Leopold 1993, 8).¹⁴⁹ Die Parallelisierung verwischt ökonomisch relevante Unterschiede zwischen dem Akteurs- und Handlungstyp in beiden Organisationen: die unterschiedliche Art der Beziehung zwischen den Organisationsmitgliedern sowie die Art der Entscheidungsfindung oder der Koordinationsmechanismus. Privathaushalte »erstellen, sichern und geben Versorgungs-, Pflege- und Erziehungsleistungen unmittelbar, dauerhaft, relativ zuverlässig und mit persönlicher Zuneigung verknüpft, exklusiv für die Familien- und Haushaltsmitglieder ab« (Schweitzer 1991, 141). Die gesamte »Organisation« privater Haushalt basiert existenziell auf dem familialen Zusammenhalt, das ist »die Pflege der emotionalen Verbundenheit der Familienmitglieder durch fortgesetzte Interaktion und damit die Stabilisierung der Erwartung, dass man sich aufeinander verlassen kann« (Kaufmann 1997, 102). Verglichen mit Akteuren in Organisationen wie Unternehmen sind Akteure in privaten Haushalten charakterisiert durch eine weit stärkere, intensivere, dauerhaftere und verbindlichere persönliche Bindung an das soziale System (Schweitzer 1991, 140 f.). Es sind *normative Verpflichtungen* in den Dimensionen Zuwendung, Hilfe, Haushaltsführung, Fortpflanzung, Kinderpflege und -erziehung, die die familiäre Lebensform im privaten Haushalt gegenüber anderen Beziehungen auszeichnen (Kaufmann 1997, 102). Akteure in privaten Haushalten mischen deshalb erfolgsorientierte, d. h. instrumentell-strategi-

148 Insofern wird die herkömmliche Parallelisierung zwischen Unternehmen und Haushalt auch von Seiten der Unternehmenstheorie her in Frage gestellt, weil diese sich den internen Verhältnissen in Unternehmen zuwendet und diese differenzierter betrachtet. So sieht etwa der verhaltenswissenschaftliche Ansatz Unternehmen als eine Koalition von Individuen und deren Subkoalitionen; schon der Zielbildungsprozess wird dann zu einem ständigen Verhandeln (Cyert/March 1963). Ähnlich fasst das vertragstheoretische Paradigma, das in der Transaktionskostenökonomik besonders verbreitet ist, Unternehmen als ein Netzwerk von relationalen Verträgen zwischen individuellen Akteuren (vgl. Williamson 1985).

149 »Conceptually, individual consumers can be interpreted as if they were entrepreneurs producing utility (...) as efficiently as possible. The strict parallel highlights the extent to which neo-classical economics lacks a distinct theory of consumption« (Fine/Leopold 1993, 51).

sche, mit verständigungsorientierten Handlungsorientierungen, d. h. mit kommunikativen, normengeleiteten und verantwortlichen Orientierungen (Biesecker 1994, 73 f.). Akteure in Unternehmen orientieren sich dominant instrumentell-strategisch¹⁵⁰, Konsumakteure dagegen agieren weniger rechenhaft (Streissler/Streissler 1966, 48).

Aus einer heterodoxen Perspektive betrachtet die sozialökonomisch orientierte Haushaltsökonomik den privaten Haushalt; Teile der modernen Betriebswirtschaftslehre sympathisieren mit diesem Konzept (Raffée 1993). Statt Produktionswirtschaft und Hauswirtschaft zu parallelisieren, bezeichnet diese Haushaltsökonomik die »Orientierung an der Bedarfsdeckung statt an Erwerbschancen« als »[k]onstitutiv für den Haushaltscharakter ökonomischer Institutionen bzw. Aktivitäten« (Piorkowsky 1997, 14 f.). Dabei bezieht sie sich auf Max Weber (1980/1921) und Erich Egner (1952). Private Haushalte sind danach »das primäre Versorgungssystem der Menschen«, das die »letzten Produktions- und Konsumprozesse in der Versorgungskette« organisiert (Piorkowsky 1997, 14). Die fundamentale Differenz zwischen Unternehmung und privatem Haushalt liegt dann gerade in den Zielsystemen, die prinzipiell unterschiedlichen Rationalitäten folgen (vgl. 4.2.2.3, 5.2.2.2). Aber die Zielsysteme von Haushalt und Unternehmung sind auch recht unterschiedlich differenziert und in ihrem Bezug zu den Mitteln konträr gewichtet. Während beim privaten Haushalt Zwecksetzungen dominieren, die weitestgehend frei zu entscheiden und äußerst differenzierbar sind, und die Mittelverwendung dagegen stark zurücktritt, sind beim privaten Unternehmen die Zwecke wenig variabel und quantitativ bestimmt, lassen aber dem unternehmerischen Mitteleinsatz eine große Vielfalt von Möglichkeiten (Schweitzer 1968, 170 f.).

In dieser Sicht tritt im Haushalt die »haushälterische Vernunft« an die Stelle der ökonomisch-kalkulierenden Rationalität der Unternehmung. Diese Vernunft lässt sich von einer materialen, an moralischen Vorstellungen und übergeordneten Zielen des Haushalts orientierten Rationalität leiten, bedenkt soziale und ökologische Nebenwirkungen des eigenen Handelns mit, handelt also reflexiv (Piorkowsky 1997, 23 f.).¹⁵¹ Ich

150 Selbstverständlich spielen auch andere Orientierungen in Unternehmungen eine Rolle, aber eben nur eine Nebenrolle.

151 Vgl. Schweitzer 1991, 22–29. Die »Wirtschaftslehre des Privathaushalts« »hat die kulturbezogene Zielsetzung zur Daseinsvorsorge in personaler und sozialer Verantwortung in ihr Lehrgebäude miteinzubeziehen« (Schweitzer 1991, 22).

werde auf diese normative Zielvorstellung im Zusammenhang der Wertmuster des konsumtiven Handelns zurückkommen (vgl. 4.2.2.4).

Abgesehen davon, ob man diesen normativen Vorstellungen folgen will oder nicht, sind die *strukturellen* Rahmenbedingungen für das Maximierungshandeln – der äußere Zwang der Verhältnisse –, für Unternehmerakteure und Konsumentenakteure real völlig unterschiedlich.¹⁵² Hier sollen nur einige Unterschiede angedeutet werden. Unternehmerisches Handeln (und Handeln in Unternehmungen) hat die Form von Erwerbstätigkeit (und Erwerbsarbeit), die typischerweise in öffentlich oder privat stark regulierten Zusammenhängen ausgeübt wird und für die Unternehmerakteure mit hohen Risiken verbunden ist. Konsumtives Handeln dagegen ist wesentlich Freizeithandeln auf einem eher niedrigen Niveau von Regulation¹⁵³ und mit einem viel höheren Grad von Autonomie und Fehlerfreundlichkeit. Unternehmerakteure stehen in Konkurrenz auf Beschaffungs- und Absatzmärkten, Haushalte ökonomisch betrachtet allenfalls auf dem Arbeitsmarkt und speziellen Märkten wie etwa dem für Immobilien. Unternehmerische Fehlentscheidungen – so die ökonomische Standardvorstellung – werden über die Märkte finanziell sanktioniert und können, wenn sie andauern, das Überleben der Organisation gefährden¹⁵⁴. Haushaltliche Fehlentscheidungen führen zu »suboptimalem« Konsum, der nicht einmal notwen-

152 Wenn es richtig ist, dass Haushalt und Unternehmung grundlegend unterschiedlich konstruierte Organisationen sind, und wenn das institutionenökonomische Argument stimmt, dass die strukturellen Rahmenbedingungen das Handeln der in ihnen tätigen Individuen prägen, dann müssen auch unterschiedliche Handlungsformen in Haushalt und Unternehmung entstehen. Die moderne Institutionenökonomik unterstellt entsprechend ein universelles Prinzip individueller Rationalität, das sich unter unterschiedlichen institutionellen Bedingungen in darauf reagierendem und deshalb unterschiedlichem Verhalten realisiert (vgl. z. B. Richter 1994, 4).

153 Das gilt *an sich* des Konsumhandelns auch dann noch, wenn man anerkennt, dass die Qualität von Konsumgütern in vielen Bereichen hochgradig reguliert ist (vgl. z. B. das Lebensmittelrecht).

154 Auch hier könnte die Standardmikroökonomik – wenn sie denn wollte – einiges von der Wirtschaftssoziologie lernen. So haben etwa Marshall W. Meyer und Lynne G. Zucker nachgewiesen, dass Wirtschaftsorganisationen, die dauerhaft ihren Zweck verfehlen, durchaus langfristig überlebensfähig sind, weil dafür ihre Legitimität wichtiger als ihre Leistungsfähigkeit ist. Effizienz ist also nur ein und nicht unbedingt der wichtigste Faktor für die Überlebensfähigkeit eines Unternehmens (Meyer/Zucker 1989). Auch Neil Fligstein (1990) relativiert die Relevanz des Effizienzargumentes für das organisationale Überleben stark und zeigt, dass Unternehmen in organisationale Felder eingebettet sind, durch deren isomorphe Tendenzen sich das Unternehmenshandeln standardisiert und an geteilten Regeln orientiert, so dass sich eine hochgradig regulierte, vor allem von den Großunternehmen kontrollierte Ökonomie herausbildet. Fligstein kehrt das standardökonomische Argument geradezu um und betont die Macht gegenüber dem Markt: »The problem with relying on the market to determine what is efficient is that all markets are comprised of a social structure or set of rules which preserve the power and interests of the largest organizations. When the rules no longer produce positive results for those in control, the rules are changed« (Fligstein 1990, 303).

dig dazu führt, als mentale Enträuschung wahrgenommen zu werden und Korrekturwünsche auszulösen. Extrem »unökonomischer Konsum« kann lebenslang ohne irgendwelche Sanktionen aufrechterhalten werden, solange er die Budgetgrenze nicht dauerhaft überschreitet. Ja, »unökonomisches« Konsumieren, sei es als Spontaneität oder Verschwendung, kann sogar ein explizites Haushaltsziel bilden.

Statt die konsumtive, bedarfsorientierte Rationalität der produktiven, erwerbsorientierten Rationalität zu subsumieren, wäre es angemessener, die Unterscheidung *privates Handeln / organisiertes Handeln* oder anders formuliert *Haushaltsentscheidung / Unternehmensentscheidung* zu akzentuieren. Man sollte prüfen, ob es sinnvoll ist, unterschiedliche Reichweiten von Rationalität oder sogar unterschiedliche Rationalitätsformen zu konzipieren, z. B. dort eher soziale, familiale Rationalität, hier eher ökonomisch-monetäre Rationalität. Das hätte außerdem den Reiz, dass man die unterschiedlichen Rationalitäten oder doch unterschiedlichen Akzentuierungen mit den grundlegend unterschiedlichen *Restriktionen* des Handelns im Privathaushalt und im Unternehmen erklären würde. Denn mit dieser Erklärung würde man die Standardökonomik mit ihren eigenen methodischen Waffen schlagen, obwohl die *Richtung* der Unterscheidung den standardökonomischen Modellen der Einheitsrationalität diametral entgegengesetzt wäre: man würde die Rationalitäten nämlich *sektoral* unterscheiden müssen.

4.2.2.3 *Rationalität im Konsum*

Ob es *grundsätzlich* sinnvoll ist, ökonomische Akteure als rational zu behandeln, bleibt hier dahingestellt.¹⁵⁵ Mich interessiert hier erstens, ob es sinnvoll ist, den ökonomischen Akteur Konsument oder privater Haushalt als rational zu konzipieren.¹⁵⁶ Wenn man das als grundsätzlich angemessen beurteilt, ist zweitens zu klären, welche Form von Rationalität ihm als angemessen zugeschrieben werden soll. Drittens muss angegeben werden, auf welche konsumtiven Handlungsbereiche sich diese Rationalität beziehen soll. Dabei sei noch einmal an die übliche Funktion von Unterscheidungen erinnert.¹⁵⁷

Kommen wir zur *ersten* Frage: Macht es *konsumtheoretisch Sinn*, von der Rationalitätsannahme in ihrer universalen und undifferenzierten Fassung auszugehen? Wohl kaum. Vielmehr muss man die Annahme, *alles* Konsumentenverhalten sei rational oder wenigstens *als* rational zu

behandeln, als für unsere Zwecke nicht sinnvolle Unterscheidung bewerten¹⁵⁸. Denn ihr fehlt die diskriminierende Kraft, die Konsum von anderen, nicht konsumtiven Handlungstypen unterscheidet und innerhalb des Bereiches konsumtiven Handelns weiter zu differenzieren erlaubt. Diese Nichtunterscheidung beschert uns einen hohen Grad an Diffusität, weil die Standard(konsum)ökonomik *alles* ökonomische Handeln, in ihrer radikalen Variante sogar *alles menschliche* Handeln als rational annimmt. Damit ist aber nicht viel gewonnen, weil fast nichts unterschieden wird.¹⁵⁹

Die Konstruktion einer formalen Konsumentenrationalität in der modernen Standardmikroökonomik reduziert sich also im Kern auf eine Tautologie, etwa in der Form: Die Haushalte ziehen den Konsumplan vor, den sie bevorzugen (Böventer/Illing u. a. 1997, 56). Methodisch kann man diese Inhaltsleere damit begründen, das alles andere nicht bewertungsunabhängig festgestellt werden kann. Wenn man seine

-
- 155 Man wird sich – auch als Ökonom – zumindest mit der Frage beschäftigen müssen, ob man davon ausgehen muss oder soll, dass es historische und soziale Rahmenbedingungen ökonomischen Rationalverhaltens gibt, die diese Rationalität überhaupt erst oder zu erheblichen Anteilen herstellen oder ihr eine spezifische Form geben, oder ob man Rationalität ontologisch als Konstante menschlichen Verhaltens betrachten und axiomatisch in ökonomische Modelle und Theorien einführen will. Sobald man Rationalverhalten in Bezug zu realem Verhalten zu setzen bereit ist, wird man anerkennen müssen, dass ökonomisches Rationalverhalten wahrscheinlich »keine genuine Motivation« ist, sondern »aus unterschiedlichen Motiven (Gelderwerb, Ansehen, Macht) resultieren« kann und deshalb angemessener als eine Variante menschlichen Erfolgsstrebens konzipiert wird, die »nur in der spezifischen Position des Wirtschaftsunternehmers zu jener allumfassenden *Rechenhaftigkeit* (führt), die dem Rationalmodell des »Homo oeconomicus« nahe kommt«; ökonomische Rationalität ergibt sich dann »aus dem Zusammentreffen einer relativ unspezifischen Handlungsdisposition mit entsprechenden strukturellen Vorgaben und normativen Orientierungen« (Kaufmann 1982, 245). Bei der Herausbildung von Rechenhaftigkeit und rechenhaften Akteuren spielt die Ökonomik selbst eine zentrale Rolle; die Akteur-Netzwerk-Theorie sieht deshalb die Ökonomie als in die Ökonomik eingebettet (vgl. Callon 1998, 21–40).
- 156 Insofern betreibe ich hier Kritik am Konzept des homo oeconomicus *consumens* (Wiswede 1973, 43).
- 157 Beobachten ist Unterscheiden und Bezeichnen (Luhmann 1986, 246). Unterscheidungen, besonders solche mit empirischem Bezug, machen nur dann Sinn, wenn sie Eingeschlossenes und Ausgeschlossenes trennen. Unterscheidungen sind Instrumente der Beobachtung, da ihr Schema die Wahrnehmung bestimmt »und damit das, was als Information anfällt und weiterverarbeitet wird« (Luhmann 1989, 151). Es ist leicht einzusehen, dass beides nur funktioniert, wenn die Unterscheidung überhaupt etwas Ausgeschlossenes produziert. Anderenfalls mutiert sie zur Tautologie.
- 158 Es sei denn, man würde ihr andere bereichsspezifische Annahmen gegenüberstellen, die Nicht-rationalität behaupten, etwa wie alles Produzentenverhalten oder alles Bürgerverhalten sei emotional. Dann hätten wir eine Basisunterscheidung, die uns helfen würde, Konsumenten- von anderem Verhalten durch rational / nicht rational zu trennen, nicht aber eine, die uns erlaubt, innerhalb von Konsumentenverhalten rational / nicht rational zu unterscheiden.
- 159 Methodisch ist damit natürlich aus ökonomischer Sicht alles gewonnen, da man, wenn man rational mit maximierend gleich setzt, alles Handeln mathematisch als maximierend behandeln kann und sich so jede Menge methodische Komplikationen erspart.

Aussagen so entleert, erzielt man den angenehmen Vorteil, Kritiken wie »[w]as wir brauchen, ist ein realistischeres Verständnis vom Individuum in der Gesellschaft« zu entgehen (Brown 1997/1989, 104). Denn jedes mögliche reale Verhalten kann der Tautologie subsumiert werden. Zusätzlich kann man sich bekanntlich noch mit dem Argument absichern, es gehe sowieso nur um eine rein methodisch motivierte Als-ob-Annahme ohne empirischen Geltungsanspruch.

Nun zieht die moderne Standardökonomik in Teilen trotz der angenommenen Universalität rationalen Handelns einen Unterschied zwischen unternehmerischer, *substanzieller* und konsumatorischer, *formaler* Rationalität. Das überzeugt allerdings auf beiden Seiten der Unterscheidung nur wenig. Denn die aggregierte Größe des unternehmerischen Gewinns ist ein Konstrukt, hinter dessen objektivem, monetären Glanz sich Wertungen wie z. B. Zuschreibungen von Verursachung und Folge, Gewichtung von Faktoren, Entscheidungen über Externalisierung oder Internalisierung und z. B. betriebswirtschaftliche, rechtliche, steuerrechtliche Konventionen verbergen.¹⁶⁰ Die Rationalität des Konsumenten dagegen wird als formale konzipiert, weil man den Widerspruch zwischen (möglicherweise) nicht-rationalen Bedürfnissen und dem Bedarf der Modellbildner an einem konsistenten, mathematisch darstellbaren Konsumentenverhalten lösen will; aus methodischen Gründen *muss* man ihn einseitig zu Gunsten der maximierenden Rationalität wegdefinieren. Die mögliche Nichtrationalität der Bedürfnisse wird ausgeklammert, nur ihr als rational definierter Ausdruck in Form von Präferenzen oder Nachfragehandeln geht in die ökonomische Analyse ein (vgl. 5.3.1). Lancasters Formel für diesen Widerspruch lautet, wie erwähnt, der Konsument sei konsistent exzentrisch (Lancaster 1991, 237).

160 Weiter muss zum »Nachweis« der »substanziellen« Rationalität des »Entscheidungskriteriums« Gewinn unterstellt werden, dass es sich tatsächlich um ein objektives, oder doch zumindest objektiviertes Kriterium handelt und nicht um eine nachträgliche Legitimation für bereits – und aus anderen Gründen wie etwa Machterhalt, Tradition, Risikovermeidung – getroffene unternehmerische Entscheidungen. Darüber hinaus muss man von den zahlreichen Bewertungen absehen, die in der Monetarisierung nicht monetärer Größen stecken; alles, was über Formen der Gegenüberstellung von Auszahlungen und Einzahlungen in einer Periode hinausgeht, ergibt sich aus Wertungen. Schließlich muss man den Marktpreisen, mit denen bewertet wird, die Eigenschaft zuschreiben, sie seien vom Bewerter unabhängig; das kann aber bezweifelt werden, da es in aller Regel keine einheitlichen Marktpreise gibt. Hinzu kommt, dass der unternehmerische Erfolg (Gewinn / Verlust) auch bilanzmäßig betrachtet grundsätzlich unbestimmt ist (Strangmeier 2000; vgl. Fn 130). Dennoch kann die Größe Gewinn relativ gesehen leichter quantifiziert und damit vergleichbar gemacht werden als Größen wie Nutzen oder Bedürfnisbefriedigung.

Selbst wenn man das grundlegende Problem der Tautologie ignoriert und sich das Attribut »rational« genauer ansieht, werden die Probleme nicht weniger. Denn jetzt steht man vor der *zweiten* Frage, die zu entscheiden zwingt, welche *Form von Rationalität* Konsumenten zugeschrieben werden soll.¹⁶¹

Eine einigermaßen brauchbare Begrifflichkeit kann man aus den oben vorgestellten Vorschlägen Raffées gewinnen (Raffée 1969; vgl. 4.2.1). Sie erlauben es zunächst einmal, (subjektiv-formales) rationales von nicht rationalem Handeln zu unterscheiden. Arationalhandeln umfasst Zufalls- und Affekthandeln. Innerhalb des Bereiches (subjektiv-formales) Rationalhandeln kann man weiter differenzieren zwischen einem elaborierteren Rational*wahl*handeln – Raffée nennt es Rationalverhalten i. e. S. – und dem einfacheren Rationalhandeln, das subjektiv optimal zielführendes Handeln meint und auch habitualisiertes Handeln umfasst. Allerdings hat man so noch nicht das methodische Problem gelöst, wie die Begriffselemente »subjektiv«, »optimal« und »zielführend« operationalisiert und wie deren empirische Korrelate erfasst werden können.

Wenn beide Seiten der Unterscheidung rational / arational im Konsumhandeln zugelassen werden, was ich hier vorschlage, und man deren rationale Seite weiter differenziert, stellt sich die Frage der Konsumtheorie neu. Die konsumtheoretische und empirische Herausforderung lautet jetzt, die *Bedingungen* – vorzugsweise die institutionellen – zu erforschen, unter denen es typischerweise zu konsumtivem Arationalhandeln oder Rationalhandeln kommt und von denen es weiter abhängt, *welche* Rationalitätsformen sich im Konsumhandeln entwickeln und von den Akteuren praktiziert werden. Dabei muss bis zur Erarbeitung einer bewährten Konsumtheorie prinzipiell offen bleiben, welche Bedingungsfaktoren als zentrale Variable zugelassen werden, also z. B. Marktpreis, Konsumgüterart, Preis-Einkommens-Relationen, Lebensstil, Geschlecht, Warenwelten, Konsumkulturen, Konsumpolitiken, Regulationsmuster usw. Wenn sich ergibt, dass Rationalhandeln eine

161 Ganz abgesehen davon müssten die Annahmen oder Axiome (was genau sie meinen, lassen die meisten Autoren im Unklaren) genauer diskutiert werden; man würde dann bei der Transitivität z. B. auf einschlägige Probleme stoßen wie etwa ringförmige Präferenzen, Fühlbarkeitschwelle zwischen Alternativen (vgl. Streissler/Streissler 1966, 24) und haushaltsinterne Aggregationsprobleme der individuellen Präferenzordnungen zu einer Haushaltspräferenzordnung; diese Probleme werden in der Regel ausgeschlossen, um einfache Entscheidungsmodelle zu gewährleisten (vgl. z. B. Böventer/Illing u. a. 1997, 60–65).

wesentliche Form des *realen* Konsumhandelns ist, wofür hinreichend empirische Evidenz gegeben zu sein scheint, erleichtert das selbstverständlich auch prognostische Aussagen.¹⁶² Aber von einer empirisch interessierten Theoriebildung dürfte darüber hinaus zu erwarten sein, dass sie Konsumformen berücksichtigt, deren eigensinnige »Rationalität« gerade darin besteht, nicht rational zu sein; die kultursoziologische und anthropologische Forschung bieten reichlich Material für solche Ansätze.¹⁶³

Man nimmt mit dem Ansatz subjektiv-formaler Rationalität aber einen erheblichen Nachteil in Kauf, da man auf eine (wissenschaftliche) Kritik konsumtiver Zielsetzungen verzichten muss. Subjektiv-formale Rationalität des Konsumentenhandelns lässt eine, auf der individuellen oder gesellschaftlichen Ebene ansetzende Konsumkritik nicht zu. Mit dem herrschenden ökonomischen Rationalitätsbegriff kann man sich nur auf die *instrumentelle Ebene* der Zielverwirklichung im Konsum beziehen, ohne etwas über die Zielsysteme der Haushalte, deren Motivation Entstehung und Veränderung, aussagen, geschweige denn diese kritisieren zu können (vgl. Raffée 1969, 56). Zwar hat die inhaltsleere Fassung von Rationalität, wie sie etwa Becker vertritt, durchaus den Vorteil, dass unter der zu maximierenden Wohlfahrt eines Individuums grundsätzlich auch reflexiver oder konsumkritischer Konsum verstanden werden könnte, weil »Wohlfahrt« bekanntlich für alle nur denkbaren Ziele menschlichen Handelns stehen soll. Nur bleibt es nach dieser Konzeption unmöglich, das Konsumhandeln nach seinen allgemeinen oder situationsspezifischen Zielen, und das heißt zugleich nach möglicherweise verschiedenen Typen von Rationalität zu unterscheiden, da

162 Das sieht ganz anders aus, wenn man Arrationalhandeln als dominante Form fände, denn »[e]rst die weit gehende Gültigkeit des Rationalprinzips (...) gibt die Gewähr, dass das Konsumentenverhalten nicht aus einem Konglomerat zielloser und willkürlicher Aktionen und Reaktionen besteht, sondern dass auch im Haushaltsbereich auf Grund bestimmter Ordnungsvorstellungen gehandelt wird« (Raffée 1969, 56).

163 Vgl. z. B. zu karnevalesken oder an das Karnevaleske anschließenden Konsumformen Featherstone (1991, 78–83) und Sabeen (1993), zu Formen der Maskerade in der Populärkultur z. B. Lash/Urry (1994, 133 f.). Ein breites soziologisches Interesse richtet sich seit einigen Jahren auf Essen und Esskulturen (vgl. z. B. Barlösius 1999; Bayer/Kutsch/Ohly 1999; Fine/Heasman/Wright 1996; Fürst/Prattala/Ekström/Holm/Kjærnes 1991; Lupton 1996; McIntosh 1996; Mennell/Murcott/Otterloo 1992, 54–67; Pahl/Setzwein 1999; Setzwein 1997; Teuteberg/Neumann/Wierlacher 1997; zur Klassengebundenheit von Ernährungshaltungen und -praktiken z. B. Warde 1997; aus anthropologischer Sicht z. B. Meigs 1988; siehe aber auch die ernährungspsychologische Argumentation mit starkem genetischen und evolutionsbiologischen Akzent bei Logue 1995, 97–218); was hier »instrumentelle Rationalität« überhaupt bedeuten kann, wäre noch zu klären.

diese zwar illustrativ aufgezählt, aber ausdrücklich aus der ökonomischen Analyse ausgeschlossen werden.

Hat man die möglichen Unterscheidungen konsumtiver Rationalität erst einmal so weit vorangetrieben, kommt man an der Einsicht kaum vorbei, dass es für Konsumhandeln geradezu typisch sein könnte, dass unterschiedliche Rationalitäten, denen Akteure Geltung für ihre subjektiven Konsumententscheidungen zugestehen, in Konflikt miteinander geraten (vgl. Hedtke 1999).¹⁶⁴ So kann sich beispielsweise ein individueller *Rationalitätenkonflikt* daran entzünden, ob man seine Lebensmittel bei einem oligopolistischen Konzern (ökonomische Rationalität) oder in einem mittelständischen Unternehmen (soziale Rationalität) oder statt konventionellen Lebensmitteln (ökonomische Rationalität) teurere aus kontrolliert biologischem Anbau (ökologische Rationalität) kaufen soll. Für eine empirisch interessierte Konsumtheorie stellen sich dann neue Fragen, etwa danach, wie Akteure mit Rationalitätenkonflikten umgehen, welche Lösungen sie bevorzugen und unter welchen Bedingungen sich welche Rationalität typischerweise durchsetzt. Mit dem Konzept von Rationalitätenkonflikten entfernt man sich jedenfalls weit von der standardökonomischen Vorstellung, Konsumententscheidungen hätten die Form eines eindimensionalen, mehr oder weniger rationalen, linearen Kalküls von Zweck-Mittel-Relationen. Angemessener wäre vielleicht eine Modellierung, die etwa von einer Art individueller *Konsumpolitik* der Konsumenten ausgeht, die Formen wie subjektives Anspruchsmanagement angesichts konfligierender Rationalitäten¹⁶⁵ und muddling through angesichts überkomplexer Entscheidungssituationen annimmt.

Obwohl sie nur eine *formale*, inhaltsfreie Relation zu sein beansprucht, erzwingt die standardökonomische Auffassung von Rationalität – jedenfalls in der großen Mehrheit der Konsummodelle und -theorien –, dass man sich *inhaltlich* auf konsumtive Rationalität *als Maximierung* festlegt. Die Gleichsetzung von »rational« und »maximierend«

164 Diese Konflikte lassen sich selbstverständlich auch durch Temporalisierung lösen, etwa indem verschiedenen Konsumphasen oder Konsumzeiten verschiedene Rationalitäten zugeschrieben werden, oder durch Segmentierung, etwa indem bestimmten Konsumbereichen unterschiedliche Rationalitäten unterlegt werden. Die Standardökonomik könnte sich dann (ausschließlich oder vorwiegend) mit dem sektoralen oder temporalen Ausschnitt des Konsumhandelns beschäftigen, für den man Rationalität annehmen kann.

165 Dabei wird man wahrscheinlich mit einer recht begrenzten, keinesfalls beliebigen Zahl von Rationalitäten auskommen: zu unterscheiden wären etwa ökonomische, technische, soziale, ökologische und ästhetische Rationalität.

schließt eine ganze Reihe konsumtiver Basisorientierungen von vornherein aus, beispielsweise Ziele wie die unveränderte Aufrechterhaltung eines bestimmten Lebensstandards¹⁶⁶, Sparsamkeit¹⁶⁷, Nachhaltigkeit¹⁶⁸ oder Askese¹⁶⁹, aber auch »sinnlose Verschwendung«. Dieser a-priori-Ausschluss bleibt nicht nur unbegründet, sondern sogar unbeannt. Argumentative Kniffe, wie etwa in der Diktion Beckers zu behaupten, dann maximiere der Konsument eben seinen Lebensstandard, seine Sparsamkeit oder seine Askese, sind nicht nur inhaltlich absurd, sondern widersprechen auch der standardkonsumtheoretischen Grundannahme, es gebe keine Sättigung und ein Mehr an Gütern werde *immer* vorgezogen.¹⁷⁰ Unterwirft man sich dem herrschenden, ökonomistisch-instrumentell verkürzten Verständnis von Rationalität, handelt man sich also ein konsumtheoretisches Doppelproblem ein: man arbeitet einerseits mit einem inhaltsleeren begrifflichen Instrument, verpflichtet sich jedoch gleichzeitig auf ein scheinbar formales, tatsächlich aber inhaltliches Ziel; die kryptonormative Maximierungsmaxime.

Nicht vorbereitet ist die Standardkonsumökonomik auf den, real betrachtet wohl eher häufigen Fall, dass rationales Konsumhandeln im Ergebnis oder im Prozess misslingt, indem es subjektiv konsumtive Enttäuschung verursacht (Scherhorn 1994a und 1995). Wenn Rationalität Lernfähigkeit einschließt, müssten Schlussfolgerungen für die nächste Konsumententscheidung dieser Art gezogen werden. Wenn das Misslingen

166 Vgl. zu diesem sozialwissenschaftlich einschlägigen und traditionsreichen Konzept, das an Max Webers Begriff der Lebensführung anknüpft (Weber 1980/1921, 534–539) und von Erich Egner (1976/1952, 167 f.) als normativer Lebensstandard des Haushalts entwickelt wurde, Blosser-Reisen (1976, 96–98) und Schweitzer (1991, 168–178).

167 Es existiert eine Art »Konsumentenbewegung« der Sparsamkeit, für die in ihren extremistischen Varianten tatsächlich die Maximierung der Sparsamkeit oberstes Konsumziel zu sein scheint (vgl. als Propagandisten dazu Veen/Eeden 1997, Callenbach 1995).

168 Vgl. etwa als normative Position »Gut leben statt viel haben« BUND/Misereor (1996, 206–224) oder Stiftung Verbraucherinstitut 1996; deskriptiv-analytisch vgl. Stern/Dietz 1994, Stern/Dietz/Kalof/Guagnano 1995.

169 Eine Form ist z. B. der lebensreformerische Vegetarismus (Sprondel 1986).

170 Angenommen werden kann dann allenfalls, dass der Konsument angesichts fixierter, auf jeden Fall aber endlicher Konsumansprüche, seine, wie auch immer berechneten Konsumkosten *minimieren* will. Aber selbst diese reduzierte Fassung verträgt sich z. B. nicht mit strengen Formen der Askese oder der Konsumkritik, die gerade den Konsum selbst, jedenfalls erhebliche Teile oder gar den über das Lebensnotwendige hinausgehenden Konsumteil, als zu vermeidende »Kosten« betrachten; weil er sie vom »eigentlichen« Leben oder Glück abhält, indem er Lebenszeit für unerwünschten Konsum kostet. Wie auch immer, es zeigt sich jedenfalls erstens, dass die Maximierungsannahme nicht ohne Bezug auf den sozialen, historischen und ideologisch-weltanschaulichen Kontext aufrechterhalten werden kann. Und zweitens wird klar, dass es neben den Zeitverwendungsalternativen Arbeit und Freizeit = Konsum noch ein Drittes gibt, was weder Arbeit noch Konsum ist: freie Zeit.

der rationalen Konsumwahl aber strukturelle Ursachen hat, etwa in systematischen Asymmetrien zwischen Konsumenten und Produzenten, hilft Lernen auch nur wenig weiter. Dann aber wären Rückwirkungen in der Art wahrscheinlich, dass die Konsumakteure das Vertrauen in den Typ Rationalhandeln verlieren (vgl. Priddat 1998, 10–20). Wie dem auch sei, konsumtheoretisch ist die Möglichkeit vorzusehen, dass rationales Konsumhandeln in Einzelfällen oder systematisch misslingt.

Hinsichtlich des *dritten* hier zu diskutierenden Aspekts, der konsumtiven *Handlungsbereiche*, nimmt die Standardökonomik eine eigentümliche Beschränkung der Rationalität des Konsumenten vor, indem sie die *Verfolgung* der Bedürfnisbefriedigung durch *Nachfrage* am Markt – und in der Neuen Haushaltsökonomik auch durch haushaltliche Güterproduktion – als rational definiert, nicht dagegen die Bedürfnisse selbst, ihre Entstehung, Aktivierung, Ignorierung, Transformation, Differenzierung, Reflexion usw., oder den *Vollzug* des Konsumprozesses (vgl. 5.1.2.3). Ich habe auf diese *Rationalitätslücke* bereits im Zusammenhang der Diskussion über Knappheit hingewiesen (vgl. 3.1). Die Standardökonomik verbannt aber nicht nur die Möglichkeit, dass Bedürfnisse arational sein können, aus der Analyse, sondern erkennt zugleich die umgekehrte Möglichkeit, dass sich die universale Rationalität ökonomischen Handelns auch auf die Bedürfnisse selbst erstrecken könnte (Zinn 1999, 138–142). Mögliche Formen, in denen Bedürfnisse und Rationalität aufeinander bezogen werden können, wären z. B. eine selbstreflexive rationale Bedürfniskritik oder eine rationale Bedürfniswahl oder gar eine rationale Konstruktion von Bedürfnissen. Diese sektorale Spaltung in eine Sphäre der Rationalität, in der die eigene Bedürfnisbefriedigung instrumentell verfolgt wird, und eine andere der Arationalität, in der die Bedürfnisse entstehen¹⁷¹, bleibt unbegründet und schafft eine implizite Dualität des Akteurskonzeptes. Dieser Konsumakteur hat etwas Schizophrenes; er kann nicht rational bedürfen und er kann nicht arational konsumieren. Die Standardökonomik kann diese Persönlichkeitsspaltung nicht begründen.

Standardökonomisch unterstellt wird also eine instrumentelle Rationalität, die sich sektoral begrenzt nur auf die Schnittstelle Haushaltskonsum – Markt oder neuerdings in der Neuen Haushaltsökonomik

171 Wobei auch noch ungeklärt bleibt, ob die eigentliche Bedürfnisbefriedigung als konsumtiver Akt der Rationalität unterworfen oder von ihr ausgenommen wird.

auch auf die Schnittstelle Haushaltsproduktion – Markt bezieht. Ausgeblendet bleiben die ökonomisch relevanten Schnittstellen Bedürfnis – Bedarf und eng damit verbunden Individuum – Gesellschaft, Bedarf – Nachfrage¹⁷², Individuum – Haushaltskollektiv, Haushaltsproduktion – Konsum und Konsum – Bedürfnisbefriedigung sowie nicht zuletzt Bedürfnisbefriedigung – Nachfrage. Insofern handelt es sich um eine sektoral asymmetrische Rationalität, die nicht als allgemeine Konsumrationalität gefasst wird, sondern als selektive funktionale Beschaffungs- und Produktionsrationalität, die sich auf den Zweck des individuellen oder haushaltlichen, also des »eigenen« Konsums richtet. Dieser Zweck selbst wird aber ausgeklammert.

4.2.2.4 Wertmuster des Handelns

Für »Wertmuster des Handelns und kulturelle Maßstäbe für die Arbeitsteilung der Geschlechter und das Belohnungssystem sowie für das Zusammenleben und -wirtschaften im Alltag der Menschen« (Schweitzer 1991, 22) bleibt in einer ökonomischen Analyse, die sich nur auf formal-instrumentelle Rationalität bezieht, kein Raum. Auch eine reine *Konsumtheorie* greift aus der Sicht einer sozialökonomischen und normativen Wirtschaftslehre des Haushalts zu kurz, da sie nur einen Teilbereich aus dem haushälterischen Handeln willkürlich herauslöst. Dieser haushaltstheoretische Ansatz akzeptiert den ziel-, wert- und mittelneutralen Begriff der ökonomischen Rationalität nicht, weil er die *Verantwortung* haushälterischen Handelns, die eine inhaltliche Bestimmung der Zielsetzungen des Haushalts verlangt, aus der Ökonomik eliminiert¹⁷³.

172 Die Schnittstellen Bedürfnis – Bedarf und Bedarf – Nachfrage gibt es sowohl »innerhalb« einzelner Individuen (intraindividuell) als auch zwischen Individuen innerhalb eines Haushalts (interindividuell) (vgl. 4.2.2.1).

173 Von Schweitzer macht den Unterschied zwischen ökonomischer Rationalität und haushälterischer Vernunft exemplarisch deutlich (1968, 168): »Die Maximierung des aus der Verwendung des Einkommens erzielbaren Nutzens, als Postulat für das haushälterische Handeln gesetzt, sanktioniert das haushälterische Handeln des Säufers, der seine ökonomische Rationalität dazu benutzt, sich zu Tode zu trinken, in gleicher Weise wie das des Wucherers, dessen größter Nutzen es ist, mehr Geld zu haben, sowie des Verschwenders, dessen Nutzen eben das sinnlose Verschwenden ist«. Gerade solche Handlungsweisen werden aus der neuen ökonomischen Sicht des menschlichen Verhaltens, z. B. von Gary Becker (1996) oder Richard B. McKenzie und Gordon Tullock (1984), ausdrücklich und unter Verwendung einschlägiger formaler Methoden als rational interpretiert.

»Wir können mit der formalen ökonomischen Rationalität für die Verantwortung für das einzelne haushälterische Handeln annähernd nichts gewinnen. Sie ist ambivalent, sie kann zu sinnvollem wie sinnwidrigem haushälterischen Handeln verwandt werden. Verantwortliches haushälterisches Handeln kann nicht identisch sein mit ökonomischer Rationalität. Die Verantwortung für das haushälterische Handeln hat sich im Mitteleinsatz formal nach dieser zu richten, aber selbst dieser, sowie die Mittelauswahl und Zwecksetzungen werden von den wertrationalen Zielsetzungen bestimmt. Haushälterisches Handeln kann sich also nur dann sinnvoll der ökonomischen Rationalität bedienen, wenn die haushälterischen Zielsetzungen vernünftig sind und damit möglicherweise bereits bis ins kleinste Detail die Auswahl der Mittel zur Erreichung des gesetzten Zweckes bestimmen« (Schweitzer 1968, 168 f.).

Gerade in der rationalen und verantwortlichen Kontrolle der Bedürfnisse, die das wirtschaftliche Handeln bestimmen, liegt das unterscheidende Merkmal zwischen der herkömmlichen ökonomischen Rationalität, die diese Bedürfnisse einfach hinnimmt und zum Ausgangspunkt des Wirtschaftens macht, und einer haushälterischen Vernunft (Schweitzer 1968, 18). Rosemarie von Schweitzer versucht, die Zielvorstellung einer »haushälterischen Vernunft« in Abgrenzung zur ökonomischen Rationalität näher zu umschreiben¹⁷⁴:

»*Haushälterische Vernunft* meint also das Vermögen des Menschen, den Sinn einer sachgerechten Haushaltsführung in »reiner« Erkenntnis – also als »überhaushaltsökonomischen« Anspruch – zu erfassen. Über die haushälterische Vernunft ist also der Mensch in der Lage, das vernünftige Maß für den Wandel der Wertvorstellungen des Lebensstandards zu finden und für ihn sinnlose von für ihn sinnvoller Sachgerechtigkeit in der effektiven Versorgung zu unterscheiden. (...) Fragt man nun nach dem Sinn einer rationellen Haushaltsführung (...) so ist für den Menschen zunächst die *Lebenserhaltung* das primäre und fundamentale Ziel haushälterischen Handelns. (...) [Es] hat somit auch der *Persönlichkeitsentfaltung* zu dienen, und da menschliches Han-

174 Vgl. auch Stein (1956, 713), der mit phänomenologischem Akzent argumentiert, »dass eine »maximale Befriedigung der Bedürfnisse« als Tatbestand nicht vorfindbar ist. Was größenhaft ist und maximiert werden kann, ist allemal nur Objekt des Wirtschaftens, ist also nicht das für die Rationalität des Wirtschaftens selber Entscheidende. (...) Die technische Rationalität freilich geht auf das Maximum des Erfolges pro Einheit des Aufwandes aus; bei der wirtschaftlichen Rationalität geht es um ganz andere Tatbestände. Es geht letztlich um einen nur qualitativ zu beurteilenden Vernunftserfolg, nämlich um die im Hinblick auf die Dauerverbürgung der Wirtschaftsgebilde beste Zusammenordnung von Vorgängen, in denen Bedarfe gedeckt und danach praktisches Wollen erfüllt werden.«

deln immer auch auf den anderen Menschen hin sinn- oder wertorientiert ist, kann sich eine *Kultur des menschlichen Zusammenlebens* entfalten. Die *Beweggründe für haushälterisches Handeln* sind folglich stets *natur- und geschichtsbedingt*, wodurch eine Zielbestimmung nach dem Prinzip der Nutzenmaximierung formal und damit inhaltsleer ist« (Schweitzer 1978a, 30 f.).

Mit einer solchen Argumentation werden allerdings vermutlich mehr neue Probleme aufgeworfen als alte gelöst. Denn nun wird eine Debatte darüber zu führen sein, worin genau die Verantwortung und der Sinn der »haushälterischen Vernunft« liegen sollen und ob diese Vernunft, die über die formal-instrumentelle Rationalität weit hinausgeht, jenseits einer subjektiv-dezisionistischen Übernahme solcher Positionen allgemeine Gültigkeit beanspruchen kann und wie sie inhaltlich ausgefüllt werden kann. Eine individualistisch-positivistische Ökonomik muss das selbstverständlich auf Grund ihres Verständnisses von Werturteilsfreiheit grundsätzlich ablehnen. Diese Grundsatzdebatte über die Differenz zwischen haushälterischer oder materialer Vernunft und ökonomischer, formaler Rationalität und über die Möglichkeit, materiale Vernunft zu bestimmen, werden wir hier aber genau so wenig führen können wie die Debatte darüber, ob man diese Debatte als wissenschaftliche führen kann. Im Rahmen der Standardökonomik und ihrer methodologischen Grundkonzepte wird man sie jedenfalls keinesfalls führen können. Institutionalistische¹⁷⁵ oder wirtschaftsethische¹⁷⁶ Konzeptionen bieten eher geeignete Ansatzpunkte dafür.

4.3 Fazit: Konsum und Konsumenten

Versucht man, die vorgetragene Kritik zusammenzufassen, verdichtet sich der Eindruck, dass bereits die Grundlagen, auf denen die standard-ökonomische Konsumtheorie aufbaut, mangelhaft sind. Vor allem ihre Konzeptionen der Akteure des Konsums und der Konsumhandlung erscheinen als unzulänglich. Die konsumtheoretischen Fundamente sind vor allem deshalb zu kritisieren, weil sie erst in zweiter oder gar dritter

175 Vgl. dazu z. B. Katterle (1990, 131–133), der mit Bezug auf Gunnar Myrdals Kritik der instrumentellen Rationalität und John Deweys Pragmatismus betont, dass Mittel nicht wertneutral sind, Bedürfnisse nicht als gegeben aufgefasst werden können und die Werte instrumentell an ihren realen Konsequenzen zu beurteilen sind.

176 Vgl. z. B. Ulrich 1998, 95–130, und 1993, 269–338.

Linie darauf ausgelegt sind, Konsum und Konsumhandeln zu erklären. Vielmehr versucht die Standardökonomik, ihre Grundlagenkonzepte von Konsumakteuren und Konsumhandlungen so zu gestalten, dass sie sich möglichst bruchlos in das allgemeine Modellgebäude der Mikroökonomik und seine Methodik einfügen lassen. Deshalb spürt sie nicht den ökonomischen Charakteristika des Konsums nach, sondern modelliert den Konsum entsprechend ihren eigenen, vorgängig festgelegten und feststehenden Konzepten und Anforderungen.

Die Standardökonomik arbeitet mit einem *reduktionistischen Konsumbegriff*, der sich nur auf den kleinen Ausschnitt der konsumtiven Marktnachfrage nach privaten Gütern bezieht. Sie blendet ökonomisch relevante Konsumfunktionen aus, vor allem seine sozialen und sozialisierenden Funktionen. Zugleich ignoriert sie, dass Konsumhandlungen gesellschaftlich konstituiert werden und nicht a priori existieren. Hinzu kommt, dass die Standardökonomik den Prozesscharakter des Konsums übersieht und damit zugleich die mögliche Eigenwertigkeit von Konsumprozessen. Hier schlägt das produktivistische Paradigma durch, das sich nur für Ergebnisse und Ziel-Mittel-Relationen interessiert, und das auf den Konsumbereich angewendet werden muss, wenn man eine einheitliche Theorie mit den Denkmustern der *Produktionstheorie* konzipieren will. Ganz in dieser Logik missachtet die Standardökonomik schließlich die strukturellen Besonderheiten des haushaltlichen Konsums, die vor allem in seiner weit gehenden personalen Bindung liegen.

Auch das standardökonomische Konzept der Konsumakteure weist wesentliche Mängel auf. Indem es die Homogenität des Akteurs Haushalt unterstellt, blendet es haushaltsinterne Machtfragen und Verteilungskonflikte aus. Der Haushalt wird – ganz analog zum vollkommenen Markt – harmonistisch gedacht. Die, für die Organisation Haushalt typische Mischung von Individual- und Kollektiventscheidungen gerät aus dem Blick. Mit der Parallelisierung von Konsumenten- und Unternehmerakteuren werden die typischen Unterschiede hinsichtlich der normativen Einbettung und der strukturellen Rahmenbedingungen des Handelns ausgeblendet, vor allem die Unterschiede in den Beziehungsförmigkeiten, in denen die Akteure agieren. Damit verschwinden auch die ökonomischen Folgen, die sich aus diesen typischen Unterschieden ergeben.

Das Rationalitätskonzept, mit dem Konsumakteure standardökonomisch beschrieben werden, bleibt unklar und in seinen Grenzziehungen

willkürlich. Es lässt weder plurale Rationalitäten, noch Rationalitätenkonflikte zu und grenzt die Bedürfnisse aus dem Bereich rationalen Handelns aus. Dem entspricht schließlich auch die Selbstbeschränkung auf formal-instrumentelle Rationalität, die dem Konsumhandeln als einziges Wertmuster zugeschrieben wird. Für andere Wertmuster bleibt da kein Raum. –

Die standardökonomische Analyse konzentriert sich auf die instrumentelle Relation des konsumtiven Zweck-Mittel-Verhältnisses und begnügt sich mit einer rein formalen Beschreibung der Konsumzwecke. Sie verwendet dabei drei begriffliche Konzepte: Bedürfnis (5.1), Nutzen (5.2) und Präferenz (5.3). Mit diesen Konzepten soll – mit Eigenmitteln der Ökonomik ohne Anleihen bei anderen Disziplinen – ein subjektiver Maßstab für die Bewertung der Marktgüter entwickelt werden, auf dessen Grundlage die Konsumentenentscheidung im Rahmen einer Nachfragetheorie modelliert werden kann (vgl. Streissler/Streissler 1966, 21). Ich werde diese drei standardökonomischen Konzepte in ihren Grundzügen vorstellen und kritisch diskutieren.

5 Motive und Ziele

5.1 Bedürfnis

Wenn Wirtschaften bedeutet, dass knappe Güter produziert und verwendet werden, um menschliche Bedürfnisse zu erfüllen, und wenn der Endzweck allen Wirtschaftens eben darin besteht, Bedürfnisse zu befriedigen, wäre zu erwarten, dass sich Ökonomen intensiv mit Bedürfnissen beschäftigen. Auch diese Erwartung wird enttäuscht. Auf dem Weg zur möglichst reinen Theorie und damit zur Autonomie der ökonomischen Disziplin hat die Standardökonomik die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit (wirtschaftlichen) Bedürfnissen immer mehr an den Rand gedrängt und schließlich ganz eliminiert.¹⁷⁷ Das Ergebnis dieser Bemühungen verdient eine eingehendere kritische Analyse.

5.1.1 Mangel und Unersättlichkeit

Mit dem Begriff »Bedürfnis« stützt sich die Standardökonomik auf ein begriffsgeschichtlich betrachtet relativ junges Konzept. Der moderne Begriff Bedürfnis entstand erst in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts¹⁷⁸ und wird vor allem von der Psychologie und der Ökonomik verwendet, allerdings in voneinander getrennten Traditionssträngen (Kim-Wawrzinek/Müller 1972, 440 f.). Unter »Bedürfnis« wird öko-

177 Das kann man an der inhaltlichen Struktur einschlägiger Handbücher gut illustrieren. Während das 1956er Handwörterbuch der Sozialwissenschaften (HdSW) noch einen Beitrag »Bedarf und Bedürfnis« enthält (Stein 1956), fehlt etwas Entsprechendes im 1977er Handwörterbuch der Wirtschaftswissenschaft (HdWW), das zugleich die Neuauflage des HdSW bildet. Im HdWW begnügt man sich mit dem Verweis »Bedarf, Bedürfnisse s. Nachfrage des Haushalts; Nutzen«. Anders dagegen die Tradition im 1974er Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, das einen Artikel »Bedürfnis, Bedarf, Gut, Nutzen« bringt (Müller/Scüsser/Wallraff 1957). Stein (1956, 710 f.) widmet sich noch ausführlich phänomenologischen und psychologischen Ansätzen und kritisiert die formale ökonomische Rationalität, die der Vernunft der Bedarfsdeckung nicht gerecht werde (S. 713).

178 »Die Verklammerung der dynamisch-psychischen Komponente mit den beiden Komponenten von Notwendigkeit und Umständen in komplikationsbezogener [auf Probleme und Komplikationen bezogener; RH] Orientierung konstituiert den modernen Begriff von Bedürfnis, wie er von etwa 1760–1770 an vorliegt. Sie erlaubt sowohl seine Verwendung als ökonomischen und psychologischen Terminus als auch die funktionale in aktuell-politischen Zusammenhängen« (Kim-Wawrzinek/Müller 1972, 447).

nomisch traditionell das Gefühl eines Mangels verstanden, das verbunden ist mit dem Bestreben, ihn zu beseitigen (Hermann 1870, 5).¹⁷⁹ Ein Bedürfnis ist danach eine psychische, also subjektive Verfassung, die die Grundlage des Konsumwillens bildet. Ihm entspricht ein – meist materiales – Korrelat: der Bedarf als Gegenstand des Bedürfnisses (Kim-Wawrzinek/Müller 1972, 455). Der Begriff Bedarf wird in der modernen mikroökonomischen Theorie durch den der Nachfrage ersetzt¹⁸⁰; er taucht allenfalls noch als residuales Traditionswissen in manchen Lehrbüchern auf.¹⁸¹ Für die Grenznutzenschule und die subjektive Wertlehre »wird der Bedürfnisbegriff zur zentralen ökonomischen Kategorie« (S. 482).

Die Standardökonomik stützt sich auf eine Bedürfniskonzeption, die zwei wesentliche Charakteristika hat. Erstens gelten ihr Bedürfnisse als vom Wesen des Menschen vorgegeben, also als naturgegeben. Damit wird inhaltlich begründet, weshalb man Bedürfnisse zu ökonomisch exogenen Faktoren erklären kann.¹⁸² Zugleich werden sie als ziemlich stabil aufgefasst¹⁸³, nicht zuletzt, weil das erhebliche methodische Vorteile hat. Zweitens begnügt sich die Standardökonomik im Prinzip damit, aus der puren Existenz von individuellen Bedürfnissen

179 Da »Mangel« das Fehlen von etwas benennt, was subjektiv auf der emotionalen Ebene wahrgenommen wird (»Gefühl«), grenzt diese Definition Bedürfnis auf emotional empfundene Mängel ein. Besser wäre es, allgemeiner von der subjektiven Wahrnehmung eines Mangels zu sprechen, die dann emotionale oder rationale Gründe haben kann. Dagegen verwendet Zinn (1999, 127) den Begriff »Unwohlseingefühle«.

180 In der älteren Wirtschaftslehre des privaten Haushalts hat der Bedarfsbegriff dagegen eine zentrale Stellung: »Die Bedürfnisstruktur ist zurückführbar auf die Natur und Geschichte des Menschen. Sie verlangt nach einer Stellungnahme (...). Die Bedarfsstruktur ist dann die erfolgte Stellungnahme (...). Die Bedarfsstruktur ist folglich die nach Art und Weise der Lebenshaltung wirtschaftlich relevante objektivierte Bedürfnisstruktur. (...) Die Bedarfsstruktur ist folglich in jedem Fall auch Ausdruck der durch die Lebenshaltung verantwortbaren, freien Antwort des Menschen auf seine individuelle Lebensnot. Wir sehen also, dass das Verhältnis von Bedürfnisstruktur – Lebenshaltung – Bedarfsstruktur das eigentliche Kernproblem des haushälterischen Handelns im Hinblick auf die Zielsetzung für dieses Tun ist« (Schweitzer 1968, 166 f.). »Bedarfsorientierung« wird heute auch verwendet, um die zentrale Zielsetzung der Haushalte von der der Unternehmen (»Erwerbsorientierung«) zu unterscheiden (Piorkowsky 1997, 15 f., 30).

181 Vgl. Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 115 f. Im Übrigen wird der Begriff »Bedarf« recht konfus verwendet (vgl. Häuser 1974, 452).

182 Das ist auch methodisch äußerst vorteilhaft, da die ökonomischen Manifestationen von Bedürfnissen wie Nutzen oder Präferenzen nicht im Modell erklärt werden müssen, was eine erhebliche technische Vereinfachung bedeutet. Zugleich ist dies Vorgehen wegen der hohen Legitimationskraft individueller Bedürfnisse für kapitalistische Marktwirtschaften auch inhaltlich vorteilhaft.

183 Die methodisch sehr angenehme Stabilitätsannahme wird besonders von der Neuen Haushaltsökonomik in der Form der Annahme stabiler Präferenzen nachdrücklich verteidigt (Stiglitz/Becker 1996/1977).

heraus deren individuelle Befriedigung¹⁸⁴ sowie den Verbrauch der dafür erforderlichen sozialen und ökonomischen Institutionen, Ressourcen und Prozesse zu legitimieren.¹⁸⁵

Die standardökonomische Konsumtheorie bietet aber keine »Theorie der Befriedigung privater Bedürfnisse«, wie etwa Helga Luckenbach behauptet (1975, 12). Die Bedürfnisse selbst interessieren diese Konsumtheorie eigentlich nicht. So werden auch Aspekte, die durchaus ökonomisch relevant sind, bewusst aus der standardökonomischen Analyse ausgeblendet: der Prozess der Projektion von Bedürfnissen auf marktlich angebotene Güter sowie die Evaluation der durch Konsum erreichten Bedürfnisbefriedigung, die man als Controlling auffassen könnte. Lehrbücher formulieren diese Selektivität z. B. so:

»Der Haushalt ist ein Wirtschaftssubjekt, das Bedürfnisse hat, die es durch den Konsum von Gütern befriedigen kann. (...) Das zentrale Entscheidungsproblem des Haushalts besteht somit darin, zu bestimmen, welche Güter er in welchen Mengen zu Konsumzwecken nachfragen will. Die Entscheidung darüber hängt bei gegebenen finanziellen Mitteln zum einen von seinen Bedürfnissen ab, zum anderen aber auch davon, welches Urteil der Haushalt sich darüber gebildet hat, ob und wie gut die einzelnen Konsumgüter dazu geeignet sind, seine Bedürfnisse zu befriedigen. Wir werden nicht untersuchen, worin diese Bedürfnisse bestehen und wie sie zu Stande kommen; wir werden auch nicht der Frage nachgehen, wie der Haushalt die Informationen gewinnt und verarbeitet, auf die er sich bei der Beurteilung der Güter stützt. Wir gehen vielmehr einfach davon aus, dass der Haushalt auf der Grundlage bestimmter Bedürfnisse und einer bestimmten Beurteilung der Güter in Hinblick auf ihre Eignung zur Befriedigung seiner Bedürfnisse Konsumwünsche entwickelt, die er sich im Rahmen der ihm zur Verfügung stehenden Mittel so weit wie möglich zu erfüllen sucht.« (Böventer/Illing u. a. 1997, 45)

Kurz und knapp konstatiert Monika Streissler (1974, 8): »Die Erklärung der Bedürfnisentstehung fällt nicht in den Bereich der Ökono-

184 Die Grenze für die Bedürfnisbefriedigung liegt nur darin, dass private Bedürfnisse oder Präferenzen gegebenenfalls vertraglich interpersonell abzustimmen sind und bei Bedürfnisbefriedigungen mit negativen externen Effekten u. U. Entschädigungen an in ihren (Eigentums-)Rechten Betroffene zu zahlen sind.

185 Indem der neuzeitliche Bedürfnisbegriff sich von seinen traditionellen Komponenten lösen konnte und die Spontaneität der Bedürfnisse positiv bewertet wird, erscheint auch Herrschaft als »Herkömmliches und als Inbegriff alles die Bedürfnisse und Spontaneität Unterdrückendes«, sodass Bedürfnis »zu einem Signal emanzipatorischer Bestrebungen werden« kann (Kim-Wawrzinek/Müller 1972, 454). Das passt sich gut ein in die liberalistische Denkweise, die auch die Ökonomik damals wie heute vertritt.

mie«. Die Standardökonomik blendet neben der Entstehung auch die Konkretisierung, Befriedigung und Reflexion von Bedürfnissen aus ihrer Analyse aus, obwohl auch diese Aspekte als Teil eines »universalen« ökonomischen Problems aufgefasst werden könnten: »Every individual is faced with the problem of 'matching' his needs to the opportunities that are available for satisfying them in any social setting« (Leiss 1976, 14). So gesehen fixiert sich die Standardökonomik auf Randbereiche: »Was die reine Theorie in ihrer heutigen Form davon behandelt, ist im Wesentlichen nur: der *Erwerb* von Gütern oder besser: die mit ihm verbundenen *Marktentscheidungen*, das heißt nichts anderes als: die Peripherie des (...) Konsumbereichs« (Albert 1965, 151).

Der traditionellen Haushaltstheorie geht es also um eine Theorie der Einkommensverausgabung und der Konsumgüternachfrage.¹⁸⁶ Erst spezifisch transformierte Bedürfnisse, die sich auf Marktgüter richten, sei es als latente oder als manifeste Nachfrage als Ergebnis einer Konsumententscheidung, werden standardökonomisch thematisiert (vgl. Häuser 1974, 451), ohne dass der *Transformationsprozess* selbst in das Blickfeld gerückt würde.¹⁸⁷ In diesem Sinne werden Bedürfnisse als Wünsche nach materiellen Gütern (Sachgüter, Dienstleistungen) interpretiert, »die von Anbietern an Nachfrager verkauft werden, sodass ein Umsatz, eine Wertschöpfung, ein Einkommen entsteht« (Scherhorn 1994, 224). Die Ausblendung der Bedürfnisse aus der standardökonomischen Analyse erlaubt es, sich ganz auf Güterpreise und Einkommen als wesentliche Variablen für die rationale Konsumentenentscheidung zu konzentrieren.

Sind Bedürfnisse und Budget eines Haushalts gegeben, hängt seine Nachfrage vor allem von seinem Urteil darüber ab, ob und wie sich die Konsumgüter zur Bedürfnisbefriedigung eignen, welchen Nutzen sie stiften (Böventer/Illing u. a. 1997, 45). Die moderne Haushaltsökonomik erweitert diese Perspektive auf alle diejenigen Bedürfnisse, die dazu

186 Das schreibt Luckenbach wenige Sätze nach ihrer Feststellung, die ökonomische Konsumtheorie sei eine Theorie der Befriedigung privater Bedürfnisse, ohne den Widerspruch zwischen den beiden Aussagen zu erkennen (1975, 12 f.).

187 Mit *Transformation* bezeichne ich hier den gesamten Vorgang, in dem aus vagen Bedürfnisempfindungen konkrete, auf bestimmte Objekte, in unserem Zusammenhang auf Konsumgüter oder Haushaltsgüter gerichtete Wünsche werden. Es handelt sich nur vordergründig um einen individuellen, genauer betrachtet jedoch um einen sozialen Prozess, der u. a. von verfügbaren Bedürfnismustern, ökonomischem Güterangebot, kultureller Gütersymbolik, gesellschaftlicher Konsumkommunikation, politischer Konsumregulation, individueller Konsumbiografie und tradierten Konsummustern beeinflusst wird.

führen, dass über alternative Verwendungen der knappen Ressourcen Zeit, Einkommen und Humankapital entschieden wird. Dann stehen dem Haushalt für die Befriedigung seiner Bedürfnisse nicht nur Markt-güter (goods) zur Verfügung, sondern auch Haushaltsgüter (commodities), die in der Regel mit Marktgütern, aber auch ohne sie, im Haushalt hergestellt werden.

Die extrem sparsame Auseinandersetzung der Standardmikroökonomik mit Bedürfnissen steht in einem eigenartigen Gegensatz zu der zentralen Rolle, die diese in der mikroökonomischen Theorie *faktisch* spielen und zur herausragenden Bedeutung, die ihnen bei der Entstehung der Disziplin und im Rahmen eines methodologischen Individualismus zukommen.¹⁸⁸ Im Zuge der Wende zur subjektiven Werttheorie werden individuelle Bedürfnisse zu einer wichtigen ökonomischen Kategorie aufgewertet: »In allem Güterwert tritt uns (...) lediglich die Bedeutung entgegen, welche wir der Befriedigung unserer Bedürfnisse (...) beimessen« (Menger 1968/1871, 87, zit. n. Kim-Wawrzinek/Müller 1972, 482). Die Theorie der Marktbeziehungen soll nun explikativ, d. h. hinsichtlich der Erklärung der Marktprozesse durch das bedürfnisorientierte Konsumverhalten, und normativ, d. h. hinsichtlich des in der Bedürfnisbefriedigung liegenden Sinns der Wirtschaft, mit den menschlichen Bedürfnissen verbunden werden (Albert 1965, 149 f.). Gerade in der Integration des Konsumverhaltens und des Problems der Bedürfnisbefriedigung der Individuen wird die besondere theoretische Leistung der Neoklassik gesehen (S. 149).

Typisch erscheint die Unbekümmertheit, mit der Axiome aufgestellt werden, ohne sich auf eine Bedürfnistheorie zu beziehen. Dabei geht es vor allem darum, durch passende Axiome die Präferenzordnung eines Haushalts, also *seine* Ordnung der Güter nach ihrer Wünschbarkeit, so definieren zu können, dass eine Nutzen*maximierung* formal möglich ist.¹⁸⁹ Nehmen wir als Beispiel das Axiom der Nichtexistenz einer Sättigungsgrenze. Es erlaubt der Standardökonomik, in ihren Modellen

188 Hans Albert sieht (neben der theoretischen Idee eines relativ autonomen Marktsystems) in der »methodische[n] Idee der Zurückführung aller sozialen Vorgänge, auch der Prozesse in diesem Marktsystem, auf die Bedürfnisse und die Bedürfnisbefriedigung der an ihnen beteiligten und von ihnen betroffenen Individuen« einen wesentlichen Beitrag zur Entstehung und Entwicklung der Sozialwissenschaft, die »das ökonomische Denken der Neoklassik durchtränkte« (Albert 1965, 142). Bereits Hobbes setzte sich mit den Bedürfnissen auseinander, die er als zufällig und unprognostizierbar auffasste, eine Vorstellung, die ökonomisches Denken nachhaltig prägte (Pribram 1992, 132).

189 Vgl. z. B. Feess 1997, 190–192.

anzunehmen, dass ein Haushalt in jedem Fall eine größere Menge irgendeines Gutes einer kleineren Menge desselben vorzieht.¹⁹⁰ Einschlägige Lehrbücher stellen in der Regel unmittelbar vor Erläuterung dieses Axioms das Erste Gossensche Gesetz (Sättigungsgesetz) vor, um es bei der Darstellung der Anforderungen an die Präferenzordnungen gleich wieder zu kassieren. So heißt es beispielsweise bei Feess ohne weitere Begründung (1997, 192): »Eine Sättigungsgrenze wie bei *Gossen* gibt es also nicht«. Feess befindet sich in guter und großer mikroökonomischer Gesellschaft, wenn er auf eine *inhaltliche* Begründung völlig verzichtet.¹⁹¹

Standardökonomen gehen in der Regel davon aus, dass Bedürfnisse prinzipiell unbegrenzt sind. Auf eine theoretisch und/oder empirisch differenzierte Begründung der Annahme unbegrenzter Bedürfnisse verzichten sie meist, denn die Unersättlichkeit gilt ihnen als selbstevidente Naturkonstante menschlichen Verhaltens (Scherhorn 1994, 226).¹⁹² Sie argumentieren gegen das Gossensche Sättigungsgesetz, dass zwar einzelne Bedürfnisse gesättigt werden könnten, aber immer wieder neue oder bisher nachrangige Bedürfnisse entstünden und befriedigt werden müssten, und dass es neben den absoluten, sättigungsfähigen, auch »relative« Bedürfnisse gebe, z. B. nach Prestige und Macht, die strukturell unersättlich seien (vgl. Zinn 1998, 58 f.).

Indem Bedürfnisse und ihr – wie auch immer zu Stande kommender – Ausdruck in den Präferenzen standardökonomisch als ewig unbegrenzt, zumindest aber als stets größer als die verfügbaren Ressourcen konzipiert werden, bildet der Bedürfnisbegriff das Fundament für die (relative) Knappheit und damit für eine, wenn nicht *die* Kernfigur tra-

190 Auch Adam Smith unterstellt eine Proportionalität von Bedürfnisbefriedigung und Gütermenge, vorausgesetzt, die Güterwerte haben einen gemeinsamen Nenner; der damit erreichte angenehme legitimatorische Nebeneffekt besteht darin, dass so jede Erhöhung der Güterproduktion als Steigerung des allgemeinen Wohlstandes interpretiert werden kann (Pribram 1992, 257).

191 Börsner und Illing (1997, 65–68) setzen sich wenigstens etwas gründlicher mit der Nichtsättigungsannahme auseinander, um dann zum etwas vage bleibenden, aber hinreichend allgemein klingenden Schluss zu kommen: »Im Bereich normaler Einkommen kann man (...) die Annahme der Nichtsättigung für einen großen Teil der Konsumgüter als eine akzeptable Hypothese betrachten« (S. 66).

192 Kritiker wie Brodbeck halten diese »Evidenz« für wenig überzeugend und theoretisch verfehlt, denn »diese Unendlichkeit ist exakt die der Kaufmannsseele, die aus der qualitativen Schrankenlosigkeit des Geldes und der damit verbundenen Macht entspringt. Sie in eine Präferenzfunktion für Konsumgüter zu verwandeln, ist schlechterdings ein *quid pro quo*. (...) Die Ökonomie verlegt ins Subjekt als Bedürfnis, was nur einem ganz spezifischen Handlungstypus eigen-tümlich ist (dem Kaufmann)« (1998, 231).

ditionellen ökonomischen Denkens (vgl. 3.1). Die Grenznutzenschule verknüpft damit zugleich die Rechtfertigung und Ontologisierung des Privateigentums, da es die Lösung des Missverhältnisses zwischen Bedarf und verfügbarer Gütermenge bewirke und die Knappheit ein immerwährender Zustand der Menschheit sei (Kim-Wawrzinek/Müller 1972, 482).

Außer der klassischen Begriffsdefinition, verbunden mit den Annahmen der Exogenität und Unbegrenztheit hat das Bedürfniskonzept der Standardökonomik nur wenig zu bieten: »Die Rede von den Bedürfnissen ist, wo sie noch auftaucht, meist buchstäblich leeres Gerede. Sie dient dann nicht selten dem von normativen Gesichtspunkten her verständlichen Zweck, den Zusammenhang mit dem »Sinn der Wirtschaft« herzustellen« (Albert 1965, 151 f.). Standardökonomik stützt sich stattdessen wesentlich auf die Begriffe Nutzen und Präferenzen, auf die ich noch zu sprechen komme.

5.1.2 Kritik des Bedürfniskonzeptes

Die standardökonomische Bedürfniskonzeption wird seit langem kontrovers diskutiert. Abgesehen von zahlreichen umstrittenen Einzelfragen geht die fundamentale Kontroverse darum, »ob man (...) die ökonomischen Probleme lösen kann, *ohne* auf die Fragen der Bedürfnisse und der Motivation näher einzugehen« (Albert 1965, 152). Die folgende Kritik zeigt, dass das kaum sinnvoll ist.

Zunächst eine Bemerkung zur Kritik, die Peter Ulrich am ökonomischen Konzept von »Bedürfnis« formuliert hat (Ulrich 1993, 102–104). Er kritisiert das Konzept als reduktionistisch, weil es entsprechend der dualistischen Trennung von Arbeitswelt und Lebenswelt Bedürfnisbefriedigung tendenziell auf Konsumption reduziere (Konsumgenuss), »produktive Bedürfnisbefriedigung« in der und durch die Arbeit (Arbeitsfreude) dagegen ausblende.¹⁹³ Das reduziere Arbeit zugleich auf den Wert ihrer (konsumierbaren) Produkte. Bedürfnisbeeinträchtigung dagegen werde nur als »produktive Frustration« (Arbeitsleid) gedacht, »konsumptive Frustration« dagegen (Konsumleid) ausgeschlossen.

¹⁹³ Das ist Teil des Paradigmas der industrialistischen Lebensform, charakterisiert durch die dualistische Trennung in Arbeits- und Freizeitwelt und die einseitige Messung der Lebensqualität am Konsumniveau (Ulrich 1998, 102).

Diese asymmetrische und sektoral reduzierte Fassung des standardökonomischen Bedürfnisbegriffs erscheint mir auch konsumökonomisch nicht akzeptabel, weil es die Freiheitsgrade individueller Entscheidungen in der ökonomischen Analyse grundlegend begrenzt. Mindestens drei Argumente lassen sich hier anführen. Erstens schließt dieser Begriff die Möglichkeit aus, dass Konsum nicht zu Genuss, sondern zu Enttäuschung und Leid führt, also scheitert. Damit verleiht er der Konsumsphäre und dem Konsumhandeln eine positive Aura, die in deutlichem Gegensatz zur frustrativen Atmosphäre steht, in die die Arbeitswelt und das Arbeitshandeln gestellt werden. Zweitens wird so von vornherein ausgeblendet, dass sich Bedürfnisse auch auf Arbeit richten können und dass es die Möglichkeit des Arbeitsgenusses¹⁹⁴ gibt. Der Arbeitsgenuss hängt vor allem von den nicht monetären Ergebnissen der Arbeitstätigkeit, von ihrer Einbettung in einen sozialen Sinnzusammenhang und von den objektiven oder subjektiven Qualitäten des Arbeitsprozesses ab.¹⁹⁵ Arbeitsgenuss kann einem Genuss durch mehr Konsumzeit unter bestimmten Umständen sogar vorgezogen werden.¹⁹⁶ Drittens sind mit diesem Begriff auch individuelle Risikokalküle zwischen den Alternativen Arbeit und Konsum nicht vorstellbar, die etwa so ausgehen könnten, dass man das Risiko der Konsumenttäuschung für höher als das des Arbeitsleids hält. Dies würde unter Umständen in einem erheblichen Ausmaß dazu führen, dass die Zeitverwendung für die sicheren Genuss versprechende Aktivität Arbeit der Zeitverwendung für die Aktivität Konsum wegen deren höherer Risikohaftigkeit vorgezogen wird.¹⁹⁷

Unter den zahlreichen weiteren Aspekten, gegen die sich Kritik vorbringen lässt, erscheinen mir drei als besonders gravierend: die Unter-

194 Vgl. die breite empirische Unterstützung für einen positiven Arbeitsnutzen in Form von Selbstwertgefühl, sozialer Anerkennung, sozialen Beziehungen und intrinsischer Befriedigung bei Lane 1991.

195 Wie relevant der Sinnkontext von Arbeit ist, zeigt sich besonders in Extremsituationen. Individuen können objektiv völlig identische Arbeitsprozesse je nach den Intentionen, denen sie dienen, völlig unterschiedlich werten. Ein Beispiel: Akkordschlachter und Tierärzte weigerten sich, Kühe aus einer Herde mit einem BSE-Fall auf die übliche Art und Weise zu töten, weil sie es als *sinnlose* Arbeit betrachteten, Tiere zu töten, ohne dass deren Tod dem Konsum dient; mehr noch, diejenigen, die diese Arbeit schließlich *wie üblich* ausführten, hatten mit erheblichen psychischen Problemen zu kämpfen («Massentöter voller Mitleid», in: Süddeutsche Zeitung, 23.02.2001, S. 3). Ein interessanter Nebenaspekt: Viele betrachten es als legitim, Tiere für den Konsum zu töten, aber als illegitim, dies zur Stützung des Rindfleischmarktes zu tun.

196 Empirisch betrachtet stösst man auf das interessante Phänomen, dass nicht etwa das Prinzip herrscht, dass die Arbeit, die einen hohen Arbeitsgenuss verschafft, schlecht, und die, die nur einen niedrigen Arbeitsgenuss bietet, gut bezahlt wird. Vielmehr gehen meistens hoher Arbeitsgenuss und hohe Entlohnung zusammen.

stellung, Bedürfnisse könnten und müssten in mikroökonomischen Analysen als exogen betrachtet werden (Exogenitätsannahme), die Annahme, Bedürfnisse seien ökonomisch als unbegrenzt zu konzipieren (Nichtsättigungsannahme) sowie das Verhältnis von Bedürfnissen und Rationalverhalten (Extrarationalität der Bedürfnisse). Diese drei Aspekte verdienen eine kritische Prüfung, weil sie mit den Fundamenten der Standardmikroökonomik eng verbunden sind. Darüber hinaus werden einige weitere bedürfnistheoretische Elemente kurz kritisch diskutiert.

Hinsichtlich der drei Aspekte Exogenität (vgl. 5.1.2.1), Nichtsättigung (vgl. 5.1.2.2) und Extrarationalität (vgl. 5.1.2.3) ist ungeklärt, ob es sich um methodologische Fiktionen oder um empirische Geltung beanspruchende Hypothesen handelt. Ich werde versuchen zu zeigen, dass sie als Hypothesen, aber auch in der bequemen Variante einer Fiktion, die sich nicht empirischer Überprüfung aussetzen muss, für die konsumökonomische Theoriebildung ungeeignet sind. Denn alle drei Hypothesen oder Fiktionen blenden fundamentale und ökonomisch relevante Aspekte des Konsums in hoch entwickelten kapitalistischen Marktwirtschaften aus und zeichnen damit ein systematisch verzerrtes Bild des Konsums, das sich auch für eine rein ökonomische Analyse nicht eignet. Diese Hypothesen vernachlässigen Faktoren, die im Kontext der Konsumtheorie als relevant angesehen werden müssen (vgl. Albert 1965, 158). Verglichen mit dem hohen Preis des Relevanzverlustes der Theorie erscheinen mir die dadurch eingehandelten methodischen Vorteile als zu gering.

197 Die Interpretation, hier handele es sich nur um aufgeschobenen Konsum, führt in die Irre, wenn die Arbeit, z. B. weil sie Anerkennung, Prestige und/oder Macht verleiht, (überwiegend) zum Selbstzweck wird. Denn in Gesellschaften, in denen Arbeit nach wie vor ein entscheidender, wenn nicht der maßgebliche Statusfaktor ist, kann *auf Konsum(ausgaben)* basierende Befriedigung durch Anerkennung, Prestige und/oder Macht die durch Arbeit(leistungen) erworbene kaum gleichwertig ersetzen. Es mag sein, dass sich diese Wertungen und Gewichte im Zuge der allenthalben bunt diagnostizierten Wandlungsprozesse ändern, wie z. B. von der Arbeits- oder Industriegesellschaft zur Freizeit- oder Erlebnisgesellschaft. Wenn man etwas bescheidener von der Herausbildung neuer oder neu akzentuierter Milieus und deren partieller Expansion sprechen würde, zeigte sich, dass beides *nebeneinander* existiert: hohe Arbeitsfreude, die die Bedeutung des Konsums stark relativiert, und hoher Konsumgenuss, der die Arbeit zur Nebensache macht – sowie zahlreiche Mischtypen dazwischen. Gerade dieses unterschiedliche Wahlverhalten zwischen *Arbeitsgenuss* und *Konsumgenuss* zu erklären, statt es einfach wegzudefinieren, wäre eine zentrale Aufgabe der mikroökonomischen Haushaltstheorie.

5.1.2.1 Exogenität von Bedürfnissen

Standardökonomen behandeln Bedürfnisse in der Regel so, als ob erstens ihre Präzisierung und Transformation (oder Nichttransformation) in Nachfrage nach Marktgütern oder Haushaltsgütern kein ökonomischer Prozess und/oder konsumökonomisch irrelevant sei, als ob sie sich also durch *ökonomische* Prozesse wie neue Produkte, Werbung oder Absatzzahlen nicht veränderten (Psychologisierung statt Ökonomisierung). Abgesehen davon gestalten sie zweitens ihre Modelle so, als ob Bedürfnisse grundsätzlich stabil oder gar unveränderlich seien, also als ob sie z. B. nicht durch soziokulturelle Veränderungen wie Wertewandel oder Individualisierung beeinflusst würden (Stabilität statt Variabilität und Historizität). Drittens arbeiten Standardökonomien so, als ob Bedürfnisse interindividuell unabhängig wären, d. h. nicht von den Bedürfnissen und dem Verhalten anderer Individuen berührt würden (Individualität statt Soziabilität).

Diese drei Als-ob-Behandlungen, die aber nicht selten wie Hypothesen verwendet werden, kann man unter dem Etikett der *Exogenisierung von Bedürfnissen* durch die Standardökonomik zusammenfassen. Diese Exogenisierung erlaubt es, Bedürfnisse zusammen mit anderen Faktoren in den Datenkranz zu verweisen, die dann bei der ökonomischen Analyse mit Hilfe der *ceteris-paribus*-Klausel als konstant betrachtet werden können, weil sie für den untersuchten Zusammenhang nicht oder nicht besonders relevant sind. Das erspart es, komplexere konsumtheoretische Modelle zu entwickeln, in denen Bedürfnisse als – möglicherweise zum Startzeitpunkt unabhängige, später abhängige – Variable zu konzipieren wären. Solange die Ökonomik keine eigene Bedürfnistheorie vorweisen kann, dient die Exogenisierung disziplinpoltisch auch dazu, die theoretische Autonomie der Ökonomik zu sichern (vgl. Albert 1965, 168). Zugleich bilden die Setzungen der Marktunabhängigkeit, säkularen Stabilität und der interindividuellen Autonomie der Bedürfnisse eine unverzichtbare Voraussetzung für die Idee des methodologischen Individualismus. Ihre konsumtheoretische Variante, die Konsumsouveränität oder Konsumfreiheit, gründet auf der Exogenisierung der Bedürfnisse und erspart es der Ökonomik, sich theoretisch und empirisch mit den Bedürfnissen auseinander zu setzen (vgl. Scherhorn/Augustin/Brune u. a. 1975, 3).

Insbesondere die Behauptung, Bedürfnisse seien unabhängig von den Konsumgütern, ihrer Differenzierung und Innovation und damit unabhängig von der Produktion, lässt sich in modernen Ökonomien mit einem hohen Gewicht und einer großen Bedeutung des Konsumsektors nicht halten. Die Beziehungen zwischen Bedürfnissen und Konsumgütern entwickeln sich hier äußerst komplex:

«In the high intensity market setting (...) both the states of feeling that are incorporated in an individual's wants and the multidimensional aspects of commodities are highly complex; the complexity of the interplay between needs and commodities increases exponentially as a result. (...) In this setting wants become less and less coherent, and their objectives less clear and readily identifiable, as individuals continually reinterpret their needs in relation to the expanding market economy» (Leiss 1976, 27).

Darüber hinaus verändert der technische und ökonomische Wandel die Bedürfnisse nicht nur, sondern er schafft auch neue Bedürfnisse, wie schon Alfred Marshall betont:

«(...) although it is man's wants in the earliest stages of his development that give rise to his activities, yet afterwards each new step upwards is to be regarded as the development of new activities giving rise to new wants, rather than of new wants giving rise to new activities» (Marshall 1920, 89).

Mit der Ausblendung dieser Zusammenhänge zwischen Produktion und Bedürfnissen durch die Psychologisierung der Bedürfnisse, die an die Stelle einer Bedürfnisökonomie tritt (vgl. 5.1.2.1.1), und durch die Stabilitätsannahme, die die historische (5.1.2.1.2) und die soziale Variabilität (5.1.2.1.3) verdrängt, werde ich mich im Folgenden auseinandersetzen. Die ökonomisch einschlägige These der Individualität kann man als Sonderfall des Aspektes Soziabilität auffassen.

5.1.2.1.1 Psychologisierung versus Bedürfnismanagement

Man kann annehmen, dass Konsumenten ihren Bedürfnissen nicht einfach hilflos ausgesetzt sind, sondern ganz oder teilweise Einfluss darauf haben, z. B. durch Bedürfnisgewichtung, Bedürfnistraining oder Bedürfnisreflexion (vgl. 5.1.2.3). Eine Reihe von Bedürfnissen sind dann auch rationalen Entscheidungen zugänglich, z. B. darüber, welchen Stellenwert man ihnen gibt, ob man sie befriedigen will oder nicht, ob man sie zukünftig stark empfinden möchte oder nicht usw. Diese Entscheidungen kann man selbstverständlich als ökonomische Entschei-

dungen im Sinne der Standardökonomik auffassen, da hier über alternative Verwendungen knapper Ressourcen entschieden wird, nämlich z. B. über die Ressource selbstreflexive Aufmerksamkeit oder psychische Energie oder Reflexionszeit. Bezieht man sie auf allgemeine, noch weiter zu konkretisierende Ziele wie etwa stoische Lebensführung, Askese oder Thrill-Erlebnis, geht es erst recht um bedürfnisökonomische Fragen: Wie sind diese Ziele am besten zu erreichen? Wann ist ein Bedürfnisoptimum realisiert? Wie verändert sich die Bedürfnisökonomie, wenn sich die Restriktionen ändern?

Unabhängig davon, ob man mit guten Gründen an der Vorstellung einer Bedürfnisökonomie festhalten kann oder will, sind die der Marktentscheidung vorgelagerten individuellen und sozialen Prozesse der Bedürfnistransformation mikroökonomisch *und* makroökonomisch¹⁹⁸ äußerst relevant, vermutlich wesentlich relevanter als die Entstehung der Bedürfnisse selbst. Zu den Transformationsprozessen gehören z. B. die Informationsbeschaffung und die Evaluation von Informationen, die Aufmerksamkeitsmuster, Fragen der Bedürfnis-, Bedarfs-, Güter- und Markttransparenz. All diese Aspekte haben »entscheidenden Einfluss darauf, inwieweit die hypothetischen Voraussetzungen der mikroökonomischen Haushaltstheorie Gültigkeit haben« (Schweitzer 1978b, 55).

Dass die Unternehmen – als die handelnden Wirtschaftssubjekte auf der Angebotsseite – diese Prozesse als ökonomisch äußerst relevant *betrachten*, zeigen deren kostspielige Versuche, sich Informationen darüber zu verschaffen und diese zu nutzen, um strategischen Einfluss auf das Vorfeld der Marktentscheidung der Konsumenten zu gewinnen. Dies entspringt dem einzelwirtschaftlichen Interesse an einem möglichst hohen Grad an Planungssicherheit, gerade hinsichtlich der außerbetrieblichen Faktoren. Anbieter sind deshalb daran interessiert, Bedürfnisse, Bedarf und Nachfrage zu steuern, kurz: den Markt zu kontrollieren. Dafür können sie an mindestens drei strategischen Eingriffsstellen ansetzen¹⁹⁹; bei der Entscheidung für oder der Ausrichtung von individuellen Strategien der Bedürfnisbefriedigung, bei der Projizierung von Bedürfnissen auf Objektbereiche und Objekte sowie bei der Wahl zwischen Gütern verschiedener Hersteller. Erstens kommt es darauf an,

198 Hier besonders im Zusammenhang von Stagnationstheorien, die mit absoluter oder relativer Sättigung argumentieren (vgl. Zinn 1998, 48–69).

199 Den alten und anhaltenden Streit, ob Anbieter Bedürfnisse produzieren können, lasse ich hier unberücksichtigt.

die Befriedigungsversuche für ein Bedürfnis, sagen wir nach Unterhaltung, auf materielle, am Markt zu erwerbende Güter auszurichten. Immaterielle, nicht marktliche Befriedigungsformen sind einzelwirtschaftlich nicht nur uninteressant, sondern sogar geschäftsschädigend, da sie potenzielle Nachfrage vernichten. Zweitens geht es bei der Projizierung von Bedürfnissen darum zu erreichen, dass ein allgemeines Bedürfnis, z. B. nach Unterhaltung oder körperlicher Bewegung, auf die Angebote der eigenen Branche (und dann natürlich des eigenen Unternehmens) gerichtet wird, die in den Fokus der individuellen Wahrnehmung des Möglichkeitsraums gerückt werden sollen.²⁰⁰ Erst der dritte, ökonomisch betrachtet nicht unbedingt wichtigste Schritt betrifft die Auswahl konkreter Konsumgüter verschiedener Hersteller.

Fasst man die subjektiven Einflussmöglichkeiten auf die eigenen Bedürfnisse und die sozialtechnischen Möglichkeiten der externen Beeinflussung fremder Bedürfnisse (oder zumindest der Bedürfnistransformation) zusammen, erscheint es als wesentlich angemessener, die Vorstellung eines – subjektiv-internen und subjektiv-externen – Bedürfnismanagements zur Grundlage ökonomisch-konsumtheoretischer Modellierungen von Bedürfnissen zu machen, als Bedürfnisse aus der ökonomischen Analyse auszugrenzen und der weiteren Behandlung durch die Individualpsychologie zu überlassen. Das interne Bedürfnismanagement könnte als eingelagert in ein umfassenderes Konzept des Selbstmanagements konzipiert werden (vgl. Schlösser 1992, 139–160). Den Zusammenhang von Bedürfnis, Reflexion und Rationalität greife ich noch einmal auf (vgl. 5.1.2.3).

5.1.2.1.2 Stabilität versus Historizität

Gabriel und Lang kritisieren es als falsch, Konsum erstens unhistorisch und zweitens als ein Set von Mustern zu betrachten, die von anderen kulturellen Praktiken getrennt sind (Gabriel/Lang 1995, 10). Welche Argumente sprechen dafür, die grundlegenden Kategorien der Historizität und der Soziabilität²⁰¹ von Konsum und Bedürfnissen in ökonomischen Überlegungen zu berücksichtigen?

200 Allerdings werben in der großen Mehrzahl dafür nur Einzelunternehmungen. Deren Werbung kann aber einen auf die gesamte Branche fokussierenden Effekt haben, was für die anderen Unternehmen dieser Branche positive externe Effekte produziert.

201 Beide Begriffe meinen Variabilität, beziehen sich aber auf unterschiedliche Zeithorizonte.

Der moderne Konsumkapitalismus²⁰² ist Produkt einer spezifischen historischen Entwicklung; seine Geschichtlichkeit kann sogar als eine seiner Hauptdimensionen betrachtet werden (Gabriel/Lang 1995, 9).²⁰³ Die historische Konsumforschung betont, dass die Erfahrung der Auswahl oder Wahlmöglichkeit erst im modernen Konsum zu einem allgemeinen sozialen Phänomen wird – und das ihn gerade dieses Merkmal von früheren Konsummustern fundamental unterscheidet²⁰⁴: »No earlier period afforded social masses the choice of what to spend surplus cash on after the means of subsistence had been met« (Gabriel/Lang 1995, 11). Der Kerntopos der modernen Standardkonsumökonomik, die Wahlentscheidung des Konsumenten, gründet also auf einem relativ jungen historischen Phänomen und ist insofern keine universale, sondern eine epochale Figur. Wissenschaftssoziologisch betrachtet kann es wohl kein Zufall sein, dass sich die konsumtive Wahl genau in der Zeit (18. Jahrhundert) und in dem Raum (England) zu einem allgemeinen sozialen Erfahrungsmuster entwickelt, wo auch die Grundlagen der modernen Ökonomik gelegt werden.

Konsumgeschichtliche Konzepte einer Konsumrevolution²⁰⁵ liefern weitere Argumente für eine Historisierung des Konsums. Danach ging

202 Aus konsumthistorischer Perspektive kann die moderne Konsumgesellschaft anhand von sechs Merkmalen charakterisiert werden: »1. Die Bereitstellung eines reichhaltigen Warensortiments für Verbraucher der meisten, wenn auch nicht aller sozialen Kategorien. (...) 2. Die Entwicklung hochkomplizierter Kommunikationssysteme, die Waren mit Bedeutung versehen und das Bedürfnis nach ihnen wecken. (...) 3. Die Bildung von Objekt-Bereichen (*object domains*), d. h. eines Bündels von Gegenständen, die in eine gemeinsame Bedeutungsmatrix eingefügt sind und bestimmte Orte wie das Haus oder den Körper besetzen. (...) 5. Die Entstehung der Kategorie »Konsument«. 6. Eine tiefe Ambivalenz, manchmal sogar offene Feindschaft gegenüber dem Phänomen des Konsums« (Brewer 1997, 52–56).

203 Yiannis Gabriel und Tim Lang sehen in der Globalität und dem engen Bezug zwischen Konsum und Produktion zwei weitere charakteristische Merkmale (1996, 10).

204 Daniel Miller (1995, 17) weist allerdings zu Recht darauf hin, dass die Konsumenten auf Grund der Trennung von Produktion und Konsum nur *sekundär* wählen können, weil sie nur eine sekundäre, mittelbare – und darüber hinaus von den Produzenten strategisch vermittelte – Beziehung zu den Konsumgütern haben. Sie produzieren sie nicht nur nicht, sondern haben auch nur sehr begrenzte Informationen über die Eigenschaften der Konsumobjekte. Gegen den Nachteil der nur noch sekundären Wahl tauschen Konsumenten aber den Vorteil der differenzierteren Auswahl verglichen mit der Alternative der Eigenproduktion.

205 Recht unterschiedliche historische Umschwünge im Konsumbereich werden in der einschlägigen Literatur als »Konsumrevolution« bezeichnet. Dazu gehören u. a. die Entwicklung einer neuen Konsumhaltung im England des 17. und 18. Jahrhunderts, verbunden mit Nachfrageexplosion und Popularisierung des Konsums (vgl. die zusammenfassende Darstellung bei Ariane Stühler 1998, 18–51), das Aufblühen der Warenhauskultur in den Metropolen und Städten Europas von 1860 bis 1920 (vgl. die klassische Studie von Williams 1982), der Umschwung zum Muster des fordistischen Massenkonsums in den USA der 1920er und 1930er Jahre (vgl. Bell 1991, 83 f.) und der Konsumismus des westeuropäischen Nachkriegswohlstands (vgl. Wildt 1997, 317–321).

der Industriellen Revolution eine revolutionäre Veränderung im Verbraucherverhalten voraus; diese sei nicht nur als ein paralleler Prozess, sondern als ihre notwendige Voraussetzung oder sogar eine ihrer Ursachen zu betrachten (McCracken 1992, 26–28).²⁰⁶ Diese These ist allerdings durchaus umstritten; ihr wird z. B. entgegengehalten, dass man langfristige ökonomische Veränderungen nicht monokausal und nicht ökonomistisch erklären könne, sondern auf die ihnen zu Grunde liegenden geschichtlichen und sozialen Kräfte zurückführen müsse, vor allem Klassenkonflikte, Einkommensverteilung, Arbeitsintensität, Marktrestriktionen und die Verfügbarkeit von Finanzmitteln (vgl. Fine/Leopold 1990, 120–137). Jedenfalls haben die konsumhistorischen Arbeiten gezeigt, dass es zwei parallele, miteinander verknüpfte Umwälzungen, eine industrielle *und* eine konsumtive, gegeben hat.

Zwar lassen sich die tief greifenden Veränderungen der Nachfrage im 18. und beginnenden 19. Jahrhundert ökonomisch als Reaktionen auf veränderte Restriktionen interpretieren, da die Einkommen stiegen, das Produktangebot sich erweiterte und rechtliche Konsumbeschränkungen entfielen (vgl. Stihler 1998, 21). Damit kann aber nur die Veränderung der *Möglichkeit* zu konsumieren beschrieben werden, nicht jedoch die *Neigung*²⁰⁷, diese neuen Möglichkeiten auch tatsächlich zum Konsumieren zu nutzen (McKendrick 1982, 88). Eine säkulare Veränderung der konsumtiven Grundhaltungen hin zu einer neuen Konsumgesinnung und einer ausgeprägten Güterpräferenz (Stihler 1998, 24) und damit hin zu einem neuen *Umgang* mit den eigenen Bedürfnissen ist historisch belegt. So tief greifend, wie sich die konsumtiven Verhaltensmuster geändert haben, liegt die Annahme einer Veränderung auch der Art und Intensität der Bedürfnisse recht nahe. Entgehen kann man einer Einsicht in die Historizität der Bedürfnisse nur, indem man sie sehr allgemein beschreibt, in eine anthropologische Perspektive rückt, z. B. als Bedürfnis nach Nahrung, Kleidung, Wohnraum, und damit ontologisiert.

206 So betont Braudel in seiner Untersuchung »Capitalism and Material Life 1400-1800« den wesentlichen Einfluss des Konsumverhaltens auf die Entwicklung der westlichen Welt (Braudel 1973). McKendrick/Brewer/Plumb (1982) sehen die Konsumrevolution als notwendiges historisches Pendant zur Industriellen Revolution.

207 Diese Neigung entsteht im Kontext *kultureller* Veränderungen; ein Beispiel dafür gibt die breite Rezeption der konsumtiven Revolution in der zeitgenössischen Literatur sowie ihre Rückwirkungen auf die Entwicklung von Konsumkultur und die Ausdifferenzierung verschiedener Konsumkulturen (vgl. z. B. McKendrick 1997).

Die historische Variabilität von Bedürfnissen, zumindest aber der Muster der Bedürfnistransformation, lässt sich auch an der Bedürfnispolitik politischer Regimes nachweisen (Kim-Wawrzinek/Müller 1972, 469–477). Beispielsweise ermöglichten und unterstützten der egalisierende Abbau mittelalterlich-ständischer Gesellschaftsformen im Absolutismus sowie die grundsätzlich affirmative Haltung der kameralistischen Theorie und Politik gegenüber Bedürfnissen deren Entgrenzung und Steigerung im 17. und 18. Jahrhundert (S. 469 und 472). Aufklärung und Liberalismus begrüßten die Bedürfnisentgrenzung als Grundlage des kulturellen Fortschritts und entpolitisierten die Bedürfnisbefriedigung nachhaltig²⁰⁸; so »kam es im 19. Jahrhundert zu einer nochmaligen, bisher unerhörten und vor allem die breiten Massen erfassenden Bedürfnissteigerung« (S. 473). Umgekehrt forderte die romantisch-konservative Kritik an der Bedürfnissteigerung, deren Argumentationsmuster bis in die aktuelle Konsumkritik fortwirkt, eine »Repolitisierung der Bedürfnissphäre« (S. 476). Es leuchtet unmittelbar ein, dass Bedürfnisentgrenzung und Bedürfnissteigerung – oder ihr Gegenpart: Bedürfnisbegrenzung und Bedürfnisschrumpfung – mikroökonomisch und makroökonomisch hoch relevante Faktoren sind.

Auch einzelne konsumtive Grundeinstellungen und *Topoi*, die sich historisch entwickelt und eingeschliffen haben, wirken bis in die heutige Konsumwelt nach. Ein treffendes Beispiel dafür bietet etwa die starke Bevorzugung von handwerklich gefertigten Gütern in bestimmten Konsumentenkreisen²⁰⁹; weitere, heute noch hoch aktuelle Exempel geben etwa auf die Romantik zurückgehende Formen des Naturkonsums oder im Zuge der Konkurrenz zwischen Adel und Bürgertum entstandene Formen der Imitation »feudaler« Konsummuster.²¹⁰

208 Diese liberalistische Entpolitisierung stellt selbstverständlich ihrerseits ein Politikum allerersten Ranges dar.

209 Sie findet ihren Ursprung in einer vorindustriell geprägten psychischen Disposition, die sich im 19. Jahrhundert im Kontext des Historismus als Geisteshaltung und Stilprinzip herausgebildet und verfestigt hat. Man zog »die handwerklich gestalteten Gebrauchsgegenstände industriell gefertigten Produkten vor, die zudem mit dem Odium des billigen Massenartikels belastet waren. Die Konsumorientierungen gerade derjenigen bürgerlichen Schichten, die den modernen Lebensstil repräsentieren und dominieren, sind bis weit ins 20. Jahrhundert hinein von derartigen vorindustriellen Einstellungen bestimmt gewesen und sind es in ihrer elitären Avantgarde in der Gegenwart immer noch oder aufs Neue« (Becher 1990, 43). Das zeigt sich z. B. besonders anschaulich in der anhaltenden Präferenz für handwerkliche Produkte im alternativen Milieu. Eine theoretische Rechtfertigung findet sich z. B. in Werner Sombarts Kritik an der angeblich zunehmenden Qualitätsverschlechterung der Waren (Sombart 1927, 623–625).

Die jüngeren konsumhistorischen Forschungen zeigen auch, wie intensiv die gegenseitige Durchdringung und wechselseitige Beeinflussung von Konsumhandeln, Kultur und Sozialstruktur in den westlichen Gesellschaften seit dem 18. Jahrhundert ist.²¹¹ Schon in der Frühphase der Konsumgesellschaft bestätigen sich offensichtlich die erst viel später formulierten »Kernthesen Thorstein Veblens: Konsum ist eine soziale Tätigkeit, Besitzbedürfnis ist Funktion des sozialen Status, die Motivation, besitzen zu wollen, wurzelt im Nachahmungsdrang« (McKendrick 1997, 102).²¹² Darin kann man auch einen historischen Nachweis für die Variabilität von Konsum und von konsumtiv orientierten Bedürfnissen und für deren Soziabilität in langen Zeiträumen sehen.²¹³

Entscheidend für die Ablehnung der Exogenitätsannahme ist aber, dass die Herausbildung und Entwicklung von Bedürfnissen und Konsumhaltungen historisch in enger Wechselwirkung mit der Herausbildung und Entwicklung der modernen kapitalistischen Wirtschaftsgesellschaft steht. Diese Wechselwirkung kann nicht als marginales Phänomen abgetan werden, sondern muss sowohl für die Wirtschaftsform als auch für das Bedürfnis- und Konsumregime als *konstitutiv* betrachtet werden.

5.1.2.1.3 Stabilität versus Soziabilität

Wenn es richtig ist, dass wachsende Differenzierung und zunehmende Beschleunigung zwei charakteristische Momente moderner Gesellschaften

210 Ein Konsumfeld, auf dem sich beides verquickt, ist die Gartengestaltung mit allem dazu gehörenden Bedarf. So findet man z. B. in naturnahen, auf romantischen Naturvorstellungen gründenden Gärten oft Imitate von Säulen oder Statuen aller Art sowie Sonnenuhren. Ganze Sortimente von Konsumwaren begründen ihre Attraktivität auf Konnotationen mit adligem Prestige und Konsum. Diesen imitativen Gebrauch wussten erfolgreiche Unternehmer des 18. Jahrhunderts geschickt als Kaufargument zu nutzen, z. B. der faszinierend moderne Josiah Wedgwood, der seine Porzellanwaren mit Namen wie Queensware oder Royal Pattern bezeichnete und äußerst elaborierte Marketingtechniken anwendete (McKendrick 1997, 100 f.). »In Wedgwoods Person agieren Porzellanfabrikant und Soziologe in voller Übereinstimmung« (S. 101).

211 Vgl. McCracken 1992, 29; McKendrick 1997, 102.

212 Dabei sollte aber nicht übersehen werden, dass die Kontrolle von Konsum und Konsummustern auch eine Frage der politischen Macht und ihrer Aufrechterhaltung ist (Konsum als Herrschaftsmethode; Williams 1982, 28). Beispiele dafür sind die Gesetze zum Luxuskonsum, die z. B. zur Absicherung ständischer Ordnungen beitragen sollten (Hunt 1996), oder Versuche, über Einfluss auf Konsumnormen die kulturelle Hegemonie einer Gruppe aufrechtzuerhalten (McKendrick 1997, 103).

213 Die vorsichtigen Einschränkungen, mit denen Konsumhistoriker ihre Ergebnisse vor voreiligen räumlichen, zeitlichen und sozialen Verallgemeinerungen schützen wollen (z. B. McKendrick 1997, 104), unterstreichen die Grundsatzdiagnose der Variabilität noch einmal mehr.

ten sind, die sich überdeutlich auch und gerade im Konsumbereich manifestieren, dann erscheint es als wenig plausibel, ausgerechnet Bedürfnistransformation, Bedürfnisprojektion und Konsummuster als invariant zu konzipieren. Ganz im Gegenteil wird man Konsum angemessener auffassen, wenn man ihn sowohl als Ausdruck des sozialen Wandels als auch als eine diesen mitverursachende Variable sieht (McCracken 1992, 29), also eine Wechselwirkung zwischen Konsum und Gesellschaft einschließlich ihrer Wirtschaft annimmt. Auch dies kann man exemplarisch an der historischen Konsumforschung studieren, die anschaulich die sozialen Mechanismen illustriert, mit denen sich Konsumorientierung und Konsummuster verbreiten. Für McKendrick (1997) trugen im England des 18. Jahrhunderts vor allem das imitative Konsumverhalten der Dienstboten sowie der Landbevölkerung gegenüber den Städtern zur Diffusion von Konsummustern bei, erleichtert und beschleunigt durch Verbesserungen der Verkehrsinfrastruktur, die Verbreitung von Zeitungen und die Entwicklung verfeinerter Marketingtechniken (vgl. Stihler 1998, 31–39).²¹⁴

Die Soziabilität der Bedürfnisse oder zumindest ihrer Transformationsmuster kann man exemplarisch an den Beispielen der Kommerzialisierung der Bedürfnisbefriedigung und der symbolischen Aufladung der Güterwelt zeigen.²¹⁵ Die Kommerzialisierung gründet für viele Sozialwissenschaftler, darunter einige Ökonomen, auf ökonomischer Sozialisation der Konsumenten und ökonomischer Funktionalisierung ihrer Bedürfnisse. So meint z. B. Zinn:

«Die starke Ausrichtung der modernen Lebensweise auf materiellen Konsum ist ohne Zweifel das Ergebnis der Sozialisationswirkungen kapitalistischer Produktionsverhältnisse, die dazu tendieren alle menschliche Lebensäußerung zu kommerzialisieren, um sie ökonomisch ausbeuten zu können. (...) dass die kapitalistische Umwelt die menschlichen Bedürfnisse und Wünsche sich nicht «frei» und «autonom» entfalten lässt, wie die Ideologie der bürgerlichen Gesellschaft behauptet, sondern für die Gewinninteressen funktionalisiert, ist ein historisches Faktum» (Zinn 1999, 140 f.).²¹⁶

214 Fine und Leopold (1990) kritisieren dagegen an diesem Ansatz vor allem, dass es keinen Markt gab, auf den sich diese emulative Nachfrage hätte richten können, und dass sich die Argumentation McKendricks nur auf einen kleinen Teil der Gesellschaft beziehen lässt: «The incomes and consumption habits of the laboring and middle classes are left out of the picture altogether» (S. 177).

215 Vgl. dazu z. B. Csikszentmihalyi/Rochberg-Halton 1981, Rudmin 1991 und Dittmar 1992.

In einer extremen Entwicklung erkennt man den säkularen Trend der Kommerzialisierung besonders gut: in der Verwandlung des menschlichen Körpers in eine Ware und in ein Investitionsgut. Die Kommerzialisierung des Körpers²¹⁷ ist Teil eines allgemeinen »gesellschaftlichen Prozesses, in dessen Verlauf bislang nicht marktfähige Dinge (z. B. bestimmte Gefühle, Vertrautheiten und andere »persönliche« Angelegenheiten) von der Konsumwelt vereinnahmt wurden« (McCracken 1992, 32). Phänomene eines solchen Körperkommerzes sind die zahlreichen Angebote zur gezielten Körpergestaltung und zum ästhetischen Körperumbau, z. B. die unüberschaubaren Diätprogramme, die vielfältigen Operationen der kosmetischen Chirurgie, der Handel mit einzelnen Organen oder mit Kindern, die als Konsumgüter eingekauft werden. Die Kommerzialisierung des Körpers wächst anscheinend auf Grund der Möglichkeit, ihn als Gegenstand von Wahlentscheidungen zu betrachten²¹⁸ und auf Grund des damit verbundenen gesellschaftlichen Drucks, seinen eigenen Körper konkurrenzfähig zu halten und marktgerecht zu gestalten.

Gütersymbolik und Konsumsymbolik sind ubiquitäre Phänomene in Konsumgesellschaften. »Consumer goods have a significance that goes beyond their utilitarian character and commercial value. This significance consists largely in their ability to carry and communicate cultural meaning« (McCracken 1988, 71). Güter werden auch begehrt, weil sie soziale Beziehungen markieren (Douglas/Isherwood 1996/1979). Handelt es sich dabei um »materielle Güter« im Sinne von Hirsch, können sie potenziell von jedermann symbolisch genutzt wer-

216 Zinn geht sogar so weit, nur sehr begrenzte Freiheitsgrade zuzugestehen, da »von den potenziellen Möglichkeiten menschlicher Bedürfnisentfaltung und den damit eröffneten Glückserfahrungen nur diejenigen Realisierungschancen haben, die mit den Verhältnissen konform gehen. (...) was er [der Mensch; RH] will, ist selbst ursächlich bestimmt. Welche Bedürfnisse ein menschliches Individuum hat und welchen dieser Bedürfnisse es in einer bestimmten Situation folgen wird, unterliegt dem Kausalgesetz. (...) so bleibt eben kein Raum für den freien Willen im philosophischen Sinn« (Zinn 1999, 142).

217 Dieser Kommerzialisierung geht die Auffassung des Körpers als Instrument, seine Kontrolle und Instrumentalisierung im 17. und 18. Jahrhundert voraus; diszipliniert und instrumentalisiert wird sowohl der *eigene* Körper, als Medium des Selbst, als auch der *eigene Körper anderer*, als Medium der Lohnarbeit (Falk 1994, 50 f.). Diese Instrumentalisierung und Selbstinstrumentalisierung führt aber heute nicht einfach zu mehr Körpersicherheit, sondern zu mehr Körperambivalenz: »We now have the means to exert an unprecedented degree of control over bodies, yet we are also living in an age which has thrown into radical doubt our knowledge of what bodies are and how we should control them« (Shilling 1993, 3).

218 »As a result of developments in spheres as diverse as biological reproduction, genetic engineering, plastic surgery and sports science, the body is becoming increasingly a phenomenon of options and choices« (Shilling 1993, 3).

den (Hirsch 1980, 52 f.). Soweit sie als Positionsgüter fungieren, bleiben sie aber exklusive Beziehungsmarker (vgl. 3.1).

In einem säkularen Prozess verlagert sich die dominierende Funktion der Konsumgüter von ihrem praktisch-nützlichem Aspekt zunehmend auf imaginär-symbolische Aspekte, sodass die Symbolwerte der Güter²¹⁹ und die Befriedigung von »immateriellen« Bedürfnissen anscheinend immer wichtiger werden (Stihler 1998a, 55 f.).²²⁰ Relativ schlichte materielle Güter wurden und werden zunehmend mit neuen kulturellen Bedeutungen angereichert (McCracken 1992, 33).²²¹ Interessierte Akteure, Produzenten und Distribuenten, fördern diesen Prozess nach Kräften und versuchen, die konsumtive Aufmerksamkeit auf die intangiblen Gütereigenschaften zu konzentrieren. Diese unübersehbare, eigendynamische *und* intentional gesteuerte symbolische Aufladung von Gütern und Konsumwelten macht wenig Sinn, wenn ihr nicht eine Akzentverschiebung in den Bedürfnismustern von funktionalen Gebrauchswerten hin zu symbolischen entspricht.

Wenn ich hier gegen die standardökonomisch angenommene Exogenität von Bedürfnissen nachdrücklich deren Soziabilität betone, wird das erst dann zu einem ernst zu nehmenden Einwand gegen das standardökonomische Bedürfniskonzept, wenn sich diese Soziabilität systematisch mit ökonomischen Strukturen und Prozessen verbindet, insbesondere mit solchen, die auf Konsumgütermärkten wirksam werden. Diese Verbindung von Bedürfnissoziabilität und Ökonomie ist aber eindeutig gegeben. Deshalb kritisieren auch einige Mikroökonom:

»Die Bedürfnisse sind und waren nie unveränderlich vorgegeben; sie sind vielmehr Resultate von Lern- und Entwicklungsprozessen und sind in ihrer Ausprägung eng mit der jeweiligen Produktionsweise, dem Bestand an Ressourcen und den allgemeinen institutionellen Regelungen einer Wirtschafts-

219 Gütersymbolik kann expressiv-kommunikative Bedürfnisse bedienen, als Mittel der Identitätsbildung dienen, aber auch kompensatorischen Bedürfnissen entsprechen (Stihler 1998a, 57–64).

220 Das bedeutet keineswegs subjektive Beliebigkeit, da die Symbolwerte vor allem gesellschaftlich definiert werden, zumindest aber von den jeweiligen gesellschaftlichen Bezugsgruppen des symbolisch Konsumierenden entschlüsselt und verstanden werden müssen. Oft vergessen wird auch, dass sich trotz aller Symbolik weiterhin quasi-objektive Grenzen der Funktionalität hartnäckig halten. Beispielsweise mögen gehäkelte Bezüge für Regenschirme eine hohe Individualität und Kostbarkeit symbolisieren, zum Regenschutz taugen sie dennoch ebenso wenig, wie Waschmaschinen zum Geschirrspülen.

221 Besonders gut erkennen kann man diese kulturell-symbolische Aufladung an Nahrungsmitteln und Gerichten. Ernährung und Essen hat in der jüngsten Vergangenheit ein starkes soziologisches Interesse entfacht (vgl. grundlegend: Douglas 1966; weitere Literatur vgl. Fn 163).

gesellschaft verknüpft. Diesen Prozesscharakter verliert man aber aus den Augen, wenn man die Bedürfnisse als vorgegeben annimmt. Mehr noch: Man weist durch diese Betrachtung jegliche Reduzierung einer Knappheitssituation ausschließlich der Steigerung der Ressourceneffektivität zu und schließt eine Bedürfnisanpassung aus« (Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 4).²²²

Es liegt beispielsweise auf der Hand, dass das Bedürfnis nach modischer Abwechslung, wenn es überhaupt als ein »natürliches« existieren sollte, sowohl in seiner Frequenz (Modewechsel) als auch in seiner ästhetischen Form (Moden) unmittelbar von der Mode(design)industrie in Kooperation mit den großen Textilhandelskonzernen gesteuert wird.²²³ Umgekehrt antworten Konsumenten beispielsweise im Zusammenhang moralisch oder politisch aufgeladenen Konsums *unmittelbar* auf wahrgenommene Fehlentwicklungen der Produktion, der Distribution und des Konsums. So kaufen sie beispielsweise Fair-Trade-Produkte, Nahrungsmittel aus biologischem Anbau, besonders langlebige Textilien oder umgekehrt keine Teppiche aus Kinderarbeit oder keine Produkte aus der Volksrepublik China.

Grundsätzlicher betrachten Soziologen die enge Wechselwirkung zwischen Konsum und Produktion als charakteristisches Merkmal des modernen Konsumkapitalismus, der auf dem Fordistischen Deal (Hirsch 1991) gründet²²⁴: ständiges Wachstum des Konsums im Tausch gegen Stillhalten in der Arbeitswelt (vgl. Gabriel/Lang 1995, 9 f.).

222 Die Kritik an der Exogenisierung wurde auch ökonomikintern schon seit langem formuliert, blieb aber meist auf die Vorüberlegungen und Einleitungen beschränkt, und wurde in der eigentlichen Analyse nicht aufgegriffen. So konstatieren z. B. Erich und Monika Streissler die soziale Bedingtheit von Bedürfnissen, betrachten außer der Nahrung nicht einmal die »großen Bedürfniskategorien« als naturgegeben und halten ihre überindividuellen Einzelausformungen für »fast nur sozial bedingt« (Streissler/Streissler 1966, 22).

223 Daraus kann man selbstverständlich weder schließen, dass die Konsumenten sich dieser Steuerung nicht entziehen können (unerkannte oder unerkennbare Manipulation), noch dass diese Steuerungsversuche in jedem Einzelfall erfolgreich sind (gesicherte Steuerungseffektivität).

224 Der Fordistische Deal droht allerdings *auf der Produktionsseite* zunehmend zu erodieren: generelle Reduzierung der nachgefragten Menge an »notwendiger« Arbeitskraft in den hoch entwickelten Industriestaaten durch postfordistische Produktionsverfahren, z. B. Lean Production, durch neue Informations- und Telekommunikationstechniken, neue Organisationsformen und Liberalisierung des Welthandels. Andererseits verstärkt der Postfordismus den Konsumismus im *Angebotsbereich der Konsumseite*: Produktion hoch differenzierter Produkte für Nischenmärkte ohne Verlust der Kostendegressionseffekte der Massenfertigung, extreme schnelle und kostengünstige Mobilität von Konsumgütern aus der gesamten Welt. Andererseits wird der Konsumismus im *Nachfragebereich der Konsumseite* durch Rückwirkungen der Veränderungen in der Produktion geschwächt: Arbeitslosigkeit, geringere Lohnzuwächse und Kaufzurückhaltung angesichts stark gesunkener Arbeitsplatz- und Einkommenssicherheit (vgl. Gabriel/Lang 1995, 20–23).

»Because Fordism makes the reproduction of labour power and mass consumption a decisive basis for the process of accumulation and valorisation, it must aim for a tendentially unlimited expansion of consumption, it systematically institutionalises ›wish production‹ and it constantly extends needs. These can only be satisfied in commodity form, which produces ever new needs. The ›endlessness of needs‹ introduced with Fordist society, the limitless nature of consumer demands inherent in the Fordist model of consumption, contains an inbuilt tendency to a material ›demand inflation‹« (Hirsch 1991, 168; zit. n. Gabriel/Lang 1995, 12).

Mit der analytischen Exogenisierung der Bedürfnisse verfehlt die Standardökonomik also auf der Mikroebene der Beziehungen zwischen Konsumenten und Distribuenten/Produzenten und auf der Makroebene der strukturellen Beziehungen zwischen kapitalistischem Produktionssystem und Konsumsystem ein Kernelement des modernen Konsums und der modernen kapitalistischen Marktwirtschaft insgesamt. Von der Ökonomik zu klären wäre hier gerade das, was sie systematisch ausblendet: die ökonomische (und politische) Regulation von Konsum und Bedürfnissen und deren Funktion für das Produktionssystem.

Man kann dieses Fazit noch unterstreichen, indem man auf die bisher noch gar nicht diskutierten Faktoren verweist, die offensichtlich erheblichen Einfluss zumindest auf Bedürfnistransformation und Bedürfnisbefriedigung nehmen und damit ökonomisch entscheidende Prozesse beeinflussen: Struktur des Güterangebots, technische Entwicklung, produzierte Warenkultur einschließlich ihrer symbolischen Repräsentierung in der Werbung, Einkommens- und Vermögensverteilung sowie nicht zuletzt von der ökonomischen Entwicklung verursachte negative externe Effekte, die zum Konsum defensiver Güter²²⁵ führen (vgl. Hirsch 1980, 99 f.). Dies alles einfach als *Restriktionen* des Konsumhandelns zu fassen und damit zu exogenisieren, greift zu kurz. Denn es handelt sich nicht um irgendwelche, aus ökonomischer Sicht nebensächlichen psychischen, kulturellen oder sozialen Rahmenbedingungen, sondern um wesentliche *ökonomische* Einflussfaktoren auf Bedürfnisse und Konsum und Wechselbeziehungen zwischen Produktion und Konsum.

225 Defensiv Güter werden allein als Zwischengüter ohne Eigenwert benötigt, um ein bestimmtes Endprodukt zu produzieren oder zu erreichen (Hirsch 1980, 90 f.). Die Befriedigung durch defensiven Konsum ist gleich Null oder sogar negativ (S. 93). Z. B. dient defensiver Konsum dazu, die soziale Position des Einzelnen zu wahren (S. 101) oder sich vor den Auswirkungen von wachsenden Umweltbelastungen zu schützen; z. B. durch den Kauf von Lärmschutzfenstern.

Dies zeigt im Übrigen auch, dass die ideologisch aufgeladene Formel von der individuellen Konsumfreiheit deren *strukturelle* Grenzen systematisch unterschätzt.

5.1.2.1.4 Ökonomik und Exogenität

Schon die wenigen, hier präsentierten Überlegungen machen deutlich, wie überwältigend die empirische Evidenz gegen die ökonomische Konstruktion exogener und stabiler Bedürfnisse spricht. Was bringt die Standardmikroökonomik dann dazu, so hartnäckig daran festzuhalten?

Ein zentrales Motiv dürfte im schon mehrfach angesprochenen Legitimationseffekt liegen, den das Konzept der Bedürfnisbefriedigung im Rahmen von Konsumfreiheit sichert. »Der Bedürfnisbezug der Produktion bietet (...) eine Legitimation für deren Ausweitung als Eigengesetzlichkeit« (Kim-Wawrzinek/Müller 1972, 455) und damit auch für die Autonomie von Ökonomie und Ökonomik. Das Exogenitätskonstrukt erlaubt es, den in fortgeschrittenen kapitalistischen Marktwirtschaften einzelwirtschaftlich und gesamtwirtschaftlich notwendigen Versuch der Bedürfnissteuerung auszublenden, sei es als eine Feinsteuerung zur betrieblichen Planung oder als eine Globalsteuerung zur Sicherung der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage. Denn im hoch entwickelten Konsumkapitalismus sind die Anbieter tendenziell auf die ständige Produktion von neuen oder erweiterten Bedürfnissen angewiesen. So können sie z. B. durch die permanente Produktinnovation, die immer wieder neue oder variierte Konsumgüter auf den Markt wirft, die erreichte Bedürfnisbefriedigung der Konsumenten entwerten und so neue Bedürfnisse schaffen. Das »Bessere« oder »Neuere« entwertet die Befriedigung, die man durch das »Bisherige« (was vielleicht das »Beste« war) empfunden hat, das plötzlich zum »Schlechteren« oder »Alten« degeneriert (vgl. Schor 1992, 107–137). Die daraus resultierende individuelle oder soziale psychische Obsoleszenz der in den Haushalten vorhandenen Konsumgüter motiviert zu Desumtion und Neukauf. Soweit dieser Obsoleszenzprozess gelingt, kann man von einer Bedürfnisproduktion sprechen²²⁶.

226 Hier muss natürlich vor dem verbreiteten – und meist soziologisch naiven – Steuerungsoptimismus der Marketingindustrie und dem Steuerungspessimismus der Konsumkritik gewarnt werden, die sich – wenn auch aus ganz gegensätzlichen Gründen – beide auf die Unterstellung stützen, dass Bedürfnis- und Konsumsteuerung, verwendet sie nur die richtige Technologie, einen relativ hohen Effektivitätsgrad erreichen.

Ließe man konsumökonomische Konzepte zu, die dies als wesentliche Struktur ihrer Modelle aufgreifen, brähe der liberalistisch-individualistische Bewertungsmaßstab »Bedürfnisbefriedigung« in sich zusammen. An seine Stelle würde eine zirkuläre Beziehung zwischen Konsum und Produktion treten, in der sich Ursache und Wirkung kaum klar trennen ließen. Vielleicht wäre es angemessener, die Beziehung von Konsum und Produktion mikroökonomisch in Analogie zur Figur »struktureller Kopplung« zu konzipieren (vgl. Luhmann 1997, 778–788), statt von der unberührten Autopoiesis der Bedürfnisse auszugehen.

Ein zweites Motiv besteht darin, den ökonomischen Maßstab für Wohlstandsveränderungen zu sichern. Wenn sich Bedürfnisse ändern und wenn diese Änderung auch noch direkt oder indirekt mit ökonomischen Veränderungen verknüpft ist, zerfällt die Bezugsbasis für ökonomische Bewertungen der Ergebnisse ökonomischer Prozesse.²²⁷ Das ist keineswegs nur ein technisches oder methodisches Problem, sondern vor allem eine theoriestrategische Frage. Gäbe man die Exogenität von Bedürfnissen auf, verlöre man methodisch *den* Maßstab und inhaltlich *die* Grundorientierung der Standardökonomik (»Alles Wirtschaften dient dem Konsum«).

Ein drittes Motiv kann man darin sehen, dass die Standardökonomik sich jeder Bewertung von Bedürfnissen enthalten will – woran sie sich natürlich in ihrer eigenen analytischen Praxis nicht hält.²²⁸ Damit wird allerdings auch die *Qualität* von Bedürfnissen völlig ausgeblendet und man verzichtet darauf, Bedürfnisse aus ökonomischer Perspektive zu *unterscheiden* und diese *ökonomisch* unterschiedlich wirkenden Bedürfnisse zu analysieren.²²⁹ Der Standardökonomik sind alle Bedürfnisse

227 Vgl. Hirsch 1980, 98 f.; Scitovsky 1989/1976, 94. Dieses Problem ist für die Wirtschaftsstatistik einschlägig, vgl. z. B. die Verwendung von Preisindizes (vgl. Lippe 1996, 401–403).

228 Zwei Beispiele dafür: Das unvermeidliche Basiswerturteil bewertet jedes Bedürfnis als im Prinzip aus sich selbst heraus gerechtfertigt und als keiner, zumindest keiner objektiven Beurteilung durch Dritte zugänglich. In der fundamentalen Frage, wo Bedürfnisbefriedigung gesucht und gefunden werden kann, schließt sie explizit oder implizit die Möglichkeit des Arbeitsgenusses aus, weil sie Arbeit als Leid oder zumindest als nicht nutzenstiftend wertet; deshalb kann Arbeit standardökonomisch auch kein Argument der Nutzenfunktion sein.

229 Ansätze dazu liegen vor, z. B. Tibor Scitovskys Vorschlag, eine grundlegende Unterscheidung zwischen den Bedürfniskategorien Vermeidung von Schmerz (defensive Güter (Hawtrey 1925)) und Suche nach Lust (kreative Güter) zu treffen, die er u. a. auch neurophysiologisch begründen kann; der Wunsch nach Schmerzvermeidung ist prinzipiell sättigungsfähig und in den fortgeschrittenen Industrieländern zeichnet sich eine Sättigung auch tatsächlich ab; der Wunsch nach Lust scheint dagegen eher unersättlich zu sein, und strukturell unersättlich ist das Streben nach sozialer Anerkennung (Scitovsky 1989/1976, 94–105).

gleich (gut oder schlecht), denn aus ihrer Sicht sind nur die Bedürfnis empfindenden Individuen in der Lage, sie zu bewerten. Außerdem wird betont, dass die Bedürfnisse sowie deren individuelle Evaluation einer objektiven Beobachtung grundsätzlich nicht zugänglich sind. Das positivistisch aufgefasste Postulat der Werturteilsfreiheit lässt es unmöglich erscheinen, einen allgemeinen Maßstab zur Evaluation der Bedürfnisse wissenschaftlich zu begründen. Ganz abgesehen davon macht eine naturalistische Interpretation von Bedürfnissen, die diese als nicht steuerbar erscheinen lässt, ihre Bewertung unter Qualitätsaspekten zu einem sinnlosen Unterfangen.

Eine Lösung könnte vielleicht darin liegen, dass sich die Mikroökonomik mit der bescheideneren Formel begnüge, alles Wirtschaften diene der Realisierung von Nachfrage, aus Konsumentensicht, um Kaufwünsche zu erfüllen, aus Produzentensicht, um Absatzinteressen zu realisieren. Damit könnte man die Ökonomik – und die Ökonomie – vom Bezug auf die Kategorie Bedürfnisse befreien und sie als eine Art Marktsoziologie betreiben. Allerdings wären damit erhebliche Verluste an Legitimation und an Erklärungskraft verbunden. Die Konsumenteninteressen könnte man ökonomistisch auf Nachfragebefriedigung reduzieren, die Produzenteninteressen auf Gewinnerzielung.²³⁰ Nachfragebefriedigung und Gewinnerzielung wären dann jeweils zu spezifizieren und zu operationalisieren. Dieser Ansatz hätte den Vorteil, dass Ökonomik nicht gezwungen wäre, von vornherein ein einziges und allen Akteuren gemeinsames Ziel des Wirtschaftens zu setzen: die Befriedigung von konsumtiv orientierten Bedürfnissen.

5.1.2.2 Unbegrenztheit von Bedürfnissen

Die zentrale strategische Funktion der Unbegrenztheitsannahme für Ökonomie und Ökonomik habe ich bereits im Zusammenhang des Knappheitsaxioms kurz angesprochen (vgl. Abschnitt 3.1); deshalb beschränke ich mich hier auf einige weiterführende Hinweise. Standardökonomisch gedacht gründet Güter- oder Zeitknappheit auf der Relation zu den immer überschüssigen Bedürfnissen. Knappheit wird aber

230 Dann bräuchte man weder die Nachfrageinteressen der Konsumenten an Bedürfnisse oder Nutzen zu koppeln, noch die kühne Behauptung aufzustellen, das Interesse an Gewinnerzielung oder Gewinnmaximierung sei letztlich an das Konsuminteresse und damit an die Bedürfnisbefriedigung gebunden.

ökonomisch nicht durch Modifikation der Bedürfnisse bearbeitet – die, siehe Exogenitätsannahme und Individualismus, als gar nicht modifizierbar vorgestellt werden –, sondern durch Produktion, Rationalisierung und Wachstum.

Was kann ökonomisch unter der »Unbegrenztheit« menschlicher Bedürfnisse verstanden werden? Unbegrenztheit kann man erstens auf jedes einzelne Bedürfnis (generelle Unbegrenztheit), zweitens nur auf eine bestimmte Art von Bedürfnissen²³¹ (partielle Unbegrenztheit) und drittens auf die Zahl der Bedürfnisse beziehen (numerische Unbegrenztheit)²³². Bereits Gossen hat betont, dass die meisten Bedürfnisse der Menschen einer relativen und schließlich absoluten Sättigung unterliegen (Gossen 1854). Eine generelle Unbegrenztheit gibt es also nicht²³³ (vgl. Zinn 1998, 56 f.).

Wenn man eine partielle Unbegrenztheit annehmen kann, dann liegt die ökonomisch interessante Frage gerade darin, welche Bedürfnisarten begrenzt und welche unbegrenzt sind, unter welchen Bedingungen eher die einen oder die anderen dominieren und ob und wie man diese Bedingungen für ökonomische Interessen steuern kann. Gefordert wäre also nicht die undifferenzierte Generalisierung »unbegrenzt«, sondern die – wahrscheinlich soziokulturell zu begründende – Unterscheidung zwischen »begrenzten« und »unbegrenzten« Bedürfnisse sowie die Analyse ihres Verhältnisses, ihrer Entwicklung und vor allem der Regelmäßigkeiten ihrer Transformation in Nachfrage und Konsum.

Geht man schließlich von einer numerischen Unbegrenztheit aus, müsste bestimmt werden, ob die unbegrenzte Vielzahl von Bedürfnissen latent immer schon vorhanden ist, die meisten davon latent vor sich hin schlummern und nur noch geweckt werden müssen, wenn neue, sie befriedigende Produkte auf den Markt kommen, oder ob im Laufe der kulturellen, technischen und ökonomischen Entwicklung neue, vorher noch nicht vorhandene Bedürfnisse entstehen. Die zweite Variante (induzierte neue Bedürfnisse) steht in offenem Widerspruch zur Annahme der Stabilität der Bedürfnisse und zur Unterstellung ihrer Exogenität. Deshalb wird sich die standardökonomische Konsumtheorie zwischen

231 Wenn es so etwas wie ein Bedürfnis nach Geldbesitz, Prestige oder Macht gibt, dann sind dies Beispiele für strukturell unbegrenzte Bedürfnisse.

232 Marshall (1920, 86) unterscheidet ähnlich: »Human wants and desires are countless in number and very various in kind; but they are generally limited and capable of being satisfied«.

233 Periodisch wiederkehrende Bedürfnisse, die eine mehr oder weniger konstante Intensität haben, sind ebenfalls begrenzt.

Unbegrenztheit und Stabilität der Bedürfnisse entscheiden müssen, um innere logische Widersprüche zu vermeiden.

Abgesehen davon wären auf jeden Fall zwei wichtige ökonomische Fragen zu klären: *Wie* entwickeln sich die immer wieder neuen Bedürfnisse im Kontext der ökonomischen Entwicklung? Wahrscheinlich wird man dafür die Exogenitätsannahme aufgeben müssen. Führen die immer wieder neuen Bedürfnisse automatisch auch zu immer wieder neuer Nachfrage *nach Konsumgütern*? Setzt man beides einfach als gegeben voraus, erklärt man ein fundamentales *praktisches* Problem der Produzenten in reifen Konsumgesellschaften, nämlich Käufer für ihre Produkte zu finden *und* den potenziellen Käufern *kommerzielle* Formen der Bedürfnisbefriedigung statt nicht kommerziellen nahe zu legen, theoretisch für nicht existent. Modelltechnische Bequemlichkeit dürfte dafür als Begründung wohl kaum ausreichen.

Keynes unterscheidet »absolute«, sättigungsfähige, von »relativen«, nicht sättigungsfähigen Bedürfnissen, worunter vor allem Prestige- und Machtbedürfnisse zu verstehen sind (vgl. Zinn 1998, 59). Im Zuge der allgemeinen Wohlstandssteigerung gewinnen relative Bedürfnisse zunehmend an Gewicht. Sie richten sich auf die bereits erwähnten Positionsgüter und erstreben positionalen Konsum. Positionsgüter sind von ihrer Natur her *immer* begrenzt und nicht vermehrbar, da sie bei einer Vermehrung ihre differenzierende Wirkung verlieren. Relative Bedürfnisse stimulieren zwar den Konsum von Positionsgütern und ihren Surrogaten, können grundsätzlich aber auch auf nicht kommerzielle und nicht materielle Art befriedigt werden und sind darüber hinaus eher der Selbstreflexion zugänglich; damit bilden die relativen Bedürfnisse aber auch kein »unüberwindbares natürliches Bollwerk gegen Konsumsättigung« (Zinn 1998, 60). Im übrigen kann man positionalen Konsum als Verschwendung kritisieren, die durch eine Konsum dämpfende Politik begrenzt werden muss (Frank 1999).

Die als universal angenommene Unbegrenztheit der menschlichen Bedürfnisse ist außerdem ein riskantes Konstrukt. Es ignoriert zum einen die Hinweise aus der konsumhistorischen Forschung, dass diese Grenzenlosigkeit ein Spezifikum einer begrenzten Epoche, nennen wir sie hier der Einfachheit halber Moderne, und eines mit ihr verbundenen besonderen Wirtschaftssystems, der kapitalistischen Marktwirtschaft, ist. Für die Standardökonomik ist die Unbegrenztheit der Bedürfnisse ein *konstitutives* Charakteristikum des Konsums. Sie drückt sich aber

vor allem in Phänomenen aus, die erst in einer *spezifischen* Phase der Entwicklung dieses Wirtschaftssystems als typisch bezeichnet werden können, nämlich im fortgeschrittenen Konsumkapitalismus des 20. Jahrhunderts, vor allem der letzten 50 Jahre, und voll ausgeprägt nur in begrenzten Wirtschaftsräumen, nämlich vor allem dem nordatlantisch-nordmediterranen und jüngst auch dem südostasiatischen. In konsumgeschichtlicher Perspektive entpuppt sich damit ein Kernstück der standardökonomischen Konsumtheorie als ganz und gar nicht universales, sondern räumlich und zeitlich sehr spezifisches Phänomen.

Zum anderen grenzt die Grenzenlosigkeitsannahme von vornherein ein möglicherweise wichtiges und wirksames Instrument der Knappheitsbewältigung aus ökonomischen Überlegungen aus: Bedürfnisreflexion und Bedürfnissteuerung (vgl. 5.1.2.3). Wenn es stimmt, dass Knappheit aus der subjektiven Wertschätzung der Dinge resultiert, dann kann Knappheit über eine Bearbeitung der Bedürfnisse erzeugt, gesteigert oder verringert werden (Zinn 1999, 125). Damit zeigt sich erneut, dass Bedürfnisse eine strategisch zentrale ökonomische Kategorie bilden und eine theoretische Herausforderung der Ökonomik bedeuten. Sofern Knappheit eine Wachstumsursache ist, stellt die Unbegrenztheit der Bedürfnisse einen wesentlichen Wachstumsfaktor dar; sofern umgekehrt Wachstum eine Knappheitsursache²³⁴ bildet, wäre die Begrenzung von Bedürfnissen ein zentraler »Entknappungsfaktor«.

Hinzu kommt ein wirtschaftssystemspezifischer Aspekt. Wenn es stimmt, dass kapitalistische Marktwirtschaften auf einzelwirtschaftlicher und gesamtwirtschaftlicher Ebene auf Wachstum angewiesen sind und wenn Bedürfnisse ein entscheidender Faktor für Entstehung und Aufrechterhaltung von Wachstum sind, dann ist die tendenzielle Unbegrenztheit der Bedürfnisse ein vitales Systemerfordernis. In diesem Zusammenhang bleibt die Frage belanglos, ob die Bedürfnisse von Natur aus unbegrenzt sind (Exogenität) oder ob dieses Wirtschaftssystem unbegrenzt Bedürfnisse produzieren kann (Endogenität). Entscheidend ist nur, dass die Bedürfnisse in dem Ausmaß in Nachfrage transformiert werden (können), dass die produzierten Konsumgüter im Großen und Ganzen auch verkauft werden.²³⁵ Die *Bedürfnisökonomie* erweist sich damit als unverzichtbares Pendant zur Güterökonomie, denn mit permanent wachsender Produktivität könnten die Bedürfnisse (und die aus

234 Das kann man z. B. an Rohstoffen, bebaubarem Boden oder Umweltmedien leicht illustrieren.

ihnen fließende Nachfrage) zum zentralen Engpassfaktor der Ökonomie werden.

Weiter wird man einräumen müssen, dass auch die Vorstellung unbegrenzter Bedürfnisse nur ein soziales Konstrukt ist, das der unüberwindbaren Endlichkeit trotzt und Grenzenlosigkeit suggeriert. Gerade für eine dem methodologischen Individualismus verpflichtete Disziplin müssten die absoluten *individuellen* Grenzen angeblich unbegrenzter individueller Bedürfnisse auf der Hand liegen: die für die Entwicklung, Empfindung und Wahrnehmung der eigenen Bedürfnisse absolut begrenzte tägliche Zeit und Lebenszeit des Individuums. Zwar kann man davon ausgehen, dass im Zuge des säkularen Trends der Arbeitszeitverkürzung relativ mehr Zeit dafür aufgewandt werden kann; das ändert aber nichts an den absoluten Zeitgrenzen. Wesentlich verschärft wird die Zeitknappheit bei der »Bedürfnisarbeit« durch die Zeitknappheit der »Konsumarbeit« und des endlichen Konsums, die im Zuge immer differenzierterer Konsumhandlungen und immer umfangreicherer Ausstattungen mit zeitaufwändigen Konsumgütern ebenfalls zunimmt.²³⁶ Nicht zuletzt kann man auch evolutionstheoretisch gegen die Unbegrenztheitsannahme argumentieren (Zinn 1998, 61).

Symptome, die man findet, wenn Bedürfnisse tatsächlich als unbegrenzt empfunden werden und danach gehandelt wird, deuten allerdings eher auf pathologische denn auf natürliche Ursachen der Grenzenlosigkeit. Als Beispiele lassen sich anführen: konsumtive Selbstschädigung (z. B. Kroeber-Riel/Weinberg 1996, 629 f.), konsumtive Regression (z. B. Schmidbauer 1996, 149–154), Konsumrausch, Kompensationskonsum und Konsumpassivismus (z. B. Scherhorn 1994a, Lange 1994) sowie diverse Formen der Konsumsucht (z. B. Friese 1998, 46–48; Stihler 1998a, 60–63). Die Diagnose pathologischer Fehlentwicklungen kann man natürlich nur dann stellen, wenn man über inhaltliche Maßstäbe verfügt, mit denen man den Rahmen für eine »gesunde« oder »gelungene« individuelle Bedürfnisökonomie abstecken kann. Sol-

235. »Dabei besteht dauernd die Gefahr, dass der Anstieg der Bedürfnisse mit dem Wachstum der Produktion nicht Schritt halten kann. (...) Nicht zuletzt dieser Gefahr wegen erhält die Konsumfreudigkeit einen bevorzugten Platz im Tugendkatalog der Überflussgesellschaft. Derjenige, welcher dem stoisch-zynischen Ideal der Bedürfnislosigkeit huldigt, sieht sich unter den obwaltenden Umständen in die Rolle des Sozialschädlings versetzt« (Kim-Wawrzinek/Müller 1972, 488).

236. Das zeigt sich z. B. im Zeitaufwand für Eigentums- und Pflegerituale wie Säubern, Präsentieren, Betrachten, Diskutieren, Vergleichen, Reflektieren und Fotografieren, die besonders intensiv bei neu erworbenen Konsumgütern praktiziert werden (vgl. McCracken 1985).

che Maßstäbe kann die Ökonomik solange nicht entwickeln (und will das auch gar nicht!), wie sie Bedürfnisse als subjektiv zufällig und beliebig oder exogen gegeben und stabil betrachtet und solange sie jede normative Diskussion als unwissenschaftlich verbannt.

5.1.2.3 *Bedürfnisse, Rationalität und Reflexion*

Das Postulat von der Unbegrenztheit der Bedürfnisse impliziert, dass Bedürfnisse rationaler Reflexion nicht zugänglich und deshalb als extrarational oder sogar irrational aufzufassen sind. Es widerspräche aber ökonomischer Rationalität, sich selbst zu erlauben, unbegrenzte eigene Bedürfnisse zu empfinden oder gar zu verfolgen, da es evident ist, dass die verfügbare Konsumzeit, die verfügbaren monetären Mittel und die verfügbaren Konsumgüter unüberwindbar begrenzt sind. Mehr noch, auch Zeit und Energie, sich mit eigenen Bedürfnissen wie auch immer auseinander zu setzen, sind offensichtlich notwendig endliche Ressourcen. Auf Grund dieser Konstellation entsteht eine strukturelle Diskrepanz zwischen den eigenen unbegrenzten Bedürfnissen und den begrenzten Mitteln, über sie zu entscheiden *und* sie zu befriedigen. Dieser, unter diesen Voraussetzungen immer bestehende Block unbefriedigend bleibender Bedürfnisse wird als unangenehme Spannung zwischen Wunsch und Wirklichkeit erlebt und beeinträchtigt damit das Wohlbefinden und den Nutzen des Individuums. Könnten Bedürfnisse selbst-reflexiv intentional beeinflusst werden, wäre es ein Leichtes, die eigenen Bedürfnisse den gegenwärtigen oder zukünftigen Möglichkeiten anzupassen, das Mangelempfinden und die Spannung zu reduzieren und damit den individuellen Nutzen zu erhöhen²³⁷. Damit steht die Reflexionsfähigkeit von Bedürfnissen zur Diskussion.

Rationale Bedürfnisreflexion, sei es auf individueller oder gesellschaftlicher Ebene, wäre also eine geeignete Strategie zur Knappheitsreduktion, ganz abgesehen davon, dass sie zu einem höheren Grad an Ra-

²³⁷ Auch das ist eine riskante Strategie. Ihr Risiko liegt darin, dass ein Überschuss der vorhandenen Mittel über die Verwendungsmöglichkeiten für die zugelassenen Bedürfnisse entsteht, es also auf Grund von Bedürfnisarmut zur individuellen Ressourcenverschwendung durch Nichtnutzung kommt. Das ist nach einer recht unkonventionellen Argumentation von Frank Knight allerdings höchst unwahrscheinlich, denn im «Grunde will das vernunftbegabte Individuum gar nicht die Befriedigung seiner Bedürfnisse, sondern mehr und bessere Bedürfnisse (...) das Leben ist in erster Linie kein Streben nach Zielen, die verwirklicht werden sollen, sondern nach Ausgangspunkten für weiteres Streben» (Knight 1951, 22 f.; zit. n. Hirsch 1980, 97).

tionalität im Konsumhandeln führen könnte. Auffällig ist dagegen die standardökonomische *Rationalitätsspaltung*, mit der die Bedürfnisentstehung als extrarational oder arational, die Verfolgung und Vorbereitung der Bedürfnisbefriedigung als rational und die Bedürfnisbefriedigung wieder als extra- oder arational konzipiert wird. Diese, meist nur implizite Konzeption einer *asymmetrischen Rationalität* hat einige bequeme Auswirkungen. Sie entzieht die Bedürfnisse erstens der individuellen rationalen Kritik, denn diese Kritik würde ins Leere greifen, wenn die eigenen Bedürfnisse grundsätzlich extrarational sind. Zweitens kann man den Konsumenten für seine Bedürfnisse nicht verantwortlich machen, weil er nicht frei und rational darüber verfügen kann, sondern ihnen mehr oder weniger ausgeliefert ist. Drittens können die Produzenten von Konsumgütern für den »freien« Markt als (Be-)Diener der natürlichen Bedürfnisse des konsumierenden Menschen legitimiert werden. Damit hängt viertens eng zusammen, dass eine interessengeleitete »Produktion der Bedürfnisse« durch die Produzenten schon theoretisch als unmöglich erscheint. Schließlich macht fünftens auch eine gesellschaftliche Bedürfniskritik keinen Sinn, da die Bedürfnisse ja individuell atomisiert und als natürliche Phänomene entstehen, auf die man keinen politischen oder (alltags-)philosophischen Einfluss nehmen kann.

Dieses vorgebliche Nichtkonzept von Bedürfnis, das tatsächlich ein naturalistisches Bedürfniskonzept ist, schließt jede Form von Bedürfniskritik aus. Damit verwehrt sich die Standardökonomik auch, in der Bedürfniskritik eine Strategie der Knappheitsverringerung zu sehen; sie missachtet den bedürfniskritischen Weg zum »Glück«, um sich ganz auf den produktivistischen Weg²³⁸ konzentrieren zu können (vgl. 3.1).²³⁹ Damit schützt sie sich auch vor den Untiefen psychologischer und sozialpsychologischer Theorie und Empirie; das Konzept der offenbarten Präferenzen verstärkt diesen Schutz. Die Nichtzulassung von Bedürfnis-

238. Peter Ulrich setzt eine »Ökonomie der Lebensfülle« dagegen, die sich auf »das für unseren Lebenssinn Wesentliche oder sogar auf das Unerlässliche« konzentriert. »Eine Ökonomie der Lebensfülle unterscheidet sich (...) von einer Ökonomie der bloßen Güterfülle dadurch, dass es in ihr als (sozial-)ökonomisch *nicht* rational gelten wird, Bedürfnisse, die durch lebenskluge (Selbst-)Kritik als Scheinbedürfnisse durchschaut und eliminiert werden können, unreflektiert mittels Güterproduktion zu erfüllen; die prinzipielle Vorentschiedenheit der herkömmlichen, wachstumsorientierten Ökonomie für die (schein)produktive Erfüllung »gegebener« Bedürfnisse erscheint aus dieser Perspektive selbst schon als Ausdruck eines lebensblinden Ökonomismus« (Ulrich 1998, 218 f.). Man beachte, wie konträr sich diese Vorstellung der Beziehung Bedürfnis – Konsum – Glück zu der verhält, die Frank Knight vertritt (vgl. Fn 237).

239. Vgl. Ulrich 1993, 229, 361–369; Ulrich 1998, 218 f.; Zinn 1999, 125.

kritik heißt, dass konsumbezogenes Lernen, das auch die Bedürfnisse und ihre Transformation und nicht nur die Gütereigenschaften umfasst, weitestgehend unmöglich bleibt. Lernen auf Grund konsumtiver Befriedigungs- oder Enttäuschungserfahrungen würde aber u. U. nicht nur zu Modifikationen auf der Güterseite führen, also zu Veränderungen bei den subjektiv hergestellten Beziehungen zwischen Bedürfnis und Marktgut (oder Haushaltsgut), sondern auch zu Modifikationen auf der Bedürfnisseite, indem z. B. bestimmte Bedürfnisse *als unvernünftig abgewählt* werden, weil die individuellen oder gemeinschaftlichen Kosten ihrer Befriedigung zu hoch oder die erreichbaren Grade der Bedürfnisbefriedigung zu niedrig sind.

An der Frage der Bedürfnisreflexion oder Bedürfniskritik entzündet sich in der jüngeren Literatur eine Kritik an der Standardökonomik, die meist mit einer grundsätzlicheren Kritik der Konsumgesellschaft oder des Konsumismus verbunden wird und einen stark normativen Akzent enthält. Besonders in den beiden vergangenen Jahrzehnten hat die Forderung nach Bedürfnisreflexion, vor allem im Zusammenhang mit Fragen der Wirtschaftsethik und der Umweltkrise, aber z. B. auch im Kontext esoterischer Alltagskulturen, eine neue Blütezeit erlebt.

So spielt die Bedürfnisreflexion in der Ökonomikkritik und Wirtschaftsethik von Peter Ulrich eine wichtige Rolle. Er sieht Bedürfnisreflexion als ein wichtiges Potenzial für eine Emanzipation des Konsumenten:

»Jeder Konsument ist – zumindest potenziell – ein mehr oder weniger *kritischer Konsument*, fähig sich gegen eine totale industrialistische ›Kolonialisierung‹ seines Bewusstseins zu wehren, den kompensatorischen Charakter eines Teils seines Konsums zu durchschauen und sich in kritischer Reflexion auf seine authentischen Bedürfnisse zu besinnen. Rationale Bedürfniskritik wird damit zu einem erstrangigem Thema emanzipatorischer Gegenbewegungen gegen den Konsumismus. Sie reduziert die subjektive Abhängigkeit vom Konsum und damit die objektive Abhängigkeit vom Markt und von der (chronisch knappen) Kaufkraft; sie macht frei für nicht-konsumptive, aktive Bedürfnisbefriedigung. (...) Es geht um mehr (echte), nicht um weniger Befriedigung – um innere ›Bereicherung‹, nicht um substanziellen Verzicht« (Ulrich 1993, 114)²⁴⁰.

Dabei hält Ulrich einen *allgemeinen* Konsens über »Rationalität von Bedürfnissen und Vorstellungen vom guten Leben (...) wegen der begrenzten interpersonellen oder gar interkulturellen Übereinstimmung« für

fast ausgeschlossen (Ulrich 1993, 359). Zur Debatte stehen also (eher) individuelle, d. h. vor allem freiwillige Formen der Bedürfniskritik, die ohne weiteres anschlussfähig an den methodologischen Individualismus der Standardökonomik sind.

Schon im Vorfeld der individuellen Konsumwahlentscheidung gibt es eine Reihe von Problemen bei der Evaluation von Bedürfnissen. Sie bestehen vor allem in den Unsicherheiten bei der Diagnose von Bedürfnissen und hinsichtlich der ihnen danach angemessenen »Therapie«. Zu bestimmen sind dabei sowohl die Befriedigungsstrategie (marktlich / nicht marktlich, materiell / nicht materiell) als auch die Menge dafür geeigneter Objekte (vgl. Zinn 1999, 136–138). Eine Reduzierung dieser Unsicherheiten, z. B. durch rationale Bedürfnisreflexion, würde das Ausmaß der Knappheit reduzieren, der »ökonomischen Lebensbewältigung« dienen und Manipulation erschweren (Zinn 1999, 137 f.).²⁴¹

Wer seine Bedürfnisse reflektiert, wendet seine Vernunft auf sie an, stellt sie in einen Zusammenhang und wägt sie gegen andere Bedürfnisse ab; dafür benötigt er einen Maßstab, der als Relevanz des jeweiligen Bedürfnisses für die Lebensqualität beschrieben werden kann (vgl. Zinn 1999, 138–140). Diese *Relevanzprüfung* bezieht sich im Falle eines rein eigennützigen Individuums auf die eigene Lebensqualität, bei altruistischen auch auf die Lebensqualität konkreter Anderer oder von sozialen Gruppen. Daneben kann man die Entstehung von eigenen Bedürfnissen und ihre Transformation in Güternachfrage selbstkritisch reflektieren, um »die Mechanismen (...) zu durchschauen, die unsere Bedürfnisse aktivieren und bestimmte Stimuli in bestimmter Weise wirken lassen« (Zinn 1999, 143). Auch diese *Prozessprüfung* kann man auf die individuelle oder auf die gesellschaftliche Bedürfnisgenese und -transformation beziehen; die Selbsterkenntnis, dass die eigenen Bedürfnisse auch gesellschaftlich bedingt, wenn nicht teilweise sogar gesellschaftlich

240 Mit Konsumismus bezeichnet Ulrich »die fortschreitende Verallgemeinerung des Konsums zur Universalform der Bedürfnisbefriedigung«, »die Übersteigerung des Konsumgenusses«; Konsumismus bezeichnet er als das lebensweltliche Gegenstück zum »Laborismus« in der Arbeitswelt (Ulrich 1993, 112). Ulrich sieht Konsumismus aber nicht einfach als »eine Frage der subjektiven Bedürfnisinterpretation, sondern zu großen Teilen (als) Ausdruck der stetigen Ausdehnung des objektiven Bedarfs der Menschen nach immer mehr Gütern und Dienstleistungen, also einer wachsenden Abhängigkeit von Markt- oder Staatsleistungen« auf Grund struktureller Zwänge im Zuge einer durchgreifenden Kommerzialisierung (S. 114).

241 Alternativen wie die Herstellung von Sicherheit im Bedürfnis-Konsum-Komplex durch konsumtive Tradition spielen nach wir vor eine erhebliche Rolle, differenzieren sich aber in einigen Bereichen und sozialen Gruppen so stark, dass die Sicherheit erodiert.

verursacht sind²⁴², erleichtert sowohl die Relevanz- als auch die Prozessprüfung. Idealtypisch könnte man zwei Funktionen der Vernunft für die Bedürfnisreflexion unterscheiden: Vernunft als moralische Instanz und Vernunft als intelligenter Berater; eine Strategie kann die Reduktion der Dimension von Bedürfnissen durch deren »psychische Relativierung« sein (Zinn 1999, 139–142).

Eine Bedürfnisreflexion, sei es als Prüfung der Bedürfnisrelevanz oder des Bedürfnisprozesses, bedeutet nichts anderes, als das traditionelle ökonomische Kalkül der Zweck-Mittel-Abwägung auf einen unkonventionellen Kontext anzuwenden. Bedürfnisreflexion kann also als ein ökonomisches Verfahren verstanden werden, denn mit dem Begriff kann man zum einen reales Verhalten von Konsumenten beschreiben und zum anderen normativ empfehlen, sich bedürfnisreflektierend zu verhalten. Selbstverständlich gibt es methodische Probleme, wenn man ein streng *quantifizierendes* Verfahren anwenden will. Das reicht aber nicht aus, um Bedürfnisreflexion aus dem Gegenstandsbereich der Ökonomik zu verbannen. Denn erstens verursacht Bedürfnisreflexion empirisch gesehen real und potenziell erhebliche ökonomische Folgen, z. B. durch eine weitere Senkung der Konsumquote, eine Reduzierung des Arbeitsangebots oder durch die Entstehung neuer Warenwelten wie z. B. sanfter Tourismus oder neuer Gütergruppen wie z. B. Langlebigkeitskollektionen der Bekleidungsindustrie. Zweitens birgt Bedürfnisreflexion erhebliche Potenziale der Effizienzsteigerung, indem Wohlstandsverbesserungen z. B. durch die Eliminierung oder Reduzierung von Bedürfnissen, die nicht oder mit zu hohen Kosten zur angestrebten Lebensqualität beitragen, erreicht werden. Bedürfnisreflexion ist so gesehen eine ökonomische Ressource.

Einen erheblichen Wohlstandsgewinn kann man auch dadurch erreichen, dass man sich vom Zwang der Bedürfnisse befreit und sich damit die Chance schafft, aus dem wachstumsökonomischen »rat race«²⁴³ aus-

242 Dabei sind zwei Aspekte wichtig: Erstens wird die Entfaltung von Bedürfnissen und die Art ihrer Befriedigung von der Gesellschaft, insbesondere von ihren Produktionsverhältnissen bestimmt; zweitens bestimmen die Produktionsverhältnisse die Möglichkeiten der Bedürfnisbefriedigung (Wertschöpfungsniveau, Verteilungsverhältnisse) (Zinn 1999, 143).

243 Dessen Teilnehmer verfehlen eine wichtige Einsicht: »Das Ausmaß, in dem bestehende Bedürfnisse befriedigt werden, kann nie größer werden, da die Bedürfnisse proportional mit den Ressourcen wachsen. So erscheint der wirtschaftliche Fortschritt als eines jener Nattenrennen, bei denen die Teilnehmer ständig auf der Stelle treten« (Hirsch 1980, 96). Allerdings wird der Wohlstand durch zusätzliche und/oder verfeinerte Bedürfnisse gesteigert, wenn sie befriedigt werden (S. 98 f.). Vgl. auch Schor (1992) zum Geldverdienen-Geldausgeben-Zirkel, den sie capitalism's squirrel cage nennt.

zusteigen oder wenigstens weniger intensiv und umfassend daran teilzunehmen.²⁴⁴ Ob diese Selbstbefreiung von Bedürfniszwängen und daraus resultierenden Konsumzwängen eher den Aspekt Zeitwohlstand oder den Aspekt Beziehungswohlstand (relationaler Wohlstand; vgl. Diwan 2000) betont, ist angesichts der tief greifenden Umorientierung auf Bedürfnisreflexion und ihrer fundamentalen Folgen zunächst zweitrangig. Vom Zwang oder Druck der Bedürfnisse, die in die Falle der subjektiv wahrgenommenen Knappheitslage drängen, kann man sich grundsätzlich relativ leicht befreien: »Jeder Haushalt, der über mehr Mittel verfügt als es existenznotwendig *für ihn* [Hervorh. RH] ist, kann durch Askese die Knappheit seiner Güter zur Bedarfsdeckung aufheben und damit die Notwendigkeit ökonomischer Rationalität suspendieren« (Schweitzer 1978a, 31). Vor der Askese liegt die kritische Selbstprüfung des Individuums, ob die empfundenen Bedürfnisse *seine* authentischen Bedürfnisse sind:

»Damit müsste es uns (...) mit zunehmender Befriedigung der Existenzbedürfnisse immer leichter fallen, eine *Kultur der selbstkritischen Reflexion unserer authentischen Bedürfnisse* zu entwickeln und so den Lockrufen eines unmäßigen hedonistischen Konsumismus, der sämtliche Versagungen unserer Bedürfnisse nach sinnvollem Tun in kompensatorische Begehrlichkeit nach käuflichen »Genussmitteln« umlenkt, ohne Gefühle des Verzichtensmüssens

244 Es gibt gute Gründe dafür, davon auszugehen, dass zwischen einer »übersteigerten« Konsumgesellschaft und einer »übersteigerten« Arbeitsgesellschaft ein enger Zusammenhang besteht. »Denn je mehr existenziell notwendige Funktionen der primären Lebensgemeinschaft (Familie, Wohngemeinschaft usw.) infolge der fortschreitenden Durchökonomisierung der Lebenswelt durch professionalisierte Systemleistungen verdrängt werden, umso mehr ist diese Lebensgemeinschaft auf die stetige Verfügbarkeit einer wachsenden Kaufkraft zur konsumptiven Versorgung über den Markt angewiesen, und umso größer wird die strukturelle Ohnmacht der Menschen, fehlende Kaufkraft durch Eigenleistungen auszugleichen: sie sind in eine großenteils unfreiwillige, »strukturelle Passivität« hineingezwungen. Diese strukturelle Passivierung verhindert ein befriedigendes, autonomes, aktives Tätigsein (*vita activa*) sowohl in der Lebenswelt als auch in der Arbeitswelt. In der Lebenswelt erzeugt sie eine wachsende Konsumabhängigkeit, mit der immer weniger ein Zuwachs an echter Bedürfnisbefriedigung verbunden ist. Ein wachsender Teil des zusätzlichen Konsums hat rein defensiven oder kompensatorischen Charakter: die Konsumgesellschaft muss immer mehr konsumieren, weil die Menschen aus strukturellen und psychologischen Gründen immer weniger zur aktiven Selbstversorgung fähig sind. Der steigende Konsum spiegelt mehr ihre wachsende Unselbstständigkeit und »Bedürftigkeit« als steigende Lebensqualität. Vor allem steigert er nur wieder ihre Abhängigkeit von »Erwerbstätigkeit« im System. Die übersteigerte Konsumgesellschaft ist zugleich eine übersteigerte Arbeitsgesellschaft. Da alle vom Konsum abhängen, müssen im Prinzip auch alle erwerbstätig sein« (Ulrich 1993, 454 f.). Dagegen einzuwenden ist allerdings erstens, dass es sein kann, dass Individuen diese Übersteigerungen wollen oder zumindest billigend in Kauf nehmen, und zweitens, dass die Kriterien für die Diagnose »übersteigert« noch (individuell und gesellschaftlich) präzisiert werden müssen, und dass dies drittens für die gesellschaftliche Ebene auf Grund der Pluralisierung der Lebensformen und Werte verbindlich kaum möglich ist.

zu widerstehen. Kurz und gut: Das Phänomen der Knappheit benötigter Güter würde der Befindlichkeit und dem Empfinden der *Lebensfülle* Platz machen – Sein statt Haben« (Ulrich 1998, 220).

Völlig unabhängig davon, ob man ausgerechnet Askese für eine Erfolg versprechende Strategie hält und ob man dieser Lebens- und Konsumphilosophie Ulrichs zustimmen will, kann man festhalten, dass Bedürfnisreflexion aus den Fesseln der Ökonomie und dem Zwang zum permanenten Kalkül befreien kann – jedenfalls subjektiv und partiell. Das provoziert, so von Schweitzer, das *Desinteresse* der Ökonomen: »Diese begrenzte Bedeutung der ökonomischen Rationalität für die Erklärung und Bestimmung haushälterischen Handelns hat dazu geführt, dass Ökonomen an Privathaushalten wissenschaftlich desinteressiert sind« (1978a, 31). Aus den dargestellten Gründen ist dieses standardökonomische Desinteresse aufzugeben, und die Bedürfnisökonomie muss thematisiert werden.

Dabei wird es nicht nur darum gehen, in einer Bedürfnisökonomik die Bedürfnisökonomie angemessen zu modellieren und zu erklären, sondern auch um die bedürfnispolitische Frage, ob und wie ein höherer Grad an Bedürfnisreflexion tatsächlich individuell und/oder gesellschaftlich²⁴⁵ erreicht werden kann. Diese komplexe Frage kann hier nicht weiter diskutiert werden. Nur ein Hinweis sei dazu erlaubt: Norbert Elias hat gezeigt, wie im Kontext des Zivilisationsschubes, der seit dem späten Mittelalter und der frühen Renaissance zu beobachten ist, sich stärkere und stärker internalisierte Selbstkontrollen entwickelt haben:

»Diese nun in höherem Maße einsetzende Verwandlung zwischenmenschlicher Fremdzwänge in einzelmenschliche Selbstzwänge führt dazu, dass viele Affektimpulse weniger spontan auslebbar sind. Die derart im Zusammenleben erzeugten, selbsttätigen, individuellen Selbstkontrollen, etwa das ›ratio-

245 Ulrich weist nachdrücklich darauf hin, dass sich in der Situation anhaltender Massenarbeitslosigkeit seit einiger Zeit die klassische Zielbestimmung, Wirtschaften oder Produzieren, um zu konsumieren, verwandelt in das Ziel zu konsumieren, um produzieren zu können: »Dabei kehrt sich mit der fortschreitenden Produktivitätssteigerung des Industriesystems der strukturelle Sachzwang immer mehr um. In dem Maß, wie die produzierten Güter reichlicher werden und die Nachfrage auf dem Markt übersteigen, verschiebt sich die wirkliche ökonomische Knappheit von den Gütern zu den Arbeitsplätzen, an denen die im wahrsten Sinne des Wortes unselbstständigen Arbeitnehmer die benötigte Kaufkraft für den Erwerb der produzierten Güter verdienen können: es muss immer mehr konsumiert und mehr produziert werden – das heißt das System muss wachsen –, damit mehr gearbeitet werden kann! Es geht nicht mehr primär darum, dass die Arbeit bedürfnisbefriedigende Produkte schafft, sondern dass die Produktion ›Arbeit schafft‹« (Ulrich 1998, 455).

nale Denken« oder das »moralische Gewissen«, schieben sich nun stärker und fester gebaut als je zuvor zwischen Trieb- und Gefühlsimpulse auf der einen Seite, die Skelettmuskeln auf der andern Seite ein und hindern die ersteren mit größerer Strenge daran, die letzteren, das Handeln, direkt, also ohne Zulassung durch diese Kontrollapparaturen, zu steuern« (Elias 1980/1939, LXI).

Bei der zivilisatorischen Transformation »hat man es nicht mehr allein mit Transformationen des »Wissens«, mit Wandlungen von »Ideologien«, kurz mit Veränderungen der Bewusstseinsgehalte zu tun, sondern mit den Veränderungen des gesamten menschlichen Habitus (...) Hier handelt es sich um Gestaltwandlungen des ganzen Seelenhaushalts durch alle seine Zonen von der bewussteren Ichsteuerung bis zur völlig unbewusst gewordenen Triebsteuerung hin« (Elias 1979/1939, 388).²⁴⁶

Wenn die Zivilisationstheorie von Norbert Elias in diesem Punkt überzeugt, dann gibt es keinen Grund, individuelle *und* soziale Bedürfnisreflexion als unmöglich oder als völlig neue Aufgabe zu charakterisieren.²⁴⁷ Denn sie ist als sozialer und individueller Prozess ein wesentliches *Strukturmerkmal* menschlichen Handelns in der Gesellschaft, obgleich dies der individuellen Bedürfniswahrnehmung und Bedürfnistransformation auf Grund ihrer unbefragten Selbstverständlichkeit meist verborgen bleibt. Mehr noch: In der modernen Konsumgesellschaft mit ihrer ubiquitären Konsumkommunikation erscheint individuelles Konsumhandeln *vor* oder *außerhalb* der Gesellschaft geradezu als unmöglich.

5.2 Nutzen

5.2.1 Subjektivität und Maximierung

Im Unterschied zur eben diskutierten Kategorie Bedürfnis setzt der Begriff Nutzen (oder Genuss) stärker am angestrebten Ergebnis des Kon-

246 Heute wird z. B., wenngleich als eine wesentlich weniger epochale Tendenz, ein Gestaltwandel der Persönlichkeit in Richtung eines multiplen Selbst diskutiert (vgl. für eine konsumökonomische Interpretation Schlösser 1992, 117–160).

247 Und diese Zivilisationstheorie gibt genug Anlass, das naturalistische Menschenbild oder die naturalistische Akteursfiktion des *homo oeconomicus* oder des LAMM (vgl. 2.1.1) zu revidieren.

sumhandelns, der Bedürfnisbefriedigung an, als an ihrem treibenden Motiv, dem Bedürfnis. Damit werden die subjektiven Konsummotive scheinbar in den Hintergrund gerückt. Der Nutzenbegriff scheint objektivierend zu wirken, da Bedürfnisse begrifflich tendenziell stärker an das Subjekt gebunden sind, Nutzen dagegen eher auf das Objekt gerichtet ist.²⁴⁸ Entgegen diesem Eindruck lässt der Nutzenbegriff zwei unterschiedliche Ausrichtungen zu; man kann Nutzen eher objektiv, durch prinzipiell messbare Gütereigenschaften, oder eher subjektiv, durch die individuell unterschiedliche Wertschätzung bestimmter Gütereigenschaften, bezeichnen.

Theoriegeschichtlich durchgesetzt hat sich schließlich der subjektive Nutzenbegriff; die Orientierung am objektiven Gebrauchsnutzen von Gütern wurde damit verdrängt. Carl Menger hat den subjektiven Nutzenansatz nachdrücklich gegenüber substanzialistischen Nutzenauffassungen verteidigt und betont, dass Werte nicht aus den Eigenschaften der Güter resultierten, sondern sich allein aus der individuellen Wertschätzung dieser Güter ergeben, genauer: aus der subjektiven Einschätzung ihrer Eignung für die Bedürfnisbefriedigung (vgl. Pribram 1992, 542). Der Tauschwert eines Gutes hängt deshalb entscheidend davon ab, wie potenzielle Nachfrager über seinen Gebrauchswert urteilen (Streissler/Streissler 1966, 38). Dieses subjektive Wert-Urteil ergibt sich aus der subjektiven Evaluation, ob und wie sehr das jeweilige Gut zur Befriedigung ausgewählter Bedürfnisse geeignet zu sein scheint (Nutzen). Einige moderne Ansätze der Standardmikroökonomik verzichten allerdings ganz auf den Begriff Bedürfnis und operieren nur mit Nutzen oder mit Präferenzen (z. B. Feess 1997); das wird noch zu diskutieren sein (vgl. 5.3).

Für die neoklassische Marginalanalyse der Nachfrage hat der Begriff Grenznutzen eine zentrale Bedeutung. Allgemein bezeichnet er die Wertschätzungen, die einer weiteren Einheit eines gegebenen Güterbestandes subjektiv zugeschrieben werden; im Grenznutzen drücken sich also die Werturteile der Individuen über marginale Gütermengen aus (vgl. Pribram 1992, 542 f.).²⁴⁹ Der Wert wird jetzt ausschließlich an

248 Allerdings gibt es auch zahlreiche Versuche, Bedürfnisse zu »objektivieren«, sei es durch Kategorisierung, z. B. in notwendige und zusätzliche Bedürfnisse (vgl. Häuser 1974, 450), höhere und niedrigere Bedürfnisse (Marshall 1920) oder durch Hierarchisierung, z. B. in der Maslowschen Bedürfnispyramide (Maslow 1975); vgl. auch die Theorie der Bedürfnisse bei Menger (1968/1871, 32–50).

den subjektiv bewerteten Beitrag gebunden, den die Güter zur individuellen Bedürfnisbefriedigung und zum daraus gewonnenen Nutzen leisten. Damit entsteht ein neuer Lösungsansatz für das ökonomische Wertproblem, der ganz auf den subjektiven Wertbegriff setzt.²⁵⁰ Für die Standardmikroökonomik bestimmt nun der Konsum, den schon Adam Smith zum letzten Zweck allen Wirtschaftens erhoben hat, auch den Wert der Marktgüter. Mit dem Grenznutzendenken dringt das hedonistische Prinzip der Lust- oder Nutzenmaximierung und die »subjektivistische Gleichsetzung von Glück, Bedürfnisbefriedigung und Güternutzen« in die Ökonomik ein (Ulrich 1998, 178).

Die Grenznutzenanalyse liefert die erste eigenständige ökonomische Konsumtheorie und stellt bis heute den Kern der neoklassischen Mikroökonomik: »Die Nutzentheorie bildet die Grundlage der modernen Entscheidungstheorie und damit den Kern der Theorie des wirtschaftlichen Verhaltens von Konsumenten und Produzenten« (Neumann 1980, 349).

Dem Grenznutzenansatz liegt die methodische Innovation der Marginalanalyse zu Grunde (»marginalistische Revolution«), die davon ausgeht, dass man ökonomische Gesetze oder Regeln leichter erkennen kann, wenn man Grenzsituationen analysiert, *und* dass diese Analyseform Mustern realen ökonomischen Verhaltens nahe kommt (Kromphardt 1982, 908).²⁵¹ Entsprechend dieser Methodenidee wird unter dem (additiven) Grenznutzen der *zusätzliche* Nutzen verstanden, der dadurch erreicht wird, dass man zu einem verfügbaren Gütervorrat eine weitere Gütereinheit erhält. Die kardinale Nutzentheorie intendierte, den Nutzen in absoluten Nutzeneinheiten zu messen, was den besonderen Reiz ausstrahlte, die Haushaltstheorie in völliger Analogie zur Unternehmenstheorie konstruieren zu können, wo die Zielgröße Gewinn

249 Genauer sind mindestens zwei Grundversionen des Grenznutzenbegriffs zu unterscheiden (vgl. Streissler 1974, 30). Die Österreichische (Psychologische) Schule versteht darunter den Nutzen der letzten verwendeten Gütereinheit, die angloamerikanische Version den, durch die Verwendung der letzten Gütereinheit entstehenden Zuwachs am gesamten Nutzen einer Entscheidungseinheit.

250 Versuche, den Wert der Güter durch die Nachfrage und damit durch die Faktoren Seltenheit und Nützlichkeit zu erklären, gibt es seit Mitte des 18. Jahrhunderts. Dabei erkennt man zwar mehr und mehr den Einfluss subjektiver Faktoren, aber noch nicht den des subjektiven Bedürfnisses (Streissler/Streissler 1966, 37 f.).

251 Vgl. Pribram 1992, 523. Die Marginalanalyse muss die Ceteris-paribus-Klausel unterstellen und lässt sie in der Regel unspezifiziert; soll die marginalanalytisch begründete Theorie empirisch relevant sein, müssen die Ceteris-paribus-Bedingungen spezifiziert werden (Kromphardt 1982, 908).

in absoluten Geldeinheiten gemessen wird (Böventer/Illing u. a. 1997, 13). Dieser Versuch scheiterte und an seine Stelle trat die, zunächst vor allem von Pareto verfochtene ordinale Nutzentheorie. Sie lehnt die intersubjektive Messbarkeit und Vergleichbarkeit von Nutzen ab und beschränkt sich auf eine intrasubjektive Ordnung von Nutzenniveaus, ohne dass diese quantitativ verglichen werden können.

Die Grenznutzenanalyse umfasst drei Strömungen, die sich auf Grund methodologischer Differenzen gebildet haben: eine utilitaristische mit William Stanley Jevons als Begründer, eine mathematische, entwickelt von Léon Walras, und eine psychologische, begründet von Carl Menger.²⁵² Die konsumtheoretisch wichtigen Inhalte dieser Schulen werden im Folgenden kurz skizziert. Bereits 1854 hat allerdings Hermann Heinrich Gossen mit seinem Sättigungsgesetz und Genussausgleichsgesetz wesentliche grenznutzen-theoretische Erkenntnisse, die später von Jevons, Walras und Menger vorgestellt wurden, sozusagen »vorweggenommen«.²⁵³ Seine Arbeit blieb aber zunächst völlig unbekannt.²⁵⁴ Gossen übernahm das utilitaristische Prinzip, jeder Mensch wolle seine Genüsse maximieren, und analysierte auf dessen Grundlage die Beziehungen zwischen isolierten Individuen und einzelnen Gütern aus einem vorhandenen Vorrat (vgl. Pribram 1992, 525 f.).

Jevons konzipiert seine Nutzentheorie²⁵⁵ utilitaristisch als Mechanik des Nutzens und des Selbstinteresses (Jevons 1871). Wie die klassischen Hedonisten sieht Jevons als Nutzen identisch mit Lust oder Glück, die Größe des Nutzens entspricht der Größe des erzeugten Lustgefühls; das resultiert aber nicht länger aus den Eigenschaften der Güter selbst, sondern aus der individuellen Wertschätzung.²⁵⁶ Jevons analysiert die Be-

252 Vgl. Pribram 1992, 526 f. Beides, die Entstehung der Grenznutzenanalyse und ihre Spaltung in Strömungen, unterstreicht, wie stark methodologische – und nicht inhaltliche – Motive die ökonomische Theoriebildung beeinflusst haben (und beeinflussen) (Pribram 1992, 527 f.).

253 Im dogmenhistorischen Rekurs kann man selbstverständlich noch weiter zurückgehen und stößt in der Mitte des 18. Jahrhunderts z. B. auf den merkantilistischen Nutzentheoretiker Ferdinando Galiani, der das Phänomen der Sättigung darauf zurückführte, dass man mit zunehmender Bedürfnisbefriedigung an einen Punkt gelange, wo die Mühen der Befriedigung die gewonnene Lust zu übertreffen begännen (vgl. Pribram 1992, 226 f.).

254 Gossen gibt ein treffendes Beispiel für Pribrams Behauptung, dass die Ursache für die grundsätzlichen Auseinandersetzungen der Ökonomik »in gegensätzlichen Denkströmungen zu suchen« ist (Pribram 1992, 15) und für die Abhängigkeit des wissenschaftlichen Erfolgs vom allgemeinen gesellschaftlichen und kulturellen Kontext: »Die hedonistischen Grundsätze, die den Gossenschen »Gesetzen« zu Grunde liegen, und seine mechanistische Konzeption des Geistes waren der öffentlichen Meinung in Deutschland so widerwärtig«, dass Gossen sein Buch zurückzog (Pribram 1992, 525).

255 Vgl. zum folgenden Pribram 1992, 526 f., 531–533 und 678 f.

ziehung zwischen individuellen Wünschen, Genüssen und Wertungen auf der einen, individuellem Handeln und Tausch auf der anderen Seite und beschränkt sich dabei auf ökonomisch relevante Bedürfnisse. Darunter versteht er individuelle physische Wünsche, nicht aber Bedürfnisse in sozialen oder moralischen Zusammenhängen. Menschen strebten ein Maximum an Glücksgütern an; weil sie sich Lust, die aus dem Genuss der begehrten Güter entstehe, mit minimalem Aufwand an Unlust verschaffen wollten, schätzten sie beides gegeneinander ab und maßten den Gütern nur deren Grenznutzen als Wert zu. Der Güterwert resultiere also aus dem Grenznutzen. Die Grenznutzen konzipiert Jevons kardinal, d. h. als messbar und miteinander vergleichbar.

Menger – und mit ihm die so genannte Psychologische Grenznutzenschule oder Österreichische Schule – distanziert sich sowohl vom utilitaristischen Ansatz Jevons' als auch vom mathematischen und gleichgewichtstheoretischen Ansatz Walras' (Menger 1968/1871).²⁵⁷ Es geht ihm um das Ziel, *kausale* Beziehungen zwischen ökonomischen Größen zu finden. Eine Erklärung ökonomischer Phänomene kann man nach Auffassung dieses Ansatzes nur erreichen, wenn man sich auf Beobachtbares beschränkt *und* die psychologischen Aspekte des ökonomischen Verhaltens der individuellen Akteure analysiert. Die psychologischen Prinzipien, die der Wertung von Gütern und der Bildung von Tauschwerten zu Grunde liegen, sollen auf dem Wege der – höchst umstrittenen – Methode der Introspektion gewonnen werden.²⁵⁸

Vor allem aus methodischen Gründen²⁵⁹ nimmt die psychologische Version der Grenznutzentheorie an, die Maximierung der individuellen Bedürfnisbefriedigung sei das einzige Motiv ökonomischen Verhaltens. Sie wendet sich aber nachdrücklich gegen die unrealistischen Annahmen

256 Vgl. Knobloch 1994, 82 f.

257 Vgl. zum folgenden Pribram 1992, 527, 541–545, 586–591 und 775–785.

258 So konstatiert z. B. Luckenbach, dass im Analogieschluss von Eigenpsychischem auf Fremdpsychisches gewonnene Aussagen grundsätzlich nicht möglich und schon gar nicht wissenschaftlich seien (Luckenbach 1975, 18). – Offensichtlich wird die Introspektion allerdings in der Form einer explizit vorgeschlagenen und angewendeten wissenschaftlichen Methode wesentlich kritischer beurteilt als in der verbreiteten Form einer implizit verwendeten Methode des »gesunden Menschenverstandes« im Sinne der von Simon kritisierten Lehnstuhlökonomik (vgl. 2.1.3).

259 Pribram betont, dass methodologische Fragen für diese Schule eine große Rolle gespielt haben, da sie sich vor allem mit methodologischen Angriffen, insbesondere von Seiten der deutschen Historischen Schule, sowie auch aus nominalistischer und funktionalistischer Richtung, auseinander setzen musste, aber auch von sich aus ein dezidiertes Interesse an methodologischen Fragen entwickelte (Pribram 1992, 543 f., 587, 775).

der Vertreter der mathematischen Grenznutzenschule. In der Kritik stehen vor allem die infinitesimale Teilbarkeit der Nutzen, die der psychologischen Erfahrung widerspreche, und die Behandlung der individuellen Grenznutzenschätzungen, die weder direkt messbar, noch exakt miteinander vergleichbar seien. Ein Vergleich von Grenznutzen sei nur auf dem Wege der Hierarchisierung, also als ordinale Skalierung möglich.

Walras betrachtet die Ökonomik als angewandte Mathematik.²⁶⁰ Er und seine Lausanner Schule suchen nach *Funktionsbeziehungen* zwischen ökonomischen Größen, nicht nach Kausalitäten. Walras konzipiert quasi-mechanische Wirtschaftsakteure, die nach dem Prinzip des Grenznutzensausgleichs handeln (Walras 1874, 1877). Seine mathematische und totalanalytische Konstruktion eines umfassenden, allgemeinen Gleichgewichtssystems interdependenter ökonomischer Größen erfordert eine Reihe extremer Annahmen.²⁶¹ Vertreter der mathematischen Richtung der Grenznutzenlehre konstruierten auch der Erfahrung ganz offensichtlich widersprechende Annahmen, »wenn nur die Anwendung mathematischer Methoden durch die Einführung solcher Fiktionen erleichtert wurde« (Pribram 1992, 530). Im Zentrum steht die reine Analyse des Warentausches mit einer »umgekehrten« Nutzenvorstellung. Sie unterstellt, »dass wenn eine Sache Wert habe, sie auch nützlich sei (...) Nützlichkeit ist nunmehr ein Attribut von Preis-Mengen-Relation zwischen zwei austauschbaren Waren« (Biervert/Wieland 1987, 43). Zu den Annahmen, die auch das Konsumverhalten und den Konsum betreffen, gehören vor allem ein vollständig informiertes Individuum, die unendliche Teilbarkeit der Nutzen und aller Güter, die Messbarkeit und Vergleichbarkeit der Grenznutzen sowie die Maximierung der Bedürfnisbefriedigung.

Vilfredo Pareto führt das Walrasianische Denken fort, um ein hypothetisches²⁶² ökonomisches System zu konzipieren, das von den Wünschen der Individuen und den dagegen stehenden Hindernissen beherrscht wird. Dabei konzentriert er sich auf den subjektiv empfundenen »Nutzen« als Ausdruck der subjektiven Befriedigungsgefühle (vgl. Knobloch 1994, 84 f.). Den traditionellen Begriff Nutzen ersetzt Pareto

260 Vgl. zum folgenden Pribram 1992, 527, 535–541 und 576–581.

261 Die Vereinfachungen und Implikationen des Walrasianischen Ansatzes – statische Analyse, Ignorieren der Anpassungsprozesse und des Zeitbedarfs sowie der Probleme beschränkter Information – bilden den Kern der neoklassischen Ökonomik (Kromphardt 1982, 929).

262 Für Pareto müssen allerdings, anders als bei der später erfundenen Als-ob-Methodologie, die Prämissen der deduktiven Schlüsse auf beobachtbaren Daten beruhen (Pribram 1992, 577).

durch »Ophelimität«, um ihn zu einer bloßen Nutzenvorstellung, zur persönlichen Präferenz umzudeuten und von allen ethischen Implikationen zu reinigen (Biervert/Wieland 1987, 44). Außerdem bezieht er den Nutzenbegriff auf mehrere, substitutive oder komplementäre Güter. Pareto kappt die bei Walras noch relevanten Bezüge zu psychologischen Vorstellungen über die Akteure und stellt um auf ordinale Präferenzskalen, deren Konzeption immer weiter von Nutzenvorstellungen bereinigt wird (Kolb 1997, 127). Dabei greift Pareto u. a. das Indifferenzmodell²⁶³ von Edgeworth auf, der berücksichtigt, dass Konsumenten ihre Wünsche oft indifferent auf Kombinationen mehrerer Güter richten, d. h., dass sie keine bestimmte Kombination eindeutig präferieren. Die Darstellung der Indifferenzkurven eines Individuums soll ein »fotografisches Bild« seiner beobachtbaren Vorlieben liefern. Pareto verfolgt dabei das methodische Ziel, »jede Bezugnahme auf Messbarkeit und Vergleichbarkeit von Nutzenschätzungen auszuschalten und die Grenznutzenanalyse in eine reine Theorie der Wahlakte zu verwandeln« (Pribram 1992, 579), ohne sich auf psychologische Faktoren beziehen zu müssen²⁶⁴.

Diese Entwicklung hin zu einer immer abstrakteren axiomatischen Entscheidungstheorie bildet einen der beiden konsumtheoretischen Stränge, die sich nach 1890 trennen (Streissler/Streissler 1966, 40). In diesen Kontext gehören die wichtigen Arbeiten von Slutsky (1915), Hicks und Allen (1934) und Samuelson (1938). Die standardmikroökonomische Nachfrageanalyse – und die darauf reduzierte Konsumtheorie – pflegt diese Tradition bis heute. Aus ihrer Sicht erscheint es als theoretischer Fortschritt der Ökonomik, wenn die moderne Nachfrage-theorie sich ganz von nutzentheoretischen Grundlagen und psychologischen Bezugnahmen befreien kann und dennoch ähnliche Analyse-ergebnisse wie die Nutzentheorie produziert (vgl. Häuser 1974, 451 f.):

»Die Annahme der rationalen Wahl ist gleich bedeutend mit der Hypothese der *Nutzenmaximierung*. Die Annahme der Nutzenmaximierung beinhaltet

263. In modernen standardökonomischen Modellen wird der Indifferenzbegriff meist in der Variante »schwache Indifferenz« verwendet, auch behavioristische Indifferenz genannt, d. h., x_1 wird etwa gleich oft gewählt wie x_2 . »Starke Präferenz« meint, unter gleichen Umständen wird x_1 stets x_2 vorgezogen. »schwache Präferenz«, dass x_1 häufiger gewählt wird als x_2 (vgl. Streissler/Streissler 1966, 24).

264. Ein Vorgehen, das Wicksteed nachdrücklich begrüßt: »Es besteht kein Anlass, das ökonomische Motiv oder die Psychologie des homo oeconomicus zu bestimmen, da die Wirtschaftswissenschaft Relationen, nicht Motive untersucht« (Wicksteed 1914, zit. n. Pribram 1992, 530).

dabei keine auch noch so vage formulierte Aussage darüber, auf Grund welcher Motive der Haushalt einen Konsumplan (...) vorzieht oder welche Ziele der Haushalt mit der Wahl eines bestimmten Konsumplans verfolgt« (Böventer/Illing u. a. 1997, 82).

Slutsky gelingt es schon 1915, den Nutzenbegriff völlig zu eliminieren und durch die Annahme zu ersetzen, der Konsument maximiere seine *Nachfragefunktion* (vgl. Pribram 1992, 685). Das, standardökonomisch betrachtet, äußerst zufrieden stellende Ergebnis einer fortschreitenden Formalisierung und einer zunehmenden Entfernung von inhaltlichen Festlegungen verkörpert die Interpretation der modernen Nutzenfunktion:

»Die Nutzenfunktion, nach der bestimmte Versorgungszustände eines Individuums bewertet werden, wird heute lediglich als ein bequemer mathematischer Ausdruck der Präferenzen, der Vorlieben und Abneigungen eines Individuums aufgefasst, die seinen Entscheidungen im wirtschaftlichen Leben zu Grunde liegen« (Neumann 1980, 349).

Der andere Strang der Konsumtheorie konzentriert sich auf institutionelle und qualitative Aspekte, arbeitet multidisziplinär und ist zum Teil stark empirisch orientiert; in dieser heterodoxen, in der Ökonomik bis heute marginalisierten Tradition stehen u. a. Veblen (1899) als einer ihrer Begründer, Patten (1901) und Halbwachs (1905) (Streissler/Streissler 1966, 40 f.).

Eine Gemeinsamkeit haben alle drei Grenznutzenschulen und die traditionelle Standardökonomik: Aus ihrer Sicht verfolgen Konsumenten oder Haushalte durch rationales Wahlverhalten das Ziel der Nutzenmaximierung (Raffée 1969, 57). Das individuelle Nutzenmaximum ist erreicht, wenn der Haushalt sein Befriedigungsniveau nicht mehr erhöhen kann, indem er ein anderes Güterbündel wählt; in dieser Situation befindet er sich in seinem individuellen Gleichgewicht (vgl. Luckenbach 1980, 301). Die individuelle Nutzenmaximierung stellt den Eckpfeiler des konsumtheoretischen Zweiges der Grenznutzentheorie dar²⁶⁵; sie ist Inbegriff und Höhepunkt der Rationalität im Konsum und der Parallelisierung der konsumtiven Rationalität mit der Rationalität des Produzenten (vgl. Streissler/Streissler 1966, 40; vgl. 4.2.2.2). Konsum wird dem produktivistischen Paradigma unterworfen und *formal* in völliger Analogie zur Produktion modelliert:

265 Walsh (1970, 23 f.) datiert die »Herrschaft« des Nutzen(maximierungs)konzepts von ca. 1880 bis mindestens zum Ende der 1930er, bis zur Hicks-Allenschen Indifferenzrevolution.

»Wir haben bereits auf die analytische Ähnlichkeit zwischen dem Indifferenzkurvensystem eines Konsumenten und der Isoquantenschar eines Produzenten sowie auf die Analogie zwischen den Bedingungen einer effizienten Produktion und denen einer konsistenten Konsumwahl hingewiesen. Wir fragen uns nun, ob sich nicht auch eine Analogie auf der Faktorseite herstellen lässt, indem wir Güter als Inputs irgendeines der Produktion ähnlichen Prozesses betrachten« (Lancaster 1991, 252).

In der Produktion werden nach diesem Ansatz (Faktor-)Inputs kombiniert, um maximalen Profit zu erzielen, im Konsum werden (Güter-)Inputs kombiniert, um maximalen Nutzen zu erreichen.²⁶⁶ Die Maximalen von Produzenten und Konsumenten erscheinen als formal gleich (Albert 1977, 191).

Nutzenmaximierung ist darüber hinaus eine methodische Voraussetzung dafür, die Theorie des Nachfrageverhaltens in die allgemeine Gleichgewichtstheorie widerspruchsfrei und bequem zu integrieren:

»Implizit oder explizit ist also die Annahme einer *Nutzenmaximierung* in dieser Theorie [der neoklassischen; RH] die zentrale Hypothese. Ihr heuristischer Wert besteht darin, dass sie durch Postulierung eines idealen, i. e. rationalen Verhaltens als Entscheidungsregel in die abgeleiteten Nachfragefunktionen Bedingungen einbaut, unter denen diese zugleich Optimallösungen, und das sind *Gleichgewichtslösungen*, für ein entsprechendes Nachfrageentscheidungsproblem angeben« (Streissler 1974, 24).

Schließlich gehört das Nutzenmaximierungsaxiom als individuelle *Handlungsmaxime* und als *wirtschaftsethisches Kriterium* der sozialen Gesamtnutzenmaximierung zu den Fundamenten der Standardökonomik (Ulrich 1998, 178–180). Nutzenmaximierung kann verstanden werden »als Maximierung des Lebensniveaus oder als Präferenzmaximierung«, wobei mit »Lebensniveau« materielle Versorgung und die Erfüllung immaterieller Ansprüche gemeint ist (Krelle 1953, 54, 71; zit. n. Raffée 1969, 57). Auch die Annahme der Nutzenmaximierung wurde im Zuge der Weiterentwicklung der Standardökonomik in immer abstraktere Versionen transformiert und schließlich ganz aufgegeben; darauf werde ich im Zusammenhang mit den Präferenzen näher eingehen (vgl. 5.3.1).

266 Vgl. Lancaster 1991, 240 f., 252; Ackerman 1997, 152.

5.2.2 Kritik des Nutzenkonzeptes

Die elementaren Grundlagen des standardökonomischen Nutzenkonzeptes werden hier unter drei Aspekten kritisiert: implizite Normativität des Nutzenbegriffs, Nutzenmaximierung und Parallelisierung von Nutzen mit Gewinn sowie Ignoranz gegenüber der Nutzenentstehung und multiple Nutzen. Eine Reihe von Argumenten dazu habe ich oben schon entwickelt.

5.2.2.1 Normativität des Nutzenbegriffs

Die traditionelle Nachfragetheorie unterwirft Konsum im Rahmen der Nutzentheorie einer doppelten Zweckbestimmung. Inhaltlich soll Konsum individuellen Nutzen stiften und formal soll dieser Nutzen maximiert werden. Die Standardökonomik leugnet jegliche Festlegung auf irgendwelche Konsumzwecke, und der von ihr verwendete utilitaristische Nutzenbegriff ist bewusst als »Sprachhülse für bereits vorauszusetzende Wertentscheidungen über Bedürfnisse und Bedürfnisbefriedigungen« konzipiert (Ulrich 1993, 202). Dennoch handelt es sich – auch gerade deshalb – um einen normativen Nutzenbegriff. Zunächst wird die Orientierung des individuellen Handelns am individuellen Nutzen und an der Maxime der Nutzenmaximierung nicht nur als für alle Akteure typisch angenommen oder gesetzt, sondern zugleich als von sich aus legitimiert unterstellt. Zweckrationales Handeln setzt existierende Zwecke voraus; diese können aber standardökonomisch nicht diskutiert werden, weshalb das Faktische auch als das Richtige und Gute betrachtet werden muss (Biervert/Wieland 1987, 46). Das Nutzenkalkül wird völlig individualisiert von jeglicher Rücksichtnahme auf die Folgen einer Handlung in der Zukunft und für die Gemeinschaft befreit (S. 39 f.). Normativ geleitetes Konsumhandeln wird grundsätzlich ausgeschlossen. Manche modernen Ansätze greifen Normen allerdings als Argument der *individuellen* Nutzenfunktion oder als Restriktion des *einzelnen* Konsumenten auf.

Implizit und in seinen Annahmen bzw. Axiomen unterstellt der standardökonomische Nutzenbegriff darüber hinaus Rationalität im Konsum, jedenfalls so weit es um die Nachfrage nach Marktgütern geht. In den modernen Varianten bleibt davon nicht viel mehr als Rationalität im Sinne von Konsistenz übrig. Vor allem aus methodischen Gründen

wird die individuelle Nutzenkonzeption von vornherein in einen engen Rahmen gezwängt. Damit geht außerdem eine quantitative Auffassung von Rationalität einher, nach der ein höheres Niveau an Nutzen – und damit ein höheres Maß an Bedürfnisbefriedigung – erstrebenswerter *und* besser ist als ein niedrigeres; das legt es nahe, die Maximierung des Nutzens als Norm zu verstehen (vgl. Ulrich 1998, 178):

So »wird in der neoklassischen Ökonomie die normative Aufladung der hedonistischen Prämissen dadurch verdeckt, dass sie eine axiomatische Form erhält: Es wird nicht unmittelbar die Nutzenmaximierung gefordert, sondern diese wird als »rationales« individuelles Verhalten definiert. Doch auch die Auszeichnung einer Verhaltensweise als rational hat selbstverständlich normative Bedeutung, denn Rationalität ist ein Orientierungsbegriff, der seinen praktischen Sinn letztlich darin findet, auszudrücken, wie wir uns vernünftigerweise verhalten sollen« (Ulrich 1998, 179).

Eine ganze Reihe von Konsumorientierungen scheidet nach dieser Konzeption schon als Möglichkeit aus, beispielsweise Konsum als Selbstzweck, etwa zur habituell gesteuerten physischen, psychischen und sozialen Selbsterhaltung des Individuums, oder einfach als Gewohnheit. Vor allem aber ist erneut zu betonen, dass jede Form von Bedürfnisreflexion und Reflexion der Nutzenmaximierung »axiomatisch auf das hedonistische Ziel der Nutzenmaximierung geschrumpft« ist (Ulrich 1998, 179). Die potenzielle Einsicht, dass man mit den eigenen Nutzenerwägungen irren kann, und die Chance, Irrtümer durch eine Revision der Nutzenerwägungen zu korrigieren, wird ausgeblendet (Biervert/Wieland 1987, 45). Dass Nutzen auch eine Frage des rechten Umgangs mit der als nutzenträchtig vermuteten Sache ist und damit eine Frage der praktischen Vernunft, kann so nicht einmal gedacht werden (S. 34). Diese Aspekte einer verborgenen inhaltlichen Normativität lassen sich auch dadurch nicht kaschieren, dass die Standardökonomik Nutzen inhaltlich völlig unspezifiziert lässt und erklärt, dieser sei allein der subjektiven Wertung des konsumierenden Individuums zugänglich.

Diese inhaltliche Entleerung des Nutzenbegriffs ergibt sich als Ergebnis der systematisch darauf abzielenden Arbeit der Standardökonom:

»Dieser Entleerungsprozess scheint zu einem nicht geringen Teil innertheoretischen Schwierigkeiten beim Aufbau einer rein mathematischen Theorie geschuldet zu sein. Alles was sich gegen Mathematisierung und das heißt Quantifizierung sperrt, wird Zug um Zug aus dem Nutzenbegriff hinausgeworfen« (Biervert/Wieland 1987, 47).

Damit kann man festhalten, dass der Nutzenbegriff inhaltlich entleert wird und zugleich normativ aufgeladen bleibt. Das ist zu einem erheblichen Teil der Maximierungsannahme geschuldet.

5.2.2.2 Nutzenmaximierung

Abgesehen davon, dass sie selbst auch normativ geprägt ist, überzeugt die Annahme der Nutzenmaximierung für Konsumenten oder private Haushalte auch inhaltlich weit weniger als die Annahme der Gewinnmaximierung für Unternehmen (vgl. Raffée 1969, 61; vgl. 5.1.2.2). Denn die Annahme nutzenmaximierenden Verhaltens stützt sich ausschließlich auf die individuelle Rationalität und die Budgetrestriktion. Äußere, zur Maximierung zwingende oder zwängende Faktoren entfallen weitgehend. Hier liegt ein fundamentaler Unterschied zum Unternehmen, wo immerhin das Konkurrenzprinzip und die Sanktion des Untergangs in enger Wechselwirkung stark verhaltensdeterminierend wirken. Zwar gibt es bei Konsumenten wirksame soziale Faktoren, die als verhaltensprägend betrachtet werden können; aber gerade diese Faktoren schließt die Standardmikroökonomik ja aus ihren Überlegungen aus.

Hinzu kommt, dass sich der Konsument in der Regel mit dem Problem unvollständiger Information konfrontiert sieht.²⁶⁷ Denn den Nutzen eines eventuell zu kaufenden Gutes kann er nur schätzen. Wie »nützlich« ein erworbenes Gut tatsächlich ist, erfährt er erst, nachdem er sich für den Kauf entschieden und es erworben hat. Oft kann er auch nicht wissen, ob es überhaupt eine bessere Lösung als die gefundene gibt. Außerdem muss sich der Konsument oft mit strategischem Handeln der Anbieter auseinandersetzen, was die Nutzenschätzung erheblich erschwert. Insgesamt betrachtet sei es deshalb angemessener, so Raffée, für den privaten Haushalt ein Verhaltensmuster der Satisfizierung statt einer Maximierung anzunehmen (Raffée 1969, 59 f.).

Das standardökonomische Gegenargument lautet, dass der Nutzen immer eine »Erwartungsgröße« sei, die »den Zustand der erwarteten, nicht den der tatsächlich erreichten Befriedigung« angebe (Streissler

²⁶⁷ Vgl. z. B. Böventer/Illing *u. a.* 1997, 60–62. Der Kenntnisstand des Konsumenten hängt ab von den Eigenschaften des jeweiligen Gutes (aufzudecken z. B. durch Inspektion, Erfahrung oder nur durch Vertrauen; vgl. 6.1) und von seinen eigenen Eigenschaften (kommerzieller – nicht-kommerzieller Konsument) (vgl. Weise/Brandes/Eget/Kraft 1993, 170).

1974, 15). Standardökonomisch wird dies Problem mit der Formulierung von Risikonutzenfunktionen bearbeitet, die Ungewissheit bei Wahlentscheidungen berücksichtigen; rationale Akteure maximieren dann *Erwartungswerte* oder *Erwartungsnutzen* (Neumann 1980, 357)²⁶⁸. Solange aber nicht die konsumtheoretische Konsequenz gezogen wird, auch konsumökonomische Lernprozesse im standardökonomischen Modell zu berücksichtigen, bleibt das zitierte Gegenargument eine abschirmende, legitimatorische Behauptung, um die Einsicht abzuwehren, es könnte doch eine *spezifische* Zielfunktion von Konsumenten geben, die eine eigenständige konsumtheoretische Analyse verdient²⁶⁹.

Aus disziplinstrategischen Motiven wird die Figur der Nutzenmaximierung eingeführt, um Konsum so konzipieren zu können, dass er den standardökonomischen Anforderungen der mathematisch-deduktiven Methode entspricht:

»Vielmehr sind in der neoklassischen Konsumtheorie Inhalt und mathematische Ausdrucksweise vollkommen isomorph. Wie G. Kade gezeigt hat, sind die inhaltlichen Annahmen über die Vollständigkeit der Information der Wirtschaftssubjekte, über ihr Maximierungsstreben (Rationalverhalten) und ihre unendlich rasche Reaktionsgeschwindigkeit (keine sozialen, rechtlichen oder technischen Bindungen der Menschen) sowie über die vollständige und sofortige Anpassungsfähigkeit aller Güter an menschliche Wünsche genau diejenigen, die formal die Anwendung der Infinitesimalrechnung ermöglichen. Andererseits können die Hauptaussagen der neoklassischen Konsumtheorie, wie Samuelson gezeigt hat, auch in Form allgemeinerer, nichtinfinitesimaler Maximierungskalküle gewonnen werden. Auch diese beruhen aber auf der Annahme der Nutzenmaximierung, wodurch letztere als die Zentralannahme des Systems hervortritt« (Streissler/Streissler 1966, 47 f.).

Raffée, der das Nutzenmaximierungskonzept als Hypothese versteht, kritisiert die Asymmetrie in der Modellierung der Zieldefinition »Nut-

268 Vgl. dazu das Bernoulli-Kriterium und die von Neumann-Morgenstern-Nutzenfunktion (vgl. z. B. Feess 1997, 38–42).

269 »Indessen sind u. E. die Schwierigkeiten der Fixierung einer einerseits allgemein gültigen, andererseits jedoch ausreichend konkreten Zielfunktion für den Haushalt in dessen Besonderheiten begründet. Beim Haushalt fehlt es an Zieldimensionen, die den für die Unternehmung relevanten Größen Gewinn, Umsatz, Marktanteil etc. analog sind. Insofern meinen wir, dass es grundsätzlich kaum möglich sein wird, für den Haushalt ein allgemein gültiges, aber doch material ausreichend definiertes Gesamtziel zu fixieren. Ergiebiger ist daher der Rekurs auf Teilziele für einzelne Tätigkeitsbereiche des Haushalts (...)« (Raffée 1969, 63 f.).

zen« und der Zielvorschrift »Maximierung« (Raffée 1969, 58–61). Die Zieldefinition bestehe lediglich »in der nicht konkretisierten Größe Nutzen bzw. Lebensniveau«; damit verfüge man zwar über eine allumfassende Formel für die vielfältigen konkreten Einzelziele der Konsumenten, die aber gerade durch ihre Allgemeinheit zur »unergiebigsten Leerformel« geworden sei (Raffée 1969, 58). Die Schwäche dieser Leerformel sei, »dass sich *sämtliche* menschlichen Verhaltensäußerungen mit dem Nutzenkonzept vereinbaren lassen und damit eine Abstraktionsebene erreicht ist, von der aus sich weder sinnvolle analytische noch prognostische Aussagen machen lassen« (S. 58 f.).

Auch bei der Nutzenmaximierung stößt man auf die Parallelisierung von Produzenten und Konsumenten (vgl. 4.2.2.2). *Formal* haben die nutzentheoretischen Konzepte die angestrebte Parallelisierung zwischen konsumtiven (Haushalt) und produktiven (Unternehmen) Akteuren radikal und elegant erreicht. Die traditionelle Standardmikroökonomik erfindet das zum Gewinnprinzip passende Nutzenprinzip als »die Annahme des Strebens nach Maximierung der Bedürfnisbefriedigung oder des Nutzens«, während sie für den Produktionsbereich das Erwerbsprinzip der Klassiker beibehält, das ein Streben nach Maximierung des Geldeinkommens oder des Gewinns unterstellt (Albert 1977, 191).²⁷⁰ Das mag man aus gleichgewichtstheoretischer Sicht als Erfolg betrachten.

Inhaltlich, auf der Zielebene der Akteure im Haushalt und im Unternehmen, wurde die Parallelisierung der Verhaltensmaximen von Konsumenten und Produzenten allerdings verfehlt. Während das Unternehmen eine *monetäre* Größe maximiert, strebt der Haushalt nach maximaler Bedürfnisbefriedigung.²⁷¹ Aber im Unterschied zum Gewinn, der standardökonomischer Analyse tendenziell gut zugänglich ist, entzieht sich der durch Konsum entstehende *Nutzen* weitestgehend dieser

270 Genau genommen bedeutet das, dass man für identische Personen, z. B. mit einer Unternehmer- und einer Konsumentenrolle, *unterschiedliche* Verhaltensmaximen je nach Verhaltenssphäre annehmen muss (Albert 1977, 191 f.). Dann können diese Maximen aber nicht länger als *allgemeine* Merkmale menschlichen Verhaltens betrachtet werden, sondern »nur« als *spezielle* Merkmale des Verhaltens unter *spezifischen institutionellen* Bedingungen. Ähnlich kritisiert Albert (1977, 194 f.) die Annahme des Erwerbsprinzips, die nur für »sozialstrukturell bestimmte Situationen« passt, in denen es Unternehmungen gibt und in denen vor allem *finanzielle Sanktionen* das soziale Geschehen steuern. Insofern gilt auch das Erwerbsprinzip nicht universal, sondern bleibt abhängig von einem bestimmten *institutionellen* Arrangement.

271 »Der maximale Nutzen als Ziel ist die Überlagerung der menschlichen Bedürfnisse mit dem Denkmodell des Kaufmanns, der nach einem endlosen Zuwachs des Geldvermögens strebt. Dieser Nutzenbegriff ist *strukturell* mit dem Geld identisch« (Brodbeck 1998, 233).

Analyse. Denn er wird als subjektiv, nicht beobachtbar und nicht quantifizierbar und damit als wissenschaftlich nicht behandelbar betrachtet.²⁷² Deshalb reduziert sich »Nutzen« in der neoklassischen Mikroökonomik letztlich auf eine formale bis inhaltsleere Bezeichnung des Maximanden von Haushaltsentscheidungen (Streissler 1974, 15):

»Demnach vermittelt uns die Information, dass der Nutzen höher oder niedriger ist, nicht mehr und nicht weniger als die Kenntnis der Kombination, die der Konsument bevorzugt. Insofern birgt das Konzept der Nutzenfunktion keinerlei *inhaltliche* Aussagen für die Theorie des Konsumentenverhaltens in sich, sondern ist einfach ein in manchen Situationen überaus nützliches analytisches Instrument. (...) die Ausdrücke »absolut bevorzugt« und »mit dem höchsten Nutzen« [sind] synonym (...)« (Lancaster 1991, 253 f.).

Die Haushaltsentscheidungen werden als Maximierung einer Nutzenfunktion unter gegebenen Nebenbedingungen, wie z. B. dem Haushaltseinkommen, vorgestellt (Schweitzer 1991, 67).²⁷³

Im Widerspruch von formalem Erfolg und inhaltlichem Scheitern der Parallelisierung von Konsum und Produktion sowie Nutzen und Gewinn liegen wissenschaftliche Risiken. Die traditionelle Standardökonomik muss einerseits die Subsumierung der produzierenden und konsumierenden Individuen unter das formal einheitliche Akteurs- und Handlungskonzept (Nutzen oder Gewinn) maximierender Rationalität retten, um ihr allgemeines Gleichgewichtsmodell zu schützen. Ihre eigene Methodologie und ihr disziplinpolitisches Autonomieinteresse halten sie davon ab, das Ziel nutzenmaximierenden Konsumverhaltens »wissenschaftlich« zu spezifizieren. Darin läge im Übrigen auch das Risiko, einräumen zu müssen, dass das Konsumziel »Nutzen« als vom Produktionsziel »Gewinn« fundamental unterschieden gedacht werden muss. Das aber könnte dazu führen, dass die konzeptionellen Fundamente der Nachfrageseite des Gleichgewichtsmodells wegbrechen. Deshalb versucht die Standardökonomik, die Nutzenmaximierung von jeglichem Inhalt bis hin zur baren Tautologie zu befreien; das Konzept der offenbarten Präferenzen bringt einen wesentlichen Fortschritt in Richtung weitere Entleerung (vgl. 5.3.1). Eine so entleerte Maxime verträgt sich mit dem Ansatz der modernen, neoklassisch inspirierten Instituti-

272 Vgl. Streissler 1974, 17–19; Lancaster 1991, 252–254.

273 An dieser Stelle ist es ohne Belang, ob dabei an das rigide Modell des *homo oeconomicus* oder an das etwas realitätsnähere des lernfähigen, abwägenden, maximierenden Menschen (LMM) gedacht wird (vgl. Schweitzer 1991, 68).

onenökonomik, die das Nutzenmaximierungsprinzip zur universalen Handlungsmaxime aller Akteure verallgemeinert und damit auch die Spaltung in Gewinn- und Nutzenrationalität aufzuheben versucht (vgl. Albert 1977, 200 f.).

5.2.2.3 Entstehung von Nutzen

Mit der nutzentheoretischen Umstellung auf den subjektiven Wertbegriff und die Entscheidung, die *Entstehung* von Nutzen nicht weiter zu analysieren, erreicht die Standardökonomik zwar einen theoretischen und methodischen Fortschritt in der Wert- und Preistheorie. Dafür bezahlt sie aber den Preis, die psychologisch und soziologisch zu analysierenden Ursachenfaktoren, die hinter den subjektiven Wertschätzungen liegen, im Dunkeln zu lassen. Diese Ausblendung der Entstehung von Nutzen oder Nutzenschätzungen ist aus der Sicht konsumökonomischer Erkenntnisinteressen fatal. Denn individuelle Nutzensvorstellungen entwickeln sich erst im Laufe eines konsumtiven Sozialisations- und Lernprozesses, vor allem als Ergebnis von echten Kaufentscheidungen und deren erfahrenen und kommunizierten Folgen; insofern hängt der (erwartete) Nutzen einer bestimmten Gütereinheit auch von den sozialen und ökonomischen Umständen ab (Streissler/Streissler 1966, 22).²⁷⁴ Wenn das richtig ist, dann ist eine Exogenisierung des Nutzens nicht haltbar, da der Entscheidungsmaßstab »Nutzen« wesentlich und direkt von ökonomischen Faktoren beeinflusst wird. Das gilt auch für den, im Zusammenhang mit der Verwendung der gekauften Güter »erfahrenen« Nutzen, der wieder die zukünftige Nutzenschätzung beeinflusst usw. Auch hängen »erwarteter« und »erfahrener« Nutzen eng mit der sozialen Wertschätzung von Gütern und Konsumprozessen in der jeweiligen konsumkulturellen Bezugsgruppe des Konsumenten zusammen. Diese gemeinschaftlichen oder gesellschaftlichen Wertschätzungen werden wieder von der Konsumkommunikation, u. a. auch von der Hersteller- und Händlerwerbung, beeinflusst. Damit gelten gegenüber der standardökonomischen Abschneidung der Nutzenentstehung und

²⁷⁴ Ganz abgesehen davon hängen auch der realisierbare und der realisierte Nutzen und vor allem die *Wahrnehmung* von Nutzen (oder Nicht-Nutzen) von sozialen und ökonomischen Bedingungen ab. Denn auch individuelle Nutzen, als Erwartung oder Erfahrung, sind vor allem soziale Konstrukte und nicht einfach subjektive Beliebigkeiten, auch wenn die Subjektivität des Konsums, wie manche Theoretiker der Postmoderne behaupten, mehr oder weniger stark zunehmen mag.

der Nutzenevaluation alle die Einwände, die ich oben bereits gegen die Annahmen der Exogenität und Stabilität der Bedürfnisse vorgebracht habe (vgl. 5.1.2.1).

Die Standardökonomik opfert damit auch auf nutzentheoretischem Gebiet erreichbare konsumtheoretische Einsichten zu Gunsten von formaler Stringenz und mathematischer Eleganz sowie zur Erfüllung der formalen Anforderungen, die für die Integration des Nachfrageverhaltens in die standardökonomische allgemeine Gleichgewichtstheorie notwendig sind. Dieses Opfer mag aus paradigmatischen und disziplinstrategischer Sicht hoch willkommen sein, da es das standardökonomische Paradigma und die interdisziplinäre Unabhängigkeit der Ökonomik stärkt. Aus konsumtheoretischer Perspektive kann es aber nicht akzeptiert werden, denn es zementiert die Randstellung von Konsumthemen in der Standardökonomik und reduziert sie auf die Aspekte der Nachfrage am Markt.

5.2.2.4 Multiple Nutzen

Schließlich muss auf ein methodisches Problem hingewiesen werden, dass sich daraus ergibt, dass die Beziehung Konsument – Nutzen(erwartung) – Konsumgut traditionellerweise als monofunktional verstanden wird. Denn einem Konsumgut wird standardökonomisch ein Nutzen zugeordnet, und nicht mehrere. Meist verfolgen Konsumenten mit einem Kaufakt aber viele Ziele, einem Gut entsprechen also mehrere Nutzen. Das hat bereits die knappe Skizze zur Historizität und Soziabilität von Bedürfnissen gezeigt (vgl. 5.1.2.1.2, 5.1.2.1.3). Die traditionelle Mikroökonomik reduziert diese Multiplizität von Zielen und Nutzen auf *ein* dominantes Ziel und *einen* dominanten Nutzen, dessen Bewertung als Maßstab für die Einschätzung des Gesamtnutzens gesetzt wird (Streissler/Streissler 1966, 22). Dieses Problem wurde erst mit dem Ansatz Lancasters gelöst, der berücksichtigt, dass ein Marktgut auf Grund *mehrerer* nutzenstiftender Eigenschaften begehrt wird oder dass mit ihm mehrere »Charakteristika« oder Nutzen im Haushalt produziert werden können (Lancaster 1971; vgl. 6.3.1).

Blickt man abschließend auf die theoriegeschichtliche Entwicklung des Nutzenkonzepts zurück, zeigt sich als vorherrschender Trend, die ursprünglichen Annahmen der Grenznutzenschule immer weiter zu lockern und sie schließlich völlig aufzugeben (Neumann 1980, 349). Die

erste Etappe dieses Absetzungsprozesses endete damit, dass die Verbindung der Nutzenidee mit dem psychologischen Konzept der Empfindung von Glück und Lust einerseits, Schmerz und Abscheu andererseits (Hedonismus) völlig aufgegeben wurde. Der Nutzenbegriff und die Nutzenfunktion erweisen sich heute als inhaltlich weitestgehend leer. In der zweiten Etappe stellt man auf das Präferenzkonzept um, mit dem sich der nächste Abschnitt beschäftigt.

5.3 Präferenzen

5.3.1 Ordnung und Offenbarung

Der Begriff Präferenz lässt sich leicht erläutern. Präferenz meint, dass ein Akteur, in unserem Fall der private Haushalt, eine Wahlalternative allen anderen oder einer bestimmten anderen gegenüber bevorzugt (erfragte Präferenz) oder durch reales Handeln tatsächlich vorzieht (offenbarte Präferenz).²⁷⁵ Der Präferenzordnungsansatz unterstellt, dass der Konsument »alle ihm bekannten Konsummöglichkeiten in eine Rangordnung bringen kann, die vollständig und widerspruchsfrei ist« (Neumann 1980, 350). Ob er diese Rangordnung nach den Gütern selbst, oder nach Eigenschaften ordnet, deren Träger die Güter sind, ist hier unwichtig. Eine Präferenzordnung kann im strengen Sinne als »eine vollständige Ordnung aller möglichen Konsumgüter-Mengenkombinationen nach ihrer Wünschbarkeit« (Albert 1965, 163), weniger streng als die Ordnung aller ihm zur Verfügung stehenden Konsummöglichkeiten betrachtet werden (Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 143). Grundsätzlich hat der Konsument zwei Verhaltensmöglichkeiten, entweder bevorzugt er eine Alternative eindeutig oder er ist indifferent. Zwar kann »das Vorziehen einer Situation vor einer anderen (...) in gewissem Sinne als Nutzenunterschied gedeutet werden« (Streissler/Streissler 1966, 23). Aber die Stoßrichtung des Präferenzkonzeptes besteht gerade darin, den Nutzenbegriff für die standardökonomische Analyse überflüssig zu machen, um ganz darauf verzichten zu können.

Ich werde den Präferenzansatz hier vor allem daraufhin untersuchen,

²⁷⁵ Zur Kritik dieser Doppelbedeutung vgl. Little 1966/1949, 175 f.

welchen Nutzenbegriff er tatsächlich verwendet und wie er sich dabei auf andere Sozialwissenschaften bezieht, welche Implikationen der Präferenzbegriff enthält und wie sich dieser Ansatz zur Frage der Maximierung stellt.

Betrachten wir also zunächst das Verhältnis des Präferenzkonzeptes zum Nutzenbegriff. Die traditionelle Argumentationsweise, dass der Haushalt eine bestimmte Konsumentenentscheidung getroffen hat, weil sie seinen Nutzen gegenüber allen erreichbaren Alternativen maximiert oder weil er dies zumindest erwartet, wird im Präferenzansatz umgekehrt. Weil der Haushalt eine bestimmte Konsumwahl getroffen hat – weshalb auch immer –, ordnet der Beobachter dieser Entscheidung einen höheren »Nutzen« zu als den abgewählten Alternativen (z. B. Bövener/Illing u. a. 1997, 82). Der Nutzenbegriff verliert seinen traditionellen Inhalt und wird zu einer rein formalen Bezeichnung umfunktioniert: »Wenn ein Güterbündel X_i einem Güterbündel X_j vorgezogen wird, so wird definiert, dass X_i einen höheren Nutzen hat als X_j « (Feess 1997, 197). Das lässt sich mit bestimmten Annahmen über die Präferenzordnung eines Haushalts begründen, auf die ich noch eingehen werde.

In dieser Perspektive wird eine, im Prinzip psychologisch fundierte Nutzenanalyse durch die modern-neoklassische Theorie der rationalen Wahl abgelöst.²⁷⁶ Allerdings kann sich schon die traditionelle ordinale Nutzentheorie darauf beschränken zu fordern bzw. anzunehmen, dass Wirtschaftssubjekte unterschiedliche Güter und Bündel von Gütern danach ordnen können, wie sehr sie diese sich wünschen. Unterstellt wird dabei nur, dass der Haushalt zu jedem Paar von Gütern und/oder Güterbündeln angeben kann, welches er jeweils vorzieht oder ob er ihnen gegenüber indifferent bleibt (vgl. Streissler/Streissler 1966, 24).

»Auf diese Art mündete der ursprünglich psychologisch besetzte Nutzenbegriff langsam in eine reine Theorie rationaler Wahlhandlungen. Schließlich wurden die Anforderungen an nutzenmaximierendes Verhalten *axiomatisch* abgeleitet, was (...) den Vorteil der höheren Präzision hat. Gemäß der axiomatischen Nutzentheorie hat jeder Haushalt eine *Präferenzordnung*, in der die verschiedenen Güter nach ihrer Wünschbarkeit geordnet sind. Diese Präferenzordnung muss bestimmte Eigenschaften aufweisen, damit der Haushalt seinen Nutzen maximieren kann« (Feess 1997, 190).

276 Ob sich die Annahmen dieser Theorie *implizit* doch weiterhin auf psychologische Faktoren beziehen (vgl. Pribram 1992, 872 f.), kann hier nicht diskutiert werden.

Die Präferenzordnung drückt die Präferenzstruktur des Haushalts aus. Die Präferenzordnung entsteht, indem man das Haushaltsverhalten »rationalisiert«; das setzt selbstverständlich voraus, dass der Haushalt sich widerspruchsfrei verhält (Neumann 1980, 350). Standardökonomisch betrachtet beeinflussen nur die beiden ökonomischen Bestimmungsfaktoren Einkommen und Güterpreise das Marktverhalten des Haushalts. Alle anderen Einflussfaktoren werden zu nicht-ökonomischen erklärt und unter dem Begriff der Präferenzstruktur zusammengefasst. Diese »umschließt alle Wünsche, Überlegungen und Entscheidungen, die dem Marktverhalten des Haushalts vorgelagert sind« (Luckenbach 1980, 301). Da es aus standardökonomischer Sicht derzeit keine akzeptable Theorie der individuellen Wünsche gibt, »können die Präferenzen nur als exogene Größen in die ökonomische Theorie eingeführt werden« (Luckenbach 1975, 14). Dennoch scheut die Standardökonomik nicht davor zurück, aus eigener Kraft grundlegende Annahmen zu formulieren wie etwa die der Nichtsättigung.

Die Präferenzstruktur wird als Präferenzordnung mit bestimmten Eigenschaften konzipiert, die axiomatisch festgelegt werden²⁷⁷. Die Axiome, die der Haushalt für eine standardmikroökonomische Analyse erfüllen muss, sind bekanntlich Reflexivität, Vollständigkeit, Stetigkeit, Transitivität, Nichtsättigung und Konvexität der Präferenzordnung.²⁷⁸ Regelmäßig wird angenommen, »dass die Konsumentenpräferenzen über eine bestimmte Periode hinweg stabil oder konsistent sind« (Lancaster 1991, 242; vgl. Stigler/Becker 1996/1977)²⁷⁹; das war bereits Thema im Abschnitt 5.1.2. Auch die einschlägige Annahme der Exogenität wird bei der Umstellung auf Präferenzen beibehalten, denn die Präferenzstruktur wird als Datum behandelt. Schließlich nimmt man implizit an, das Konsumhandeln und die Präferenzen verschiedener Konsumenten seien voneinander unabhängig, also autonom (vgl. Al-

277 Aus den Axiomen, den obersten Sätzen in einem axiomatisch-deduktiven System, werden bekanntlich alle anderen Sätze mit Hilfe logischer Regeln, z. B. der Mathematik, gefolgert (vgl. Abschnitt 2.1.4); für Axiome kann man heute nicht mehr fordern, sie müssten unmittelbar einsichtig (evident) sein, um akzeptiert werden zu können (Albert 1994, 178). Das entlastet die standardökonomische Präferenztheorie stark, da sie z. T. mit wenig evidenten Axiomen arbeitet.

278 Vgl. z. B. Feess 1997, 190–193; Bövener/Illing u. a. 1997, 56–79. Den harten axiomatischen Kern des standardökonomischen Begriffs der Präferenzordnung bilden die Annahmen der Vollständigkeit und der Transitivität; hinzu kommt die Entscheidungsregel der rationalen Wahl; alle drei Axiome zusammen beschreiben die standardmikroökonomische Variante rationalen Verhaltens (vgl. Bövener/Illing u. a. 1997, 59 f.).

bert 1965, 168 f.). Die Autonomieannahme hat eine ökonomische – Autonomie gegenüber den Produzenten – und eine soziale Dimension – Autonomie gegenüber anderen Konsumenten.

Eine Präferenzordnung, wie übrigens auch eine Nutzenfunktion, kann sich sowohl auf Güter beziehen, die der Konsument selbst konsumiert (egoistische Präferenzen), als auch auf solche, die andere konsumieren (altruistische Präferenzen). Mit Präferenzordnungen kann man standardökonomisch auf zwei Arten arbeiten. Man kann von der Hypothese einer gegebenen Präferenzordnung und Nutzenfunktion ausgehen und daraus Prognosen über das Muster individuellen Verhaltens ableiten, oder man startet mit der Beobachtung des individuellen Verhaltens und zeigt daran, dass ihm »ein rationales Muster, d. h. eine Präferenzordnung und Nutzenfunktion, zu Grunde liegt« (Neumann 1980, 350).

Die Präferenzstruktur wird üblicherweise durch das Indifferenzkurvensystem des Haushalts dargestellt, das die Nutzenfunktion bzw. die Nutzenindexfunktion des Haushalts grafisch repräsentiert (Luckenbach 1980, 301 f.). Mit dem Ansatz der Indifferenz(kurven)analyse kann sich die moderne Standardökonomik ganz vom Grenznutzenansatz verabschieden. Für die Ableitung des Gesetzes der Nachfrage wird er nicht mehr benötigt; denn nun kann man mit dem Substitutionseffekt und dem Einkommenseffekt einer Preisänderung erklären, warum die nachgefragte Menge eines Gutes abnimmt, wenn sein Preis steigt.²⁸⁰

Werfen wir nun einen kurzen Blick auf die Implikationen des Präferenzbegriffs. Der klassische Hedonismus und die traditionelle Grenznutzentheorie stimmen darin überein, dass (individueller) Nutzen an die Befriedigung von Bedürfnissen gebunden ist. Die Präferenzutilitaristen dagegen entfernen sich von den Kategorien Bedürfnis und Nut-

279 Stigler und Becker (1996/1977, 51) gehen sogar noch weiter und wollen die Präferenzen nicht nur »als über die Zeit stabil«, sondern auch als »interindividuell gleichartig« behandeln. Sie begründen das instrumentalistisch damit, dass »die Hypothese stabiler Präferenzen nützlichere Prognosen über beobachtbares Verhalten liefert« (S. 75). Lancaster bezieht die Qualität »stabil« auf die Frequenz von Präferenzänderungen. Konsumentenpräferenzen seien über eine bestimmte Periode hinweg stabil, d. h., dass »Geschmacksänderungen beim Verbraucher nur von Zeit zu Zeit stattfinden und im Prinzip von einer entscheidenden Veränderung seiner eigenen Person (zum Beispiel Alter oder sozialer Kontext) herrühren« (Lancaster 1991, 242). Dagegen geben Weise, Brandes, Eger und Kraft die Stabilitätshypothese ganz auf: »Der Alternativkostenansatz setzt weder die Stabilität noch die Beliebigkeit der Präferenzen voraus; deshalb könne er nicht nur explikativ etwas über Verhaltensänderungen, sondern auch etwas über die Struktur des Verhaltens aussagen (1993, 145).

280 Vgl. z. B. Samuelson/Nordhaus 1998, 111.

zen und ziehen sich auf beobachtbare oder offenbarte Präferenzen zurück, die man an der realen Marktentscheidung ablesen kann. Im behavioristischen Konzept der offenbarten Präferenzen, wie es Samuelson und Little entwickelt haben, wird der Nutzenbegriff praktisch aufgegeben und durch das (Konsumenten-)Verhalten ersetzt (Samuelson 1938; Little 1966/1949):

»Die Theorie der bekundeten Präferenzen dient dazu, das Verhalten eines Individuums auf das rationale Muster der Maximierung einer Nutzenfunktion zurückzuführen. Grundlegend ist die Annahme, dass Individuen zwischen Alternativen wählen. Der Kauf eines Güterbündels durch ein Individuum kann dann durch die Annahme erklärt werden, das Individuum habe dieses besondere Güterbündel gegenüber allen anderen vorgezogen« (Neumann 1980, 353).

Little kritisiert den herkömmlichen Indifferenzkurvenansatz und will zeigen, dass »eine Theorie der Konsumentennachfrage sich ausschließlich auf konsequentes Verhalten gründen«²⁸¹ und deshalb auf subjektive Begriffe und Annahmen wie die der Nutzenmaximierung ganz verzichten kann (Little 1966/1949, 173, 181). Problematisch erscheint vor allem, dass es sich »bei den Indifferenzlinien um die Charakterisierung *potenzieller* Handlungen« handelt (Albert 1965, 161) und dass dabei unklar bleibt, ob und wie man die ihnen zu Grunde liegenden Präferenzen in der Realität feststellen kann. Little gibt deshalb den Indifferenzbegriff auf und benötigt nur noch drei Axiome des Rationalverhaltens: Mengenpräferenz, Transitivität, Konsistenz (Streissler/Streissler 1966, 24). Konsequenterweise ersetzt Little deshalb Indifferenzkurven durch »Verhaltenslinien«; damit interessiert sich seine Analyse nur noch für die individuelle Verfügung über Güter zu Konsumzwecken (Little 1966/1949, 175).

Little und Samuelson haben die Theorie der offenbarten Präferenzen als Antwort auf das Problem entwickelt, dass das beobachtbare Marktverhalten eines Haushalt im Widerspruch zu seinen Präferenzen (bzw. Indifferenzkurven) stehen kann; deshalb sollen die Indifferenzkurven und damit die Präferenzstruktur des Haushalts direkt aus seinem realen Marktverhalten abgeleitet und in Verhaltenslinien dargestellt werden (Luckenbach 1980, 302–304). Die Indifferenzhypothese²⁸², die Hicks

281 Sein behavioristisches Credo lautet: »Wenn das Verhalten eines Wirtschaftssubjektes konsequent ist, muss es möglich sein, jenes Verhalten ohne Verweis auf irgendetwas anderes als Verhalten zu erklären« (Little 1966/1949, 182).

und Allen für ihre Variante des Indifferenzkurvensystems gesetzt haben, geben Little und Samuelson aus methodischen Gründen auf, da man indifferentes Konsumverhalten nicht am Markt beobachten kann; die Konsistenzhypothese ersetzen sie durch das Indexzahlenkriterium²⁸³, das nicht nur den Präferenzaspekt, sondern auch den Ausgabenaspekt des individuellen Marktverhaltens, und damit die Güterpreise, berücksichtigt (Luckenbach 1980, 303). Auf dieser Grundlage kann man ein System von Verhaltenslinien konstruieren, das die am Verhalten gemessene Präferenzstruktur des Haushalts darstellt.²⁸⁴

Methodisch gründet die behavioristische Konsumtheorie auf dem Kalkül der Indexzahlen, man kann sogar sagen, dass sie »die *ökonomische Theorie der Indexzahlen*« ist (Streissler/Streissler 1966, 52). Nutzenindexfunktionen werden bekanntlich gebildet, indem man jeder Indifferenzkurve einen Nutzenindex zuordnet. Wenn man unterstellt, dass alle denkbaren Güterkombinationen vollständig durch Indifferenzkurven erfasst werden können (Vollständigkeitsaxiom)²⁸⁵, kann man jeder denkbaren Güterkombination auch einen Nutzenindex zuordnen. Eine Güterkombination lässt sich durch ihren Nutzenindex mit allen anderen Kombinationen vergleichen, indem man ihm die anderen Nutzenindices gegenüberstellt (vgl. Feess 1997, 195–197). Nutzenindexfunktionen haben die bequeme Eigenschaft, dass man sie formal *wie* kardinale Nutzenfunktionen *behandeln* kann, ohne das kardinale Nutzenkonzept verwenden zu müssen (Feess 1997, 196):

282 Der Haushalt kann für jede Kombination angeben, ob er sie einer anderen vorzieht oder ob er beide gleich bewertet, er also beiden gegenüber indifferent ist.

283 Das Indexzahlenkriterium setzt sich aus zwei Bedingungen zusammen: (a) $P^1 X^1 \geq P^1 X^0$ und (b) $P^0 X^0 < P^0 X^1$, mit X^i als Gütervektor (vom Haushalt zum Zeitpunkt i gekauftes Güterbündel) und P als entsprechendem Preisvektor sowie 0 und 1 als Zeitindices. Schließt man Sparen aus, sichert Bedingung (a), dass der Haushalt, der X^1 wählt, zum Zeitpunkt 1 auch X^0 finanzieren könnte, sich also in der beobachteten Wahl seine Präferenz $X^1 \succ X^0$ ausdrückt; Bedingung (b) verbürgt die Asymmetrie der Präferenz und damit ihre Konsistenz: zum Zeitpunkt 0 könnte X^1 nicht bezahlt werden, also kann man nicht schließen $X^0 \succ X^1$ (vgl. Luckenbach 1980, 303).

284 Es unterscheidet sich grafisch nicht vom Indifferenzkurvensystem, da es nur eine operational andere Interpretation (im Marktverhalten offenbarte Präferenzen) von Indifferenzkurven ist (vgl. Luckenbach 1980, 304).

285 Eine Indifferenzkurve stellt bekanntlich die vom Haushalt als gleich beurteilten Güterkombinationen dar, sein Indifferenzkurvensystem alle Indifferenzkurven in einem oder allen Koordinatenräumen. Neben der Substituierbarkeit der Güter (Substitutionshypothese mit Gütern als Substituten und sinkender Grenzrate der Substitution, also Konvexität der Präferenzordnung) muss auch angenommen werden, dass Bewegungen im Indifferenzkurvensystem »nach außen«, d. h. mit einer zunehmenden Entfernung der Indifferenzkurven vom Ursprung der Konsumebene, den Übergang zu einer bevorzugten Güterkombination mit einem »höheren Nutzen« bedeuten; das setzt das Nichtsättigungsaxiom (auch Präferenzhypothese genannt) voraus (vgl. Luckenbach 1980, 301 f.).

»Damit kann auf Grundlage der Anforderungen an eine Präferenzordnung eine Nutzen(index)funktion abgeleitet werden, ohne auf das Problem der Nutzenmessung näher eingehen zu müssen. Angesichts der unendlichen Schar von Indifferenzkurven lassen sich mit Nutzenindexfunktionen formal alle Operationen wie mit kardinalen Funktionen durchführen, ohne auf die intersubjektive Vergleichbarkeit des Nutzens angewiesen zu sein. Mit Hilfe von Nutzenindexfunktionen können wir die Analogie zwischen der Grenzrate der Substitution in der Unternehmens- und der Haushaltstheorie noch genauer fassen (...)« (Feess 1997, 197).

Damit kann die moderne Standardökonomik zugleich einen radikalen Schlussstrich unter die Debatte um ordinale oder kardinale Nutzenkonzepte ziehen, die die Ökonomik so lange beherrscht hat:

»Letztlich ist der Unterschied zwischen der kardinalen und der ordinalen Nutzentheorie für die praktisch orientierte Forschung ohnehin belanglos, weil empirisch bestenfalls Zahlungsbereitschaften gemessen werden können« (Feess 1997, 197, Fn 4).

Wenden wir uns schließlich dem Verhältnis von Präferenzansatz und Maximierung zu. Die Frage, ob man mit der Umstellung auf das Präferenzkonzept auch die Vorstellung der Nutzenmaximierung als Handlungsmaxime des Konsumenten aufgeben soll, wird nicht einheitlich beantwortet. An der formalen Annahme der Nutzenmaximierung halten z. B. Lancaster (1991)²⁸⁶, Stigler/Becker (1996/1977)²⁸⁷, Becker (1982/1973)²⁸⁸ oder auch Feess (1997) explizit fest. Dabei zeigt sich erneut das Motiv, Haushalt und Unternehmen konzeptionell zu parallelisieren:

»Während wir in der Unternehmenstheorie das Güterangebots- und Faktornachfrageverhalten gewinnmaximierender Unternehmen betrachten haben, untersuchen wir nun das nutzenmaximierende Güternachfrage- und Faktor-

286 »Auch hier gilt die Maxime, dass immer ein möglichst hoher Nutzen angestrebt wird, sodass eine Kombination mit einem *höheren* Nutzen bevorzugt wird« (Lancaster 1991, 252).

287 »In der traditionellen Theorie maximieren Haushalte eine Nutzenfunktion der Güter und Leistungen, die sie auf dem Markt kaufen, während sie in der neuen Version eine Nutzenfunktion von Objekten ihrer Wahl, im Folgenden als Zielgüter bezeichnet, maximieren« (Stigler/Becker 1996/1977, 52).

288 Auch in haushaltsproduktionstheoretischer Sicht unter Einbeziehung der Zeit gilt: »Die Nutzenfunktion (...) wird in Abhängigkeit von den Restriktionen maximiert« (Becker 1982/1973, 150); die Perspektive wird erweitert, so »sind Haushalte sowohl Produktionseinheiten als auch Nutzenmaximierer« (Becker 1993/1965, 101); »Welche Gütermengen [von den Haushalten; RH] produziert werden, ergibt sich durch die Maximierung einer Nutzenfunktion für das Güterbündel in Abhängigkeit von den Preisen und von einer Ressourcenrestriktion« (S. 128).

angebotsverhalten von Haushalten. Die Argumentation vollzieht sich ganz analog zur Unternehmenstheorie. (...) Das Analogon zu Produktionsfunktionen bilden dabei sog. Nutzenindexfunktionen« (Feess 1997, 187).

Weil die moderne Standardökonomik den Nutzenbegriff und mit ihm die Nutzenfunktion inhaltlich völlig entleert hat, erscheint es auch als beliebig, ob man sich für das Konzept der Nutzenanalyse und oder für die Präferenzanalyse entscheidet. So betont etwa Lancaster nachdrücklich die Austauschbarkeit der Konzepte:

»Die Einführung einer Nutzenfunktion bringt im Grunde keine Aussagen, die – zumindest in diesem einfachen Kontext – nicht durch die bloße Diskussion der Präferenzen gefunden werden könnten; denn das ordinale Nutzenkonzept hat keinerlei Implikationen bezüglich des Konsumentenverhaltens, die nicht bereits in der gewöhnlichen Analyse der Präferenzen enthalten wären. Insofern ist es auch nicht falsch, so zu tun, *als ob* der Konsument eine Nutzenfunktion maximieren würde. Die Entscheidung, ob man lieber die Nutzenanalyse oder die direkte Präferenzanalyse verwendet, ist letztlich eine Frage des persönlichen Geschmacks« (Lancaster 1991, 253 f.).

Wenn man so tun kann, als ob Nutzen maximiert würde, kann man im Rahmen des Präferenzordnungskonzepts auch ganz auf die Annahme des Maximierungstrebens verzichten. So argumentieren z. B. Böventer, Illing u. a.:

»Man geht einfach davon aus, dass der Haushalt unter verschiedenen Gütersortimenten Prioritäten setzen, d. h. eine *Präferenzordnung* aufstellen kann und so dasjenige Güterbündel wählt, das ihm *am besten* erscheint. Damit wird darauf verzichtet, irgendeine inhaltlich konkretisierende Aussage über *Ziele* und *Motive* des Haushalts zu machen. Am *Ergebnis* der Analyse ändert sich dadurch gegenüber den traditionellen Ansätzen nichts.« Deshalb »ist jedes System von Motiven, Wert- und Zielvorstellungen mit der Hypothese der Nutzenmaximierung vereinbar, solange der Haushalt auf Grund seiner Motive, Wertvorstellungen und Ziele eine Präferenzordnung entwickelt, die durch eine Nutzenfunktion darstellbar ist [sic! RH]. Die Hypothese, dass der Haushalt seine Wahl auf der Basis einer Präferenzordnung trifft, ist sehr allgemein: Sie schließt ein Maximierungstreben des Haushalts nicht aus, setzt es aber auch nicht voraus. Die Annahme rationalen Verhaltens ist überdies völlig unabhängig davon, ob der Haushalt vollständig[e] Information über die Konsequenzen seiner Entscheidung hat oder nicht« (Böventer/Illing u. a. 1997, 13 und 82).

Böventer, Illing u. a. diskutieren dann die Frage, »welchen Sinn es denn hat, die Präferenzordnung durch eine Nutzenfunktion darzustellen und die Annahme der rationalen Wahl umzuformulieren zur Hypothese der Nutzenmaximierung«, wenn sich am Analyseergebnis doch nichts ändert. Ihre Antwort gibt ein weiteres Beispiel für die Dominanz methodischer Überlegungen und Entscheidungen, vor allem der Basisentscheidung für eine Prioritätensetzung auf Mathematisierbarkeit von ökonomischen Sachverhalten:

»Der Grund hierfür ist rein formaler Natur. (...) Die Annahmen (...) sichern also, dass rationales Verhalten als Maximierung einer differenzierbaren Funktion beschrieben werden kann. In der Differenzierbarkeit dieser Funktion liegt nun gerade der große Vorteil ihrer Verwendung: Wir können dann nämlich alle wichtigen Implikationen der Annahmen (...) für die Konsumgüternachfrage des Haushalts mit Hilfe des relativ einfachen mathematischen Instrumentariums der Differenzialrechnung herausarbeiten« (Böventer/Illing u. a. 1997, 82 f.).

Welches Fazit kann man aus unserer Darstellung der Präferenzkonzeption ziehen? Treibendes Motiv, aus dem heraus die moderne Standardmikroökonomik die Umstellung auf das nachfragetheoretische Konzept der Präferenzen betrieben hat, scheinen einige lästige methodische Probleme zu sein. Man hofft, sie auf dem Weg der Um- oder Neudefinition von nachfragetheoretischen Kategorien und Annahmen lösen zu können. Die Schwierigkeiten der inhaltlichen Fassung und empirischen Erfassung von Nutzen löst man, indem man diesen Begriff aufgibt oder inhaltlich völlig entleert. Die inhaltlichen Unschärfen, mit denen sich ökonomische Erklärungen der Konsumentenentscheidungen von Haushalten herumplagten, werden beseitigt, indem man nur noch äußerst sparsam wenige Axiome setzt und sich behavioristisch auf objektiv Beobachtbares konzentriert. Man beseitigt die Unschärfen, indem man die Fragen aus dem Repertoire der Standardmikroökonomik streicht, deren Behandlung Unschärfen mit sich bringt. Damit hat man sich zugleich vom unerwünschten Zwang, sich bei der Erklärung des Nachfrageverhaltens privater Haushalte auf andere Sozialwissenschaften, etwa die Psychologie, beziehen zu müssen, entledigt. So konnte man sich auch von introspektiven²⁸⁹ und spekulativen Methoden verabschieden. Da-

289 Vgl. als Beispiel die introspektive Version der ordinalen Nutzentheorie (Luckenbach 1975, 78–85).

mit wurde ein wichtiges Ziel der Entwicklung der Präferenztheorie erreicht (Luckenbach 1975, 18 f., 84–86). Vor allem aber trägt sie wesentlich zur standardökonomischen Grundlinie bei, »sich von der psychologischen Forschung zu distanzieren, um die theoretische Autonomie des ökonomischen Denkens aufrechtzuerhalten« (Albert 1965, 161). Auch der heftige Streit um die Annahme der Nutzenmaximierung wird nun obsolet, da man sie übernehmen kann oder auch nicht, je nach persönlichem Geschmack. Die moderne Standardmikroökonomik betrachtet den Präferenzansatz deshalb inhaltlich und methodisch als einen großen wissenschaftlichen Erfolg.

Das bestreitet Gary Becker in seiner Neuen Haushaltsökonomik vehement. Ganz im Gegenteil zur Präferenzanalyse will er sich völlig davon befreien, in ökonomischen Analysen überhaupt mit der Kategorie Präferenzen arbeiten zu müssen. Er begründet das vor allem mit dem Fehlen einer hinreichend exakten Präferenztheorie und dem Versagen des Präferenzansatzes bei der Erklärung von Verhalten:

»Die Schwäche der herkömmlichen Theorie der Wahlhandlungen ist also in dem Ausmaß zu sehen, in dem sie sich zur »Erklärung« des Verhaltens auf Unterschiede in den Präferenzen stützt, obschon sie weder die Bildung von Präferenzen erklären, noch ihre Wirkungen voraussagen kann« (Becker 1982/1973, 146). Wir stellen »die Behauptung auf, dass es kein signifikantes Verhaltensmuster gibt, das bisher durch die Annahme systematischer Präferenzunterschiede in erhellender Weise erklärt worden wäre« (Stigler/Becker 1996/1977, 75).

Damit wird das Argument gegen die Präferenzkonzeption gewendet, das deren Vertreter ihrerseits gegen die Bezugnahmen auf irgendwelche Nutzen- oder Bedürfnistheorien vorgebracht haben, um ihren Präferenzansatz zu begründen. Wenn man, wie Becker und Stigler, Präferenzen als stabil *und* interindividuell einheitlich konzipiert²⁹⁰, kann man sie in der Mikroökonomik ignorieren:

»Wir stellen die Hypothese auf, dass menschliche Verhaltensmuster, die sich durch weite Verbreitung und/oder Dauerhaftigkeit auszeichnen, durch ein verallgemeinertes Kalkül nutzenmaximierenden Verhaltens zu erklären sind,

290 Dazu greift Becker u. a. explizit auf Jeremy Bentham's Konzept der fünfzehn elementaren Freuden zurück – was sollte die psychologische, sozialpsychologische oder soziologische Forschung in den zwei Jahrhunderten, die seit Bentham's Introspektion vergangen sind, auch für die Ökonomik Relevantes erforscht haben? Becker sieht Bentham als einen der Vorläufer seines Haushalts-Produktionsfunktions-Ansatzes. Becker vermutet, dass »diese Freuden teilweise durch am Markt erworbene Güter »produziert« werden (Becker 1982/1973, 152 f., Zit. 153).

ohne dass es der einschränkenden Annahme ›konstanter Präferenzen‹ bedürfte« (Stigler/Becker 1996/1977, 51). »Es ist lediglich eine weitere Verallgemeinerung, wenn man argumentiert, dass sie alle [die Konsumenten; RH] diesen Nutzen von den gleichen ›grundlegenden Freuden‹ oder der gleichen Präferenzfunktion ableiten, und dass sie sich lediglich in ihrer Fähigkeit zur Produktion dieser ›Freuden‹ unterscheiden« (Becker 1982/1973, 162).

Becker und Stigler können sich, haben sie die Präferenzen erst einmal analytisch aus dem Weg geräumt, ganz darauf konzentrieren, Verhaltensänderungen des Haushalts zu erklären, indem man sie nur auf Veränderungen in der Produktionsfunktion des Haushalts zurückführt:

»Der große Vorteil (...), der sich daraus ergibt, dass man nur auf Veränderungen in den Argumenten abstellt, die in die Produktionsfunktion des Haushalts eingehen, ist der, dass *alle* Verhaltensänderungen durch Preise und Einkommen erklärt werden, also durch jene Variablen, die der ökonomischen Analyse ihre Einheitlichkeit und Erklärungskraft verleihen« (Stigler/Becker 1996/1977, 76).

Das Konzept der Haushaltsproduktionsfunktion wird im Abschnitt 6.3.2 eingehender diskutiert. Es gibt aber eine Reihe weiterer Kritikpunkte, die man gegen den Präferenzansatz vorbringen kann. Die für unser Thema wichtigsten werden hier formuliert.

5.3.2 Kritik des Präferenzkonzeptes

Im Folgenden wird das standardökonomische Präferenzkonzept kurz unter drei Aspekten kritisiert. Zunächst geht es um die Engführungen, die mit dem Begriff der offenbarten Präferenzen verbunden sind (5.3.2.1). Dann folgt eine kurze Auseinandersetzung mit der Annahme, Präferenzen seien stabil und autonom (5.3.2.2). Schließlich wird die Annahme der Rationalität der Präferenzordnung diskutiert (5.3.2.3).

5.3.2.1 Offenbarte Präferenzen

Einerseits gelingt es der modernen Standardökonomik anscheinend, mit dem Konzept der offenbarten Präferenzen alle Unschärfen psychologischer Interpretation zu vermeiden. Gewählt wird die radikale Reduktion der Konsumtheorie auf »objektiv« am Markt Beobachtbares, d. h. auf faktisches Markthandeln. Der Erfolg dieses Konzepts liegt nicht zuletzt darin begründet, dass es erlaubt, die Frage der wissenschaftlichen

Beschreibung und Erklärung von Bedürfnissen als erledigt zu erklären (Frenzen/Hirsch/Zerillo 1994, 405), sodass sich die Nachfragetheorie von anderen Sozialwissenschaften, insbesondere der Psychologie²⁹¹, emanzipieren konnte.

Andererseits verzichtet die Standardökonomik damit zugleich und zwangsläufig auf jede Möglichkeit einer kritischen Unterscheidung von Konsumententscheidungen. Offenbarte Präferenzen sind pure Faktizität, sonst nichts, sie erscheinen aus Sicht des Präferenzkonzeptes als letzte Offenbarung, der niemand entkommen kann:

»If you are observed to choose *x* rejecting *y*, you are declared to have »revealed« a preference for *x* over *y*. Your personal utility is then defined as simply a numerical representation of this »preference«, assigning a higher utility to a »preferred« alternative. With this set of definitions you can hardly escape maximizing your own utility, except through inconsistency. (...) if you are consistent, then no matter whether you are a single-minded egoist or a raving altruist or a class conscious militant, you will appear to be maximizing your own utility in this enchanted world of definitions. (...) This approach (...) involves nothing other than internal consistency. A person's choices are considered »rational« (...) if all his choices can be explained as the choosing of »most preferred« alternatives with respect to a postulated preference relation« (Sen 1977, 322 f.).

Mit diesem Präferenzansatz wird systematisch ausgeblendet, dass man Informationen über Präferenzen auch anders als über die Beobachtung von beobachtbaren Wahlhandlungen beschaffen kann und dass in einer Wahlhandlung ein Kompromiss verschiedenster Überlegungen zum Ausdruck kommen kann (Sen 1977, 323 f.). Es handelt sich also um einen methodenmonistischen und maximenmonistischen Ansatz.

Zu diesen beiden Engführungen – der Reduktion auf Beobachtbares und der damit verbundenen Eindimensionalität – kommt als weitere hinzu, dass nur eine einzige Präferenzordnung angenommen wird, in der sich *alle* Reflexionsformen des Individuums ausdrücken. Es handelt sich also um ein monistisches Präferenzordnungskonzept. Ein solches Konzept ist offensichtlich unterkomplex (Sen 1977, 335 f.). Sen schlägt vor, mit Harsanyi zwischen den ethischen und den subjektiven Präferenzen einer Person zu unterscheiden, weil man so das, was eine Person

291 Solange noch die Methode der Introspektion dazu benutzt wurde, ökonomisch relevante »psychologische« Erkenntnisse zu gewinnen, liegt in dieser Emanzipation durchaus ein wissenschaftlicher Fortschritt (vgl. Pribram 1992, 872).

als gut betrachtet, danach trennen kann, ob sie es vom sozialen Standpunkt aus oder von ihrem eigenen persönlichen Standpunkt aus so bewertet (S. 336). Diese duale Präferenzstruktur, die auch individuelle moralische Urteile zulässt und erfasst, bewertet Sen als immer noch unzureichend; er entwickelt deshalb das Konzept einer Metapräferenzordnung (ranking of preference ranking), mit der sich von Wertvorstellungen geleitete Urteile ausdrücken lassen (S. 337–341).

Wichtig in unserem Zusammenhang sind drei Eigenschaften der Metapräferenzordnung(en). Erstens kann ein Konsument danach *unterschiedliche Typen* von Präferenzen haben. Das können etwa eine Präferenzordnung A, die die Rangordnung seines persönlichen Wohls und damit auch die seiner persönlichen Interessen repräsentiert, eine Ordnung B, die seine isolierten persönlichen Interessen ohne Berücksichtigung von Sympathie²⁹² ausdrückt, sowie eine Ordnung C sein, die den von ihm tatsächlich getroffenen Wahlentscheidungen entspricht (Sen 1977, 337 f.). Zweitens können Konsumenten ihre Präferenzen reflektieren, z. B. indem eine ihrer Präferenzordnungen ausdrückt, welche Präferenzen sie gerne *hätten* (S. 339). Drittens erlaubt und erzwingt das Konzept der Metapräferenzordnungen einen Methodenpluralismus, indem es nicht mehr allein die Beobachtung »realisierter« Präferenzen als zulässig betrachtet, sondern auch Introspektion und Kommunikation; »a whole new world opens up, liberating us from the informational shackles of the traditional approach« (Sen 1977, 339 f.). Viertens würde die Einbeziehung des Typs von Konsumhandeln, der auf Engagement für Wertvorstellungen und nicht auf Eigennutz oder Sympathie gründet, eine Umformulierung konsumökonomischer Modelle erfordern (vgl. Sen 1977, 341 f.).

Eine vierte Engführung liegt im Kurzschluss zwischen am Markt offenbaren und tatsächlichen oder intendierten Präferenzen. Im Sinne offener Präferenzen richtet sich die Analyse ausschließlich darauf, wie über Güter oder deren Ge- bzw. Verbrauch verfügt wird, und nicht

292 Mit *Sympathie* (sympathy) bezeichnet Sen eine (eher egoistische) Haltung, aus der man für das Wohl anderer sorgt, weil deren Wohl das eigene Wohl direkt tangiert (z. B. wenn einem dadurch schlecht wird, dass man davon weiß, dass jemand gefoltert wird). Eine (eher nicht-egoistische) Haltung, bei der jemand bewusst eine Handlung wählt, von der er für sich selbst ein niedrigeres persönliches Wohlfahrtsniveau erwartet, als wenn er eine andere ihm verfügbare wählen würde, nennt Sen *Engagement* (commitment) (z. B. wenn man sich durch jene Information über das Foltern nicht schlecht fühlt, aber denkt, Foltern sei falsch, und *deshalb* bereit ist, etwas dagegen zu unternehmen). Engagement ist eng mit persönlichen Wertvorstellungen verbunden (Sen 1977, 326 f., 329).

(mehr) darauf, welche subjektive Befriedigung aus dem Konsum gezogen wird. Diskrepanzen zwischen empfundenen Bedürfnissen und daraus entwickelten Präferenzen, Irrtümer über die eigenen Präferenzen und daran anschließende Lernprozesse, Unterscheidungen von Präferenzen, etwa zwischen habitualisierten und bewusst entschiedenen Präferenzen oder zwischen tendenziell autonomen und stark sozial geprägten oder zwischen versorgungsstrukturabhängigen und frei oder freier wählbaren Präferenzen, können nicht einmal *gedacht* werden. Hinzu kommt, dass konsumtive Marktentscheidungen auch einfach das Ergebnis ineffizienter Entscheidungen sein können und damit nur die Kompetenzdefizite der Haushaltsmanager, nicht aber deren Präferenzen anzeigen (Lancaster 1966a, 19; vgl. 6.3.1). Wenn es auch einleuchten mag, dass all diese Differenzierungen auf dem Weg zur einer allgemeinen, formalen mikroökonomischen Theorie nur hinderlich sind, zeigt sich doch genau so deutlich, dass es die Entwicklung einer angemessenen ökonomischen *Konsumtheorie* verhindert, wenn man darauf verzichtet.

Dieser *Beobachtung-Präferenz-Kurzschluss* bringt ein weiteres Defizit mit sich: die Kritikunfähigkeit des Präferenzkonzepts, aus der die fünfte Engführung folgt: sein affirmativ-legitimatischer Charakter. Die völlige Subjektivierung und die damit einhergehende Beliebigkeit des Urteils über Bedürfnisse, über die Bedürfniseffektivität der Präferenzen und Güter sowie über die Legitimität und Adäquanz der Bedürfnisse selbst, über Nutzenvorstellungen und Nutzenstiftungen, über die Konsumdominanz und das Konsumwachstum, nehmen dieser Art von ökonomischer Konsumtheorie jede Möglichkeit zur Kritik. Diese ökonomische Konsumtheorie kann sowohl gegenüber individuellen Wünschen und ihren Folgen sowie gegenüber den Strukturen und Folgen des Konsumkapitalismus nur affirmativ denken und wirkt deshalb auch tatsächlich affirmierend. Ihr fehlt jeglicher Maßstab zur Kritik, etwa eine Theorie menschlicher Bedürfnisse, und deshalb auch jede kritische Distanz (vgl. Scherhorn/Augustin/Brune u. a. 1975, 6).

Schließlich offenbart sich hier der normative Charakter auch des Präferenzkonzeptes. Mit der doppelten Annahme offener und geschlossener, also nicht sozial konstituierter individueller Präferenzen wird zugleich unterstellt, dass Individuen ihre eigenen Interessen selbst am besten beurteilen können und sollen, und dass sie deshalb über ihre Käufe die Allokation der Ressourcen in der Ökonomie so lenken kön-

nen und sollen, dass ihre Wohlfahrt und die Wohlfahrt insgesamt maximiert wird (Etzioni 1999c, 57 f.). Die individuellen, offenbarten Präferenzen werden zum Wertmaßstab der Beurteilung der eigenen individuellen und der gesamten Wohlfahrt erhoben. Indem man gesellschaftliche Einflüsse auf individuelle Präferenzen und die Möglichkeit, dass diese manipuliert oder fehlinterpretiert werden, wegdefiniert, kann man auch präferenztheoretisch die »freie« privatkapitalistische Marktwirtschaft rechtfertigen und politische Eingriffe in die Konsumententscheidungen der Individuen grundsätzlich ablehnen.

5.3.2.2 Stabilität und Autonomie von Präferenzen

Die Kritik an der Annahme der Stabilität und Autonomie der Präferenzen²⁹³ entspricht der bereits vorgetragenen Kritik an der Stabilität und Autonomie von Bedürfnissen (vgl. 5.1.2.1.2, 5.1.2.1.3). Die Annahme ist nicht nur erforderlich, um inhaltlich problematische (Konsumentensouveränität, Wohlstandsmaßstab) und methodisch schwer kontrollierbare Wechselwirkungen zwischen Konsum/Nachfrage und Produktion (Konsumgüterangebot) oder produzentengesteuerter Konsumkommunikation (Informationstechnologie) auszuschließen (Nachfrage als Funktion des Angebots). Der Haushalt und sein Konsumverhalten werden auch im Präferenzansatz nach *methodischen* Erfordernissen modelliert. Dafür nimmt man in Kauf, nur eine stationäre Nachfragetheorie entwickeln zu können, denn werden »die Präferenzen verändert (...), so bricht sie in allen ihren Varianten zusammen, da in diesem Falle keine Konsistenz des Handelns mehr vorliegt« (Streissler/Streissler 1966, 24).

Besonders hartnäckig verteidigt – und sei es nur dadurch, dass man ungerührt daran festhält –, wird die Annahme autonomer Präferenzen. Der Grund liegt wohl darin, dass eine Verabschiedung dieser Annahme »ein entscheidender Schlag gegen die theoretische Autonomie der Ökonomik« wäre und damit »der wichtigste Stützpunkt des Modellplatonismus im Bereich der Theorie der Konsumnachfrage« verloren ginge (Albert 1965, 168, 169). Für andere Sozialwissenschaften – darunter insbesondere die Marketingwissenschaft – ist die Unhaltbarkeit der Autonomieannahme für den individuellen Konsum dagegen seit Jahrzehnten einschlägig.

293 Vgl. dazu auch das Zugeständnis Lancasters, Konsumenten könnten exzentrisch sein, aber nur in einer konsistenten Art und Weise (Lancaster 1991, 237, vgl. 4.2.1).

»Die Verhaltensweisen der Mitglieder einer Gesellschaft beim Kauf von Konsumgütern sind wie auch sonst abhängig von ihren Motiven, ihren Einstellungen und den Bezugsrahmen, die die Situationsbeurteilung bestimmen. Alle diese Faktoren hängen aber wiederum (...) unter anderem stark von der Gruppenkonstellation ab, in die die Konsumenten eingebettet sind, von ihren Bezugsgruppen und vom weiteren Sozialmilieu. Das bedeutet aber, dass man bei einer Kausalanalyse des Marktverhaltens der Konsumenten nicht ohne weiteres von diesem Sozialmilieu so weit gehend abstrahieren kann, wie das in der reinen Theorie geschieht, die ja nur bestimmte Eigenschaften des kommerziellen Beziehungsnetzes, nämlich die Preis-Einkommens-Situation der betreffenden Konsumenten berücksichtigt« (Albert 1965, 168).

Damit stünde aber – wie bereits mehrfach angedeutet – eine Umorientierung der ökonomischen Konsumtheorie von der Fiktion des Konsumhandelns als individueller und isolierter Handlung zur Hypothese des Konsumhandelns als individueller *und* sozialer Handlung auf der Tagesordnung. Das würde bedeuten, die Konzeption des ökonomischen Konsumraums tief greifend umzugestalten: vom sozial leeren, nur durch Einkommen und Preise definierten Raum zu einem sozial strukturierten Raum, in dem beispielsweise auch Konsumnormen, Konsumhandlungsmuster sowie Güter- und Distributionsstrukturen eine zentrale Rolle spielen (vgl. Berger 1999, Fine/Leopold 1993). Sie einfach als weitere Restriktionen zu konzipieren, dürfte zu kurz greifen, da diese Restriktionen individuell interpretationsfähig und veränderbar sowie teilweise Ergebnis *ökonomischer* Aktivitäten sind. Marktseitig wäre dann zu klären, wie in einem *sozial* strukturierten Konsumraum *individuelle* Konsumhandlungen zu Stande kommen. Haushaltsseitig wäre zu analysieren, wie aus den Ergebnissen dieser Konsumhandlungen »Nutzen« oder »Befriedigung« entsteht und welche Konsequenzen daraus für die nächste Konsumhandlung gezogen werden.

5.3.2.3 Rationalität der Präferenzordnung

Auch das Präferenzkonzept kann – schon aus Gründen der mathematischen Darstellungsformen – nicht auf zwei Rationalitätsmerkmale verzichten: die Mengenpräferenz, wonach ein Individuum immer die größere Gütermenge vorzieht, und die Konsistenzannahme, wonach es unter gleichen Umständen immer gleich wählt. Diese Konzeption von Ra-

tionalität ist – im Vergleich zu traditionellen Konzepten – äußerst reduziert. Eigennütziges und sympathisches Konsumhandeln lassen sich selbstverständlich unter diese Rationalitätsform subsumieren.²⁹⁴ Aber wie sieht es mit Konsumententscheidungen oder Konsumhandlungen, die auf Engagement gründen, aus?

Engagiertes Konsumhandeln steht nicht im Widerspruch mit der Konsistenzforderung; diese verkörpert aber auch nur eine recht schwache Form von Rationalität und reicht auch den Präferenztheoretikern keineswegs aus. Prüft man die Vereinbarkeit mit der Mengenpräferenz, die in ihrer schwachen Variante bekanntlich keine Maximierungsannahme enthält, stößt man dagegen auf fundamentale Probleme. Man kann sie zwar zum Teil entschärfen, indem man in die individuelle Nutzenfunktion Altruismus in beliebigem Ausmaß als Argument einfügt. Dann würde die Mengenpräferenz eben auch die Sorge für das auf Konsumgüter bezogene Wohlergehen irgendwelcher Dritter abdecken (vgl. Becker 1982/1976 und 1982/1974). Wenn aber, ob aus eigennützigen oder altruistischen oder ethischen Gründen, *geringere* Mengen irgendwelcher Konsumgüter vorgezogen werden, entfällt die Mengenpräferenz und damit bricht eine wesentliche Grundlage der Präferenzordnungsanalyse weg. Dass das keine unrealistische Vorstellung ist, zeigen Erscheinungsformen wie die Geizkragenbewegung (z. B. Veen/Eeden 1997), asketisch orientierte Konsumformen (z. B. Nash 1998²⁹⁵; vgl. Knobloch 1994, 20–24) oder ethisch motivierte Konsumverzichte z. B. von Umweltbewegten oder Tierfreunden (vgl. Beier 1993).

Noch größere Schwierigkeiten ergeben sich, wenn Rationalität als das Verfolgen von Eigeninteressen konzipiert wird (deshalb enthalten sich moderne Präferenztheoretiker gerne jeder inhaltlichen Spezifizierung der Nutzenfunktion und erlauben, dass ihr beliebige Wertorientierungen zu Grunde liegen können).²⁹⁶ Interpretiert man eine Konsumhandlung als Entscheidung für die Alternative, von der erwartet wird, dass sie die persönlichen Interessen des Akteurs besser bedient als die

294 Vgl. zu den Begriffen Eigennutz, Sympathie und Engagement Fn 292 (Sen 1977).

295 Nash (1998) plädiert aus einer christlichen Perspektive für die Tugend der Einfachheit und Sparsamkeit als ökonomische Subversion, als Revolte gegen ein ökonomisches System, das auf intensiver Produktion und intensivem Konsum beruht (S. 417). Die Maxime der Einfachheit richtet sich gegen die Unersättlichkeit, gegen Maximierungstreben, gegen konsumtive Verführung und gegen den Überkonsumtion (S. 418 f.).

296 Das eerder selbstverständlich in einer Tautologie, weil dann jegliches Handeln als nutzenorientiert interpretiert werden kann (vgl. Kromphardt 1982, 918).

abgewählte, impliziert das mindestens drei normative Festlegungen zum Rationalitätskonzept (Sen 1977, 342):

»First, it is a consequentialist view: judging acts by consequences only. Second, it is an approach of *act* evaluation rather than *rule* evaluation. And third, the only consequences considered in evaluating acts are those on one's own interests, everything else being at best an intermediate product« (Sen 1977, 342).

Zwar haben viele moderne Präferenzmodelle die Annahme des Eigennutzes als zu eng und willkürlich aufgegeben und lassen andere Bewertungsmaßstäbe für die konsumtive Wahlhandlung zu. Dennoch bleiben die beiden normativen Engführungen des Konsequenzialismus und der Handlungsevaluation; sie verkörpern das utilitaristische Resterbe der modernen Präferenzansätze. Sen zeigt, dass sich engagiertes Konsumhandeln unter Umständen deontologisch²⁹⁷ orientiert und deshalb im Widerspruch zu diesen beiden Engführungen stehen (1977, 342): Engagement bezieht sich gelegentlich auf Verpflichtungen, die über die Konsequenzen des Handelns hinausgehen, und es akzeptiert manchmal persönliche Verluste auf Grund einer Handlung zu Gunsten der Einhaltung handlungsleitender Regeln. Beides kann man anhand offenkundiger Präferenzen *allein* nicht einmal erkennen, geschweige denn erklären.

5.4 Fazit: Motive und Ziele des Konsums

Aus konsumtheoretischer Sicht sind die standardökonomischen Konzepte Bedürfnis, Nutzen und Präferenz mit gravierenden Mängeln behaftet. Ins Zentrum der Kritik gehört die grundlegende Annahme, Bedürfnisse, Nutzen oder Präferenzen könnten *ökonomisch* als exogen gegeben behandelt werden. Diese Position lässt sich nicht halten, weil sie typische und vor allem: *ökonomisch relevante und wesentliche Aspekte* konsumgerichteter Motive und Ziele verfehlt und damit Konsumhandlungen nicht angemessen erklären kann. Zu den ökonomischen Aspekten, die trotz ihrer Relevanz ausgeblendet werden, gehören die Bedürfnistransformation und die Bedürfnisbeeinflussung bis hin zur konkre-

²⁹⁷ Das Gegenmodell zum Konsequenzialismus bildet die deontologische Position, wonach Handlungen dann »moralisch richtig sind, wenn sie einem relevanten Prinzip oder einer Verpflichtung entsprechen« (Etzioni 1996, 40; i. O. hervorgeh.); dem entspricht eine Evaluation bezogen auf *Regeln* des Handelns.

ten Marktnachfrage und die Möglichkeiten einer selbstreflexiven Bedürfnisökonomie der Konsumenten. Bedürfnisse, Nutzen, Präferenzen und Konsum entstehen und verändern sich in einem sozial – und ökonomisch – strukturierten Raum und nicht in individueller Isolation. Aus konsumtheoretischer Sicht ist die Exogenisierung von Bedürfnissen, Nutzen und Präferenzen ein schwer wiegender konzeptioneller Fehler, mag sie auch aus preis- und gleichgewichtstheoretischer Perspektive eine Unumgänglichkeit sein. Mit dieser Exogenisierung wird der Einfluss *ökonomischer* Faktoren auf Motive und Ziele des Konsums aus der *ökonomischen* Analyse ausblendet, von gesellschaftlichen Einflüssen ganz zu schweigen.

Bedürfnisse und Nutzenvorstellungen können weder ohne Bezug zur Konsumgeschichte noch zur Konsumkultur angemessen gefasst werden, im Gegenteil, sie sind in ihrer heutigen Form durch die besondere historische Situation des entwickelten »Konsumkapitalismus« und seine spezifische »Warenkultur« überhaupt erst entstanden. Dass individuelles Konsumhandeln und die ihm zu Grunde liegenden Bedürfnisse und Nutzenkonzepte wesentlich gesellschaftlich geprägte Phänomene sind, reicht allein als Argument gegen deren standardökonomische Ausblendung nicht aus. Erst dadurch, dass Konsum und Bedürfnisse in enger Wechselwirkung auch mit der Ökonomie, z. B. mit ihren Produktionsstrukturen, Markt- und Machtverhältnissen, Versorgungsstrukturen, Güterangeboten und nicht zuletzt mit ihrer Konsumkommunikation stehen, zwingt dazu, diese Wechselwirkungen in konsumökonomischen Analysen zu thematisieren. Dann kann man sich aber auch der Diskussion der Qualität von Bedürfnissen nicht verschließen, denn es würde viel zu kurz greifen, die gesellschaftlich-ökonomisch-individuellen Wechselwirkungen nur als quantitative aufzufassen.

Hinzu kommt, dass sich die Standardökonomik mit der Annahme unbegrenzter Bedürfnisse auf eine höchst zweifelhafte Grundlage stützt, besonders dann, wenn sie die Unersättlichkeit naturalisiert und damit der Selbstreflexion der Akteure entzieht. Das bedeutet zugleich, dass neben Wachstum und Produktivitätssteigerung auch Bedürfnisreflexion und Bedürfniskritik als Möglichkeiten ökonomischen Verhaltens zuzulassen sind, mit denen relative Knappheit überwunden und Wohlstand gesteigert werden kann.

Mit dem Konzept des subjektiven *Nutzens* erreicht die Standardökonomik nicht nur einen werttheoretischen, sondern auch einen nachfra-

getheoretischen und mit der Grenznutzenanalyse auch einen methodischen Durchbruch. Als *inhaltlich* gefüllter Begriff bildet »Nutzen« jedoch nur eine Zwischenstation auf dem konsequenten Weg zu immer weiter gehender Reduzierung des Konsumhandelns auf entscheidungslogische Aspekte und auf deren Formalisierung in standardmikroökonomischen Modellen. Alle nicht quantifizierbaren und mathematisierbaren Inhalte von Nutzen sollen eliminiert werden. So bleiben auch die Motive (Bedürfnisse) und die Ergebnisse (Bedürfnisbefriedigung) des Konsums völlig ausgeblendet. Damit schrumpft »Nutzen« letztlich zu einer beliebig zu füllenden Leerformel in der individuellen Nutzenfunktion.

Diese scheinbare inhaltliche Leere entpuppt sich jedoch bei näherem Hinsehen als normativer Rahmen, von dem aus Konsumhandeln interpretiert wird. Mit der spezifisch standardökonomischen Form der Nutzenorientierung und Nutzenmaximierung wird ökonomische Rationalität zur konsumtiven Handlungsmaxime erklärt, die aus sich selbst heraus legitimiert ist. Alternative konsumtive Handlungsmuster bleiben auf Grund dieser erschlichenen Normativität unberücksichtigt.

Selbstverständlich trifft man beim standardökonomischen Nutzenkonzept erneut auf den Widerspruch zwischen der formal gelungenen, inhaltlich aber gescheiterten Parallelisierung zwischen Haushalt und Unternehmen. Die grundlegenden Unterschiede zwischen den Handlungszielen »Gewinn« und »Nutzen« werden einfach ignoriert. Auch dafür, wie Nutzen entsteht, interessiert sich die Standardökonomik nicht.

Die Entwicklung des Konzeptes der offenbarten *Präferenzen* bildet den vorläufigen Höhepunkt der Formalisierung der Nachfragetheorie und der Emanzipation der Standardökonomik von den Erkenntnissen anderer Sozialwissenschaften. Das Nachfragehandeln der Konsumenten erscheint nun als pure Faktizität, denn *jede* Entscheidung gilt als Ausdruck der individuellen Präferenzen. Konsumhandeln wird damit erneut und drastisch auf direkt Beobachtbares reduziert und sehr eindimensional konzipiert. Der einschlägige Begriff der Präferenzordnung ist monistisch, denn er gesteht Individuen nur eine einzige solche Ordnung zu. Damit schließt er automatisch auch Metapräferenzordnungen aus, mit denen Individuen ihre Präferenzordnungen nach ihren Wertvorstellungen ordnen könnten. Wie das standardökonomische Nutzenkonzept interessiert sich auch der Präferenzansatz nicht dafür, ob die

subjektive Befriedigung aus dem Konsum gelingt oder scheitert, sondern identifiziert offenbarte mit tatsächlichen und mit intendierten Präferenzen. Differenzen zwischen Konsumzielen und Konsumergebnissen können so nicht einmal erfasst, geschweige denn auf ihre Ursachen hin analysiert werden.

Schließlich erweist sich auch die radikal reduzierte Fassung von Rationalität, mit der die Präferenzansätze arbeiten, insofern immer noch als normativ, als sie die Bevorzugung geringerer Gütermengen ausschließt und Konsumhandlungen nur nach ihren Folgen betrachtet, nicht nach den Regeln, denen sie folgen. Normativ orientierter Konsum wird damit aus dem Bereich des ökonomisch Erklärbaren ausgeschlossen.

6 Güter

Ganz gleich, ob man der ökonomischen Konsumanalyse Bedürfnisse, Nutzen oder Präferenzen zu Grunde legt, und unabhängig davon, ob man den konsumtiven Akteuren Bedürfnisbefriedigung, Nutzenmaximierung oder rationale Wahl als Handlungsmaxime unterstellt, immer richten sich konsumtive Entscheidungen und Handlungen in Konzepten der Standardökonomik vor allem und in erster Linie auf den Erwerb von Gütern, insbesondere auf Marktgüter. Gütertheoretische Analysen finden sich hauptsächlich in der Produktionstheorie und in der Preis- und Nachfragetheorie (Häuser 1974, 456) sowie in der Marketingwissenschaft (Kaas 1994).

Im Folgenden stehen zunächst der traditionelle standardökonomische Begriff des Konsumguts und seine Unterscheidungen im Mittelpunkt (6.1). Die moderne Standardökonomik hat die herkömmliche holistische Konzeption von Konsumgütern aufgegeben und dekomponiert Güter in einzelne Eigenschaften, um derentwillen sie begehrt werden (Abschnitt 6.3.1). Die Neue Haushaltsökonomik knüpft daran an und betont, dass der Konsument Güter am Markt erwirbt, mit denen er im Haushalt selbst die eigentlich von ihm begehrten Güter produziert; damit konzipiert sie Konsum als Produktion und den Haushalt als Produktionsstätte (Abschnitt 6.3.2).

6.1 Typologie und Verhalten

Güter genießen in der standardökonomischen Nachfragetheorie eine relativ eng eingegrenzte Aufmerksamkeit. Zum einen werden sie vor allem in Hinblick auf preis- und nachfragetheoretische Modellanalysen begrifflich geordnet und systematisiert. Die daraus resultierende einschlägige Begriffssystematik für »Gut« findet sich in den Einführungen der meisten Standardlehrwerke.²⁹⁸ Zum anderen werden Güter besonders unter den Aspekten von Angebotsmenge und Marktpreis analysiert. Obwohl der Begriff Gut als »ökonomisch-technische

298 Vgl. z. B. Mankiw 1999, 244–246; Hürdes/Mertes/Schmütz 1998, 16–18; Hanusch/Kuhn 1998, 7–12; Baßeler/Heinrich/Koch 1995, 43–47.

Kategorie« betrachtet werden kann und insofern eine »Doppelnatur« hat, konzentriert sich die Standardökonomik auf die Subjekt-Objekt-Beziehung aus Sicht des Wirtschaftssubjektes (Weber 1965, 735). So bleiben grundlegendere Fragen, etwa welche Qualitäten Güter haben oder wie ihnen diese Qualitäten zugeschrieben und wie sie evaluiert werden, ausgeblendet²⁹⁹. Auch fundamentale Fragen wie z. B. was Güter zu marktvermittelten Konsumgütern macht oder was davon abhält, manche Güter zu Marktgütern zu machen und andere zu öffentlichen, spielen in standardökonomischen Arbeiten kaum eine Rolle.

Bei der Beschäftigung mit der ökonomischen Güterlehre muss beachtet werden, dass die – in der Regel binären – Unterscheidungen von Güterarten jeweils die Extrempunkte eines Kontinuums bezeichnen³⁰⁰, zwischen denen grundsätzlich eine Vielzahl von Abstufungen möglich ist. Das gerät im Eifer der Modellanalyse manchmal in Vergessenheit. Außerdem kann man oft die Zuordnung eines Gutes zu einer Güterart nicht objektiv »von außen« feststellen, sondern muss sie mit Bezug auf die Intentionen und Nutzungsformen vornehmen, die individuelle Konsumenten, Gruppen oder Gesellschaften mit dem jeweiligen Gut verbinden. Die recht objektiv erscheinende standardökonomische (Konsum-)Güterklassifikation hat also eine deutlich subjektivistische Einfärbung. Im Folgenden wird diese Klassifikation in einem kurzen Überblick in Erinnerung gerufen.

Im Zusammenhang konsumtheoretischer Überlegungen sind zwei Unterscheidungen besonders wichtig. Die erste grenzt *wirtschaftliche* von *freien*³⁰¹ Gütern ab. Bei freien Gütern ist das Angebot auch bei einem Preis von Null höher als die Nachfrage. Wirtschaftliche Güter, die als knapp definiert werden, konstituieren sich ganz allgemein durch ihre Relation zu Bedürfnissen, für deren Befriedigung sie nicht ausreichen³⁰², standardökonomisch und enger gefasst durch ihren Bezug zur Nachfrage (vgl. 3.1). Von wirtschaftlichen Gütern zu spre-

299 Hier manifestiert sich exemplarisch der angloamerikanische Bias der Standardökonomik, denn sie nimmt z. B. die französischsprachige Ökonomik so gut wie nicht zur Kenntnis. Deshalb bleiben auch die Konzepte des mikroökonomischen Konventionismus unbeachtet, die u. a. Güter, Güterqualitäten und Gütermärkte als ein Resultat von *sozialen Konstruktionsprozessen* auffassen (vgl. als Überblick Wilkinson 1997; vgl. Allaire/Boyer 1995, Gómez 1994, Nicolas/Valceschini 1995, Rallet 1993; vgl. 7.2.1.2).

300 Vgl. z. B. zu öffentlichen / privaten Gütern Feess 1997, 499 f.

301 Die lassen sich noch einmal gliedern in freie (nicht knappe Güter) und frei zugängliche, knappe Güter, so genannte Allmendegüter (Hardes/Merres/Schmitz 1998, 56).

chen macht nur Sinn, wenn sich die Güter in der Verfügungsgewalt des Menschen befinden (Müller 1995/1986, 1155). Wirtschaftliche Güter werden also als eine in doppelter Hinsicht relative Kategorie definiert, nämlich in Relation zu ihrem konkreten Begehrtheit (Knappheitskriterium) und zu ihrer grundsätzlichen Gestaltbarkeit (Zugriffskriterium).

Die zweite zentrale Unterscheidung trennt *private* von *öffentlichen* Gütern. Diese Differenz steht üblicherweise im Kontext der Analyse von Koordinationstypen (Markt und Staat) und Externalitäten (positive oder negative externe Effekte); sie hat eine neue Aktualität durch die Debatte um die Eigentumsrechte gewonnen.³⁰³ Der Unterscheidung privat / öffentlich werden die einschlägigen Merkmale Konsumrivalität der Güternutzung und Ausschließbarkeit von der Nutzung zu Grunde gelegt.

Damit lässt sich eine Vierfeldertafel bilden, in der für private Güter beide Merkmale gelten und für (reine) öffentliche Güter keines von beiden.³⁰⁴ Es kommen zwei Mischtypen hinzu: gesellschaftliche Ressourcen (Rivalität, Nichtausschluss)³⁰⁵ und natürliche Monopole (Nichtrivalität, Ausschluss)³⁰⁶. Die Voraussetzung für das Aufkommen privater Güter liegt darin, dass sie in ihrer Nutzung so geteilt werden (können), dass sie von Einzelpersonen allein zu nutzen sind, und, jedenfalls im Grundsatz, nur dem individuellen Konsumenten Nutzen (und dem Verkäufer Gewinn) bringen. Für Verbrauchsgüter wird absolute Konsumrivalität generell unterstellt, da sie im Verzehr oder Konsum untergehen.³⁰⁷ Rivalität kann als rein technisches Kriterium betrachtet werden, Nichtausschließbarkeit dagegen kann sowohl technisch gegeben,

302 Vgl. als Beispiel die sehr weite Begriffsdefinition bei Weise/Brandes/Eger/Krafi: «Ökonomische Güter sind knappe Güter im Sinne jeder Differenz zwischen Wunsch und Wirklichkeit» (1993, 11).

303 Vgl. z. B. Feess (1997, 499–502), der das Konzept externer Effekte für völlig ausreichend hält und auf eine Theorie öffentlicher Güter deshalb verzichtet, sowie Mankiw, der beide Ansätze als eng verwandt betrachtet (1999, 244–259).

304 Vgl. z. B. Mankiw 1999, 245, oder Hardes/Mertes/Schmitz 1998, 56.

305 Mankiw (1999, 245) nennt beispielhaft Fische im Meer, Umwelt, öffentliche Straßen mit Stau.

306 Beispiele bei Mankiw sind Feuerschutz, Kabelfernsehen und gebührenpflichtige Straßen ohne Stau (Mankiw 1999, 245).

307 Dass der ökonomischen Verwertungsfantasie hier allerdings keine Grenzen gesetzt sind, zeigt sich in den zahlreichen, auch historisch einschlägigen Versuchen, die Nahrungskette gewinnträchtig zu verlängern, beispielsweise indem etwa – auch anthropogene – Klärschlämme zu Tierfutter verarbeitet werden (vgl. «Tierfutter: Giftiger Klärschlamm im Fleischmehl», Monitor Nr. 453 vom 12.08.99, Quelle unter <http://www.wdr.de/tv/monitor/archiv/1999/08/12b.html> vom 13.08.1999).

als auch nur »ökonomisch sinnvoll« sein.³⁰⁸ Der Preis privater Güter dient als Instrument, um das Ausschlussprinzip durchzusetzen, das sich aus der Konsumrivalität ergibt (z. B. Hanusch/Kuhn 1998, 104 f.). Zu beachten ist, dass eine absolute Zuordnung privat / öffentlich ohne Berücksichtigung der konkreten Begleitumstände gelegentlich schwer fällt³⁰⁹. Auch privates Gut / öffentliches Gut sind also in gewissem Ausmaß kontextrelative Begriffe.

Das liegt nicht zuletzt daran, dass die standardökonomische Analyse für private Güter voraussetzt, dass weder externe Kosten noch externe Nutzen entstehen (vgl. z. B. Samuelson/Nordhaus 1998, 410 f.). Solche externen Effekte können bei Produktion, Distribution und Konsumtion von Gütern entstehen; standardökonomisch werden sie im Kontext von Effizienz / Ineffizienz diskutiert.³¹⁰ Auf allen drei Ebenen bilden externe Effekte aber eher den Regelfall als die Ausnahme; ob sie aber als solche gesellschaftlich, politisch oder gar juristisch anerkannt werden ist eine ganz andere Frage (vgl. 6.2.1).

308 Vgl. z. B. die Darstellung bei Hanusch/Kuhn (1998, 11 f.). – Eine einheitlich-präzise Begrifflichkeit in der Bezeichnung der unterschiedlichen Güterkategorien hat sich offensichtlich bisher nicht vollständig durchgesetzt. Hardes/Mertes/Schmitz (1998, 56) sprechen von »Kollektivgütern« (mit ausschließbarer Nutzung), die Mankiw »natürliche Monopole« nennt (1999, 245). Hanusch/Kuhn (1998, 12) verwenden den Begriff »gemischte öffentliche Güter« (nur teilweise/r Rivalität und/oder Ausschluss), Weise/Brandes/Eger/Kraft wählen »gemischt privar-öffentliche Güter« (1993, 319). Auch der Begriff »meritorische Güter« wird nicht immer eindeutig verwendet (Güter, deren Marktnachfrage unter dem gesellschaftlich gewünschten Versorgungsgrad läge, und die deshalb als öffentliche bereitgestellt werden; Musgrave 1969/1959; vgl. Fn 98) (z. B. Piorkowsky 1997, 87 f.).

309 Mankiw diskutiert das am traditionellen Beispiel Leuchtturm, der zwar grundsätzlich als ein öffentliches Gut gilt, aber unter bestimmten Bedingungen (nächstegelegener Hafen ist ein Privatbetrieb) zum privaten Gut tendiert: »Sofern ein Leuchtturm sehr vielen Schiffskapitänen nützt, ist er ein öffentliches Gut. Sofern er jedoch in erster Linie einem bestimmten Eigentümer eines Hafens nützt, ist der Leuchtturm ein privates Gut« (Mankiw 1999, 250). Es kommt also auf die Zahl der Nutznießer an und darauf, ob diese ausgeschlossen werden können.

310 Während Samuelson/Nordhaus externe Effekte zwar in diesen Zusammenhang stellen, sie aber ohne expliziten Bezug auf Effizienz definieren (1998, 60 f.), gibt Feess der Perspektive der Effizienzbedingung konstitutive Bedeutung: Gewöhnliche »Marktmechanismen dürfen (...) nicht unter den Begriff externer Effekte gefasst werden, weil sie die Effizienz der Allokation nicht stören. Wir müssen externe Effekte daher etwas umständlicher als Pigou definieren. Ein externer Effekt liegt vor, wenn in die Nutzen- oder Produktionsfunktion der Wirtschaftssubjekte i die Variable y_j eingeht, die von anderen Wirtschaftssubjekten j gewählt wird, ohne die Auswirkungen auf i zu beachten und ohne die Existenz marktlicher oder sonstiger Vertragsbeziehungen zwischen i und j (mit U_i als Nutzenindex von i gilt somit $\partial U_i / \partial y_j \neq 0$)« (Feess 1997, 503). Feess betont deshalb auch, »dass die Aufgabe beim Umgang mit negativen externen Effekten (...) nicht darin besteht, die Schäden völlig zum Verschwinden zu bringen, sondern sie auf ihr durch (19.8) [der Gleichung für das Pareto-Optimum, in dem bekanntlich die Summe aller Grenznutzen der Summe aller Grenzkosten entsprechen muss; RH] definiertes Optimum zu reduzieren« (S. 504).

Externalitäten werden standardökonomisch traditionell im Kontext von Produktionsprozessen diskutiert³¹¹, kaum jedoch im Zusammenhang von Konsumprozessen.³¹² In jüngerer Zeit bildeten Externalitäten (wieder) ein zentrales Thema in der gesellschaftlichen Umweltdiskussion und in der umweltökonomischen Debatte. Dabei wurde nicht selten versucht, auch Konsumenten Verantwortung für ökologische Externalitäten der Produktion zuzuschreiben. Erst in zweiter Linie gerieten dabei externe Effekte des Konsums in die Diskussion.

Eine produktionstheoretisch und konsumtheoretisch relevante Unterscheidung trennt *Sachgüter* von *Dienstleistungen* (sowie von Rechten). In sachlicher Hinsicht werden Sachgüter bekanntlich als rein materiell und lagerfähig charakterisiert, Dienstleistungen dagegen als personell, an den Dienstleister und den Konsumenten gebunden und nicht lagerfähig. In zeitlicher Perspektive fallen bei Dienstleistungen Erstellung und Konsum zusammen (uno-actu-Prinzip), bei Sachgütern dagegen nicht. Die standardökonomische Nachfragetheorie lässt diesen Unterschied meist unberücksichtigt und fasst Sachgüter und Dienstleistungen unter dem Begriff »Gut« oder »Konsumgut« zusammen. Das passt zum allgemeinen Hang der Ökonomik, sich vorwiegend auf Sachgüter zu konzentrieren (Kleinhenz 1995, 48 f.).

Die Konsum- oder Haushaltstheorie beschäftigt sich nur mit *Konsumgütern*, also Gütern die von den Haushalten gekauft, verbraucht und genutzt werden, nicht aber mit *Produktionsgütern* (oder Investitions- oder Kapitalgütern), mit denen andere Güter produziert werden (vgl. z. B. Böventer/Illing u. a. 1997, 3). Manche Güter können, je nachdem, wofür man sie verwendet, beides sein; die Unterscheidung Konsumgut / Produktionsgut bezieht sich also auf den Zweck der Ver-

311 Diese asymmetrische Thematisierung externer Effekte prägt auch eines der grundlegenden Werke über Sozialkosten: In »Soziale Kosten der Marktwirtschaft« beschäftigt sich William Kapp fast ausschließlich mit der »Tatsache, dass die privaten Unternehmer in der Lage sind, Teile der Gesamtkosten der Produktion auf andere Personen oder auf die Gesellschaft abzuwälzen« (Kapp 1988/1963, 8). Dementsprechend definiert er: »Um als Sozialkosten anerkannt zu werden, müssen Schäden und Mängel zwei Eigenschaften aufweisen. Es muss die Möglichkeit bestehen, sie zu vermeiden, sie müssen Folge der wirtschaftlichen Produktion sein und auf dritte Personen oder die Allgemeinheit abgewälzt werden können« (Kapp 1988/1963, 10).

312 Feess stellt ein allgemeines formales Modell für Konsumexternalitäten für einen repräsentativen Konsumenten mit dem Nutzenindex $U = U(C; Q)$ vor (mit C als Menge eines Konsumgutes und Q als Umweltverschmutzung). Er beweist das – standardökonomisch wenig überraschende – Ergebnis, »dass der (positive) Grenznutzen der Emissionen in der Konsumgüterproduktion im Gleichgewicht den (negativen) Grenznutzen der Emissionen entspricht, der durch die Verschlechterung der Umweltqualität entsteht« (Feess 1997, 511). Auch Lancaster wählt Beispiele von Konsumexternalitäten (Lancaster 1991, 341–344).

wendung und ist insofern ein teleologischer Begriff. Die Neue Haushaltsökonomik rückt dieses Begriffspaar allerdings in eine neue Perspektive (vgl. 6.3.2).

Auch die Unterscheidung *Verbrauchsgüter* / *Gebrauchsgüter* ist konsumökonomisch relevant, da sie zwischen Waren und ihren Leistungsabgaben oder Nutzungen zu differenzieren erlaubt³¹³. Gebrauchsgüter oder dauerhafte Güter bilden das konsumtive Vermögen eines Haushalts³¹⁴. Aus ihnen bezieht der Konsument über einen eher längeren Zeitraum hinweg Leistungen (Nutzen). Deshalb fallen hier Marktentnahme (Konsum i. e. S.) und Nutzung (Konsum i. w. S.) regelmäßig auseinander. Bei Verbrauchsgütern dagegen gehen Marktentnahme und Nutzung direkt ineinander über oder liegen sehr dicht beieinander; diese Güter werden im Zuge der Bedürfnisbefriedigung vernichtet (Streissler 1974, 9).

Die standardökonomische Nachfragetheorie fokussiert ihre Aufmerksamkeit ganz auf Marktvorgänge und beschäftigt sich deshalb nur mit privaten Gütern. Diese werden weiter danach unterschieden, wie sich Einkommens- und Preisveränderungen auf die Nachfrage nach dem jeweiligen Konsumgütertyp auswirken (vgl. z. B. Feess 1997, 208, 216 f., 221). Güter des *unelastischen Bedarfs* haben eine niedrige Preiselastizität der Nachfrage, Güter des *elastischen Bedarfs* dagegen eine hohe.³¹⁵ Im Zusammenhang mit der Analyse der einkommensabhängigen Nachfrage kann man zwischen normalen Gütern, auch *superiore* Güter genannt³¹⁶, deren Nachfrage mit dem Einkommen steigt, und *inferioren* differenzieren, deren Nachfrage dann sinkt. Bei absolut inferioren Gütern weisen der Einkommenseffekt und der Substitutionseffekt in verschiedene Richtungen. Wirkt der Einkommenseffekt bei diesen Gütern stärker als der Substitutionseffekt, spricht man von Giffen-Gütern; hier liegt eine negative Preiselastizität der Nachfrage vor. Nach der Art ihrer Verbundenheit in der Nachfrage unterscheidet man *substitutive*, die sich gegenseitig gut ersetzen können, und *komplementäre* Güter³¹⁷, die gemeinsam

313 Vgl. z. B. Böventer/Illing u. a. 1997, 4; vgl. einführend zur effizienztheoretischen Analyse der Haushaltsnachfrage nach lagerungsfähigen und dauerhaften Gütern und zum Zusammenhang mit dem Kapitalangebot des Haushalts Luckenbach 1980, 311 f.

314 Vgl. zur Analyse dauerhafter Güter einführend Streissler 1974, 111–114.

315 Elastischer Bedarf liegt vor, wenn die Preiselastizität $\eta > 1$, unelastischer, wenn $\eta < 1$.

316 Die Einkommenselastizität der Nachfrage ($e_{E,y}$) bei einem Einkommen E ist $e_{E,y} > 1$ für ein relativ superiores Gut y . Für ein absolut superiores Gut (synonym mit relativ inferior) gilt $0 \leq e_{E,y} \leq 1$; bei einem absolut inferiorem Gut ist $e_{E,y} < 0$, weil die relative Präferenz für diese Güter mit steigendem Nutzenindex stark sinkt (vgl. z. B. Feess 1997, 207 f., 755 f.).

konsumiert werden oder zumindest eng zusammengehören. Technisch liegt der Unterschied in der Richtung der Kreuzpreiselastizität der Nachfrage, die bei substitutiven positiv bei komplementären negativ ist³¹⁸.

Manche Standardökonomien scheuen sich nicht, auch psychologisch fundierte Kategorisierungen von Gütern aufzugreifen. So beziehen sich z. B. Weise, Brandes, Eger und Kraft (1993, 177 f.) auf Scitovskys Unterscheidung von *defensiven*, Komfort schaffenden, und *kreativen*, Spaß bringenden Gütern (Scitovsky 1989/76).³¹⁹ In einer ähnlichen Bedeutung bezeichnet der Begriff defensives Gut die Güter, die nur erworben werden, um negative externe Effekte abzuwehren (Hirsch 1980).³²⁰

Nach der Zugänglichkeit von Informationen über Gütereigenschaften lassen sich mikroökonomisch schließlich noch *Inspektionsgüter*, *Erfahrungsgüter* und *Vertrauensgüter* unterscheiden. Inspektionsgüter haben vor allem Eigenschaften, die bei geringen Kosten vor dem Kauf überprüfbar sind, bei Erfahrungsgütern erhält man wichtige Informationen erst durch den Umgang mit dem Gut, während zuverlässige Informationen über Vertrauensgüter auch durch den eigenen Umgang damit nicht oder nur sehr bedingt erhältlich sind (Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 170 f.).³²¹

Die Standardökonomik macht einige vereinfachende Annahmen über Gütereigenschaften; erst in der jüngeren Vergangenheit konnte deren Rigidität teilweise überwunden werden (vgl. 6.3.1). Traditionell gelten Güter grundsätzlich als *homogen*; ihre Qualitäten variieren nicht, nur Veränderungen der Quantität können dargestellt werden (Streissler 1974, 37). Auch moderne Ansätze halten grundsätzlich an der Homogenitätsannahme fest, auch wenn sie diese, wie z. B. Lancaster, recht relativierend formulieren:

317 Genau genommen handelt es sich bei der ökonomischen Verbundenheit von zwei Gütern um eine Beziehung zwischen ihren beiden – gegenüber allen anderen Gütermärkten isoliert betrachteten – Nachfragekurven, dergestalt, dass es zum jedem Preis des Gutes x eine spezifische Nachfragekurve des Gutes y gibt; in diesem Kontext wird Substitutionalität als die typische Beziehung angesehen und als symmetrisch unterstellt (z. B. Lancaster 1991, 74 f.).

318 Bekanntlich gilt für die Kreuzpreiselastizität der Nachfrage ($\epsilon_x(p_y)$) eines substitutiven Gutes x hinsichtlich des Preises von y , seinem Substitut, $\epsilon_x(p_y) > 0$; für komplementäre Güter dagegen gilt $\epsilon_x(p_y) < 0$. Ist $\epsilon_x(p_y) = 0$, handelt es sich um völlig voneinander unabhängige Güter (vgl. z. B. Feess 1997, 220 f.).

319 Vgl. dazu erläuternd die Fn 225 und 229.

320 Siehe dazu Fn 225.

321 Die Autoren nennen folgende Beispiele: Lebensmittel, Textilien – Inspektionseigenschaften; Autos, Stereoanlagen, Häuser – Erfahrungseigenschaften; Arztbehandlung, Autoreparatur – Vertrauenseigenschaften.

»Um eine konsistente Theorie des Konsumentenverhaltens zu gewährleisten, werden wir die Güter so definieren, dass ein Individuum zwei gleichartige Objekte wie ein und dasselbe Gut behandelt.« Man kann feststellen, »dass bestimmte Gütergruppen viele gleich- und einige andersartige Merkmale aufweisen und dass wir sie deshalb auf eine rationale Weise, die eine vernünftige Marktanalyse gewährleistet, gemeinsam behandeln können, ohne dabei die Tatsache aus den Augen zu verlieren, dass die Konsumenten die Güter einer Gruppe durchaus unterschiedlich beurteilen« (Lancaster 1991, 240).

Die Mikroökonomik nimmt in der Regel eine infinitesimale *Teilbarkeit* aller Güter und zugleich deren beliebige *Kombinierbarkeit* an, »da sie anders keine kontinuierlichen Grenzzraten der Substitution bzw. Indifferenzkurven konstruieren könnte« (Streissler 1974, 68). Die Teilbarkeitsannahme findet ihr methodisch notwendiges Pendant in der beliebigen Teilbarkeit der Präferenzen, Nutzen oder Bedürfnisse (Streissler 1974, 39).

Die Theorie der *komplementären Substitute* (Norris 1947)³²² überwindet die Annahme der Güterhomogenität und analysiert die Wahlentscheidung zwischen inhomogenen Gütern bei konstanten Preisen. Sie interessiert sich für den Wahlvorgang angesichts mehrerer inhomogener Gebrauchsgüter. Norris greift die Unterscheidung substitutive / komplementäre Güter auf und bezieht ihre Analyse auf gleichartige, aber nicht homogene Güter, die denselben Grundnutzen, aber verschiedene Zusatznutzen haben.³²³ Diese Unterschiede können objektiv nachgewiesen oder nur subjektiv wahrgenommen sein. Norris zeigt, dass Konsumenten im Regelfall sich gegenseitig ergänzende Gebrauchsgüter so wählen, dass neben dem Grundnutzen möglichst viele Zusatznutzen erreicht werden. Damit wird die Mehrdimensionalität des Güternutzens thematisiert; Lancasters Modell der Gütereigenschaften kann als eine Weiterentwicklung dieses Ansatzes betrachtet werden (vgl. 6.3.1). Wenn nun das Realeinkommen steigt, entsteht bei komplementären Substituten nicht ein einfacher Mengeneffekt, sondern eine Mischung zwischen der vorrangig intendierten qualitativen Ergänzungsfunktion *und* der als nachrangig betrachteten Mengensteigerung inner-

322 Vgl. zum Folgenden die Darstellung bei Streissler 1974, 83 f., und Streissler/Streissler 1966, 55.

323 Ein Beispiel sind Schuhe (Grundnutzen: Bekleidung, Zusatznutzen: Ästhetik); sich bestmöglich ergänzende (komplementäre) Substitute wären z. B. Stadtschuhe, Sandalen, verschiedenfarbige Schuhe usw. (vgl. Streissler 1974, 83 f.).

halb einer Kategorie gleichartiger, inhomogener Güter. Zugleich differenziert sich das Güterangebot immer mehr und bildet sich immer komplexer und differenzierter ergänzende komplementäre Substitute (vgl. Wiswede 1973, 48 f.). Das ist ein zugleich ökonomischer (Einkommenssteigerung) und sozialer (funktional-kulturelle Güterdifferenzierung) Prozess. Auf ihn kann man sich übrigens berufen, wenn man die These der Unbeschränktheit der Bedürfnisse unterstützen möchte.

6.2 Kritik des Güterkonzeptes

Auseinandersetzungen um die letzten Feinheiten begrifflicher Systeme werden leicht zum Selbstzweck. Deshalb soll hier die Konstruktion der standardökonomischen Güterwelt nur daraufhin kritisiert werden, ob sie es erlaubt und erleichtert, nicht nur preistheoretisch, sondern vor allem konsumtheoretisch relevante Aspekte zu thematisieren. In dieser Hinsicht lässt sich insbesondere kritisieren, dass mit den scheinbar rein ökonomischen Begriffen implizit und unkontrolliert auf Gesellschaft und gesellschaftliche Normen Bezug genommen wird (6.2.1), dass es für konsumtheoretische Verwendungen erhebliche Unklarheiten in der Begrifflichkeit gibt (6.2.2) und dass die formalen Grundannahmen Teilbarkeit und Homogenität der Güter wesentliche konsumökonomische Einsichten verhindern (6.2.3).

6.2.1 Gesellschaftlichkeit und Normativität

Die elementaren Grundbegriffe der standardökonomischen Nachfrage-theorie kommen nicht ohne Bezugnahmen auf Gesellschaft und Soziologie, Politik und Politologie sowie Bedürfnisse und Psychologie aus. Diese nicht explizierten und unreflektierten Bezüge finden sich bereits auf der grundlegenden Ebene der ökonomischen Begriffsbildung und haben eine konstitutive Bedeutung. Zunächst wird der Begriff Gut mit seinen Ausdifferenzierungen dadurch begründet, dass Güter in Relation zu Bedürfnissen (wirtschaftliche Güter), zu Nutzen und Nutzungsmustern (private Güter, komplementäre / substitutive) und zu Lebensstil und Lebensstandard (inferiore / superiore Güter) gesetzt werden. Standardökonomisch betrachtet liegen alle Bezugspunkte außerhalb der selbst gesetzten Reichweite der Ökonomik; das soll im Folgenden begründet werden.

Die Standardökonomik kann sich nicht darauf beschränken, wirtschaftliche Güter nur auf Nachfrage bezogen zu definieren und Bedürfnisse dabei unberücksichtigt zu lassen. Denn diese Begriffsfassung würde das Nichtsättigungsaxiom gefährden oder gar aufheben. Nachfrage ist auf Grund der unüberwindbaren Budgetrestriktion immer endlich. Hinzu kommt die absolute Zeitrestriktion, die ebenfalls eine unendliche Nachfrage ausschließt. Im Fall privater Güter kann man nicht auf einen inhaltlich bestimmten Nutzenbegriff verzichten, denn ob Rivalität im oder Ausschließbarkeit vom Nutzen eines Konsumgutes vorliegt, hängt auch von sozialen Wertvorstellungen und nicht nur von technischen Gegebenheiten ab. Bei der standardökonomischen Unterscheidung Komplementarität / Substitutivität von Gütern wird unausgesprochen sogar das subjektivistische Credo in Frage gestellt, da die traditionelle Nutzentheorie, der Indifferenzansatz und eine Reihe moderner Autoren hier mit (quasi) objektiven Eigenschaften³²⁴ der Beziehungen zwischen Gütern operieren. Schon schlichte Beispiele für starke Markenbindung, etwa bei Coca Cola und Pepsi Cola oder Camel und West, zeigen dagegen, dass subjektive oder soziale *Nicht*substituierbarkeit schon *innerhalb* einer Gütergruppe typisch sein kann – obwohl selbst verbrauchserfahrene markentreue Konsumenten die Varianäten in Blindtests meist nicht unterscheiden können. Subjektiv und konsumkulturell noch voraussetzungsvoller erscheinen »nahe liegende« Substitutionen zwischen eng benachbarten Gütergruppen wie Cola und Apfelsaftschorle oder Zigaretten und Zigarren oder gar Bier und Wein. Schließlich gilt besonders für die Unterscheidung Inferiorität / Superiorität, dass sie vorwiegend gesellschaftlich-kulturell konstituiert ist; standardökonomisch allein kann sie nicht erklärt werden.

Noch viel voraussetzungsvoller ist die Unterscheidung von privaten und öffentlichen Gütern (vgl. Dowding/Dunleavy 1996). Ihre impliziten gesellschaftlichen und politischen Bezüge liegen vor allem im Bereich der gesellschaftlichen Verteilungsregeln und der politischen Regulierung von externen Effekten. Soweit sich die Unterscheidung privat /

324 Allerdings hat sich die Standardökonomik immer bemüht, alle objektiven Gütereigenschaften aus ihrer Analyse zu verbannen. Letztlich kann dann jedes Gut jedes andere Gut substituieren. Unter der Hand wurden objektive Gütereigenschaften aber weiterhin mitedacht. Das zeigt sich recht schön, wenn substitutive Beziehungen zwischen Gütern mit Beispielen verdeutlicht werden sollen. Einschlägig genannt werden dann etwa Butter und Margarine, Reis und Brot usw. Lancaster dagegen geht explizit von objektiven Gütereigenschaften aus; dies ist ein Kern seines Ansatzes (Lancaster 1966a, 132).

öffentlich wesentlich auf die Unterscheidung externe Effekte / keine externen Effekte gründet, handelt es sich vor allem um eine Frage gesellschaftlicher, politischer und rechtlicher Werturteile und Festlegungen, weit weniger um eine ökonomische Frage. Denn dabei geht es keineswegs nur um die Bedingungen, unter denen pareto-optimale Gleichgewichte erreichbar sind, sondern um die ökonomischen und politischen Bedingungen, die es erlauben, dass sich die einen ökonomischen Interessen an Externalisierung durchsetzen, die anderen dagegen nicht.

Externe Effekte können nicht einfach von unbeteiligten Beobachtern objektiv diagnostiziert und monetarisiert werden.³²⁵ Sie werden vielmehr individuell, vor allem aber kollektiv in sozialen Kommunikationsprozessen konstruiert. So entstehen beispielsweise negative Externalitäten erst dadurch, dass man sie wahrnimmt, z. B. als Lärmimmission, und als Verletzung einer Erwartung oder Norm interpretiert, z. B. Lärm als Eingriff in die körperliche Unversehrtheit. Entscheidend ist aber, dass man sie *anerkennt*, z. B. als Störung eines Rechts auf Nachtruhe, sowie Grenzen der Zumutbarkeit festlegt, z. B. Immissionshöchstgrenzen in Dezibel. Das beschreibt aber nur die eine Seite des Konstruktionsprozesses von Externalitäten. Auf der anderen Seite werden Externalitäten Einzelnen oder Gruppen von Verursachern zugeschrieben – oder auch nicht; dabei handelt es sich um Entscheidungen. Sollen Externalitäten internalisiert werden, d. h. sollen Nutzer positiver externer Effekte dafür in irgendeiner Form zahlen, Opfer negativer Effekte dagegen irgendwie entschädigt werden, *müssen* Externalitäten Verursachern oder Verantwortlichen zugeschrieben werden.

Diese Überlegungen sind deshalb *konsumtheoretisch* relevant, weil nicht nur Produktionsprozesse typischerweise externe Effekte produzieren, sondern auch viele Konsumprozesse. Ökonomisch gewichtige Konsumsektoren, z. B. der Energieverbrauch, die motorisierte Mobilität, der private Eigenheimbau oder der Tourismus, verdanken ihr Wachstum und ihre Differenzierung in erheblichem Ausmaß der Tatsache, dass die Konsumenten für negative Externalitäten nur sehr begrenzt haftbar gemacht werden. Unbeteiligte Dritte werden gezwungen, die negativen Effekte entweder hinzunehmen oder durch private Ausgaben für defensive Güter zu kompensieren. Im modernen regulierten Wohlstandskapitalis-

325 Alle Verfahren der Quantifizierung und Monetarisierung externer Effekte sind hochgradig mit Wertungen aufgeladen. Das wird nur deshalb selten wahrgenommen, weil der Expertenstatus der am Verfahren Beteiligten dies überdeckt.

mus existiert ein dichtes Regelwerk zur Verteilung externer Effekte, das vom Haftungsrecht, über das Arbeitsrecht, DIN-Normen, Verbraucherschutzgesetze, kommunale Wirtschaftsförderung bis hin zu freiwilligen Vereinbarungen zwischen Emittenden und Anwohnern reicht.

Güter werden also dadurch zur ökonomischen Kategorie »private Güter«, dass man sich gesellschaftlich, ökonomisch, politisch und juristisch dafür entscheidet, von ihren Folgen für Dritte abzusehen. Dabei spielt auch die Festlegung des Raumes und des Zeitrahmens, für die Haftung in Form antizipativer Internalisierung übernommen werden soll, eine zentrale Rolle. Eine Grundkategorie der Konsumtheorie und der Ökonomik überhaupt erweist sich also als wesentlich *ökonomikextern* konstituiert: die Frage der Externalitäten ist »Politikum« und »Ökonomikum« zugleich. Der Reiz der konsumökonomischen Analyse läge nun gerade darin aufzudecken, wie ökonomische Macht und in politische konvertierte ökonomische Macht die Bedingungen beeinflussen, unter denen Produzenten und Konsumenten Konsumgüter als private betrachten und behandeln können. Konsumökonomisch wäre z. B. zu klären, welche Strukturen und Mechanismen es erlauben (oder verhindern), Konsumgüter und Konsumprozesse trotz ihrer Externalitäten als *private* Angelegenheit zu betrachten. Die Konsumökonomik hätte zu untersuchen, ob und in welchem Ausmaß dominante Konsummuster und Konsumstrukturen, z. B. der motorisierte Individualverkehr oder der private Energieverbrauch, auf einer *systematischen* Asymmetrie in der Verteilung von externen Effekten gründen.³²⁶

6.2.2 Kategorisierung

Regelmäßig wird von Autoren, die Güterkategorisierungen entwickeln oder vorstellen, darauf hingewiesen, dass sich Zuordnungen ändern können. Einschlägig dafür sind die Kategorien Grundbedarfsgut / Luxusgut – die hier nicht diskutiert wurden³²⁷ – und freies / wirtschaftli-

³²⁶ Auch auf dem Markt der Positionsgüter entstehen externe Effekte; Positionsgüter sind unüberwindbar knapp, weil sie aus technischen oder gesellschaftlichen Gründen nur für einen Teil der Bevölkerung erreichbar sind (vgl. 3.1). Indem sich der Wettbewerb um Positionen bzw. Positionsgüter (interpretiert als Null- oder sogar Negativsummenspiel) verschärft, verschlechtert sich für den Einzelnen seine soziale Umwelt und er muss defensive Ausgaben tätigen, nur um seine bisherige Position zu verteidigen (vgl. Hirsch 1980, 85 f., 94–96). Unter diesen Bedingungen gehören negative externe Effekte zum System. Das gilt auch für demonstrativen, Produktion oder Präsentation von Statusunterschieden beabsichtigenden Konsum.

ches Gut, aber auch öffentliches / privates. Güter können der Basisunterscheidung frei / wirtschaftlich prinzipiell nur vorläufig zugeordnet werden. Änderungen in der Zuordnung ergeben sich zum einen daraus, dass Präferenzen oder Bedürfnisse sich wandeln, wachsen oder schrumpfen (Knappheitskriterium) und dass technischer Wandel bisher unbekannte Zugriffs- und Eingriffsmöglichkeiten eröffnet (Zugriffskriterium).³²⁷ Wenn man Präferenzen bzw. Bedürfnisse und technischen Wandel als von der ökonomischen und sozialen Entwicklung abhängig betrachtet, hängt auch die Kategorisierung der Güter davon ab.

Zum anderen entstehen wirtschaftliche Güter, wenn freie Güter übernutzt und so in wirtschaftliche transformiert werden. Ein Beispiel wäre, dass die Luft zum Atmen so verschmutzt ist, dass man sich schützen und/oder sie reinigen muss. Übernutzung entsteht vor allem durch die Veränderung sozialer Normen und institutioneller Regeln, die den Umgang mit »freien« Ressourcen regeln. Hier können aktuelle Beispiele aus der umweltpolitischen und umweltökonomischen Diskussion angeführt werden, z. B. die Überfischung der Meere, oder historische Exempel wie etwa die Allmende. Aber auch eine spezifisch *konsumtive* Übernutzung scheint zu einem zunehmenden Problem zu werden, beispielsweise im Freizeit- und Tourismusbereich. Der Wandel in der Kategorisierung der Güter muss darüber hinaus auch als Resultat ökonomischen Handelns, beispielsweise durch Umorientierung der Akteure vom Ziel der Sicherung eines angemessenen Lebensstandards auf Gewinn- und Nutzenmaximierung, und der Veränderung ökonomischer Machtstrukturen betrachtet werden, z. B. in Form der Verdrängung lokal-regionaler Fischer durch eine international agierende Fischindustrie. Grundsätzlich kann die Unterscheidung frei / wirtschaftlich also nicht a priori und unabhängig von ökonomischen und sozialen Prozessen getroffen werden.³²⁹

327 Diese Unterscheidung ist praktisch identisch mit der Unterscheidung (preis-)elastischer / (preis-)unelastischer Bedarf (vgl. Fn 315), aber verglichen damit symbolisch aufgeladen; die Standardökonomik bewertet sie überwiegend als nicht sinnvoll (z. B. Lancaster 1991, 260).

328 Die relevante Frage, ob diese Unterscheidung unabhängig vom Wirtschaftssystem vorgenommen werden kann, soll hier unberücksichtigt bleiben.

329 Dass auch die Grenzen zwischen öffentlichen und privaten Gütern fließend sind, wurde bereits erwähnt. Insbesondere das ökonomische Element im Kriterium Nichtausschließbarkeit bleibt recht schwammig, wenn es etwa als »ökonomisch nicht sinnvoll« bezeichnet wird, den Ausschluss sicherzustellen, weil »die Kosten des Ausschlusses in keinem Verhältnis stünden zu den Kosten für die Bereitstellung des öffentlichen Gutes« (Hanusch/Kuhn 1998, 11). Wohlfahrtstheoretisch ist die Bereitstellung öffentlicher Güter sinnvoll, sofern die Summe der Grenznutzen aller Konsumenten, gemessen an den individuellen Zahlungsbereitschaften, die Grenzkosten noch deckt (Feess 1997, 500 f.).

Es ist ganz offensichtlich, dass das standardökonomische Begriffsinstrumentarium für Güter mit dem Zweck entwickelt wurde, Marktprozesse insbesondere hinsichtlich der Preisbildung zu analysieren. Damit stellt sich die Frage, ob sich dieses Begriffssystem dazu eignet, Konsumgüter aus konsumtheoretischer Sicht zu konzipieren. Denn konsumtheoretisch bildet der Marktbezug zwar eine wichtige, aber keineswegs die einzige Analyseperspektive. Dass die standardökonomischen Güterkategorien nicht problemlos auf den privaten Haushalt übertragen werden können, soll für die Unterscheidung privat / öffentlich kurz skizziert werden.

Im privaten Haushalt macht die Übernahme der standardökonomischen Definition für private und öffentliche Güter wenig Sinn. Denn im Übergang vom Markt zum Haushalt wechseln nicht nur die Transaktionspartner, sondern auch die Art der Beziehung zwischen ihnen und die Formen des Tauschs. Eine Unterscheidung von privaten und öffentlichen Gütern *innerhalb* des Haushalts ist außerdem eng mit der Frage seiner kollektiven Nutzenfunktion verbunden (vgl. 4.2.2.1). Wenn man den Begriff privates Gut, der mit Bezug auf den Markt definiert ist, auch auf den privaten Haushalt überträgt, erscheint ein Teil der marktlich gesehen privaten Güter als haushaltlich betrachtet öffentliches Gut. So könnte man z. B. aus der Sicht der Familienmitglieder die Wohnzimmer-einrichtung oder das Bad eines Haushaltes als Typen öffentlicher Güter bezeichnen.³³⁰ Diese Transformation entgeht der Standardökonomik völlig, weil sie sich nicht für Verteilungsprobleme innerhalb des Haushalts interessiert. Welche Güter innerhalb des Haushalts als öffentliche und welche als privat behandelt werden, ist ein Macht- und Verteilungsproblem zwischen den Haushaltsmitgliedern, aber auch eine Frage der gesellschaftlichen Konvention. Darüber wird also, wie und von wem auch immer, *entschieden*. Die Regelung der Zugriffsrechte und Nutzenverteilung hängt dabei u. a. von der ökonomischen Autonomie, der Mitglieder, vor allem deren eigenem Einkommen, von der herrschenden Familienkultur, den in ihr geltenden Normen und rechtlichen Regelungen ab. Die Regulierung der Rechte an Gütern im Haushalt resultiert aus allgemeinen sozialen und aus haushaltsspezifischen Faktoren.

330 Hier zeigt sich wieder, dass man diese Güterkategorie nur mit Bezug auf gesellschaftliche, hier familiäre Verhältnisse und Festlegungen sinnvoll definieren kann. Dass bei Wohnzimmer und Bad das Nichtrausschlussprinzip gilt, ist kein natürlicher Sachverhalt, sondern ein sozialer; ob bei der Wohnzimmernutzung Rivalität herrscht, hängt von den Nutzungsformen der Familienmitglieder ab und davon, ob ihnen weitere Räume zur Verfügung stehen.

Für (haushalts-)öffentliche Güter gelten die Kriterien der Rivalität im Konsum und der Ausschließbarkeit nicht oder nur bedingt. Beispiele sind Wohngegend, Wohnung, Wohnungseinrichtung und Garten, Grundatmosphäre und Gesprächskultur im Unterschied etwa zu Nahrungsmitteln. Kleidung kann sowohl als privates wie als gemischt öffentliches Gut im Haushalt dienen. Wenn es standardökonomisch als bewiesen oder zumindest akzeptiert gilt, dass die Frage der privaten / öffentlichen Güter und ihrer Externalitäten sowohl individuell als auch gesamtwirtschaftlich wohlstandsrelevant ist, dann muss sie auch für den privaten Haushalt geklärt werden. Ganz abgesehen davon kann die Unterscheidung private / öffentliche Güter auf der Ebene des Haushalts als ein weiteres Argument gegen die vorschnelle Annahme einer kollektiven Nutzenfunktion verstanden werden.

Nicht zuletzt gibt es gute Gründe dafür, die geschlechtsspezifische Differenzierung von Konsumgütern, Konsumgüterbündeln und ganzen Konsumgüterbranchen konsumtheoretisch zu thematisieren. Der standardökonomisch impliziten Annahme, Konsumgüter seien, ebenso wie Produktion und Konsum, ökonomisch betrachtet geschlechtsneutral, kann man die These gegenüberstellen, Konsum und Konsumgüter seien typischerweise »gendered«, d. h. geschlechtsspezifisch geprägt und unterschieden (Lubar 1998). Wenn man den Gender-Aspekt für Konsumgüter als historisch und gegenwärtig relevant ernst nimmt, wird man prüfen müssen, ob und wo man konsumtheoretisch »maskuline« und »feminine« Güter und Märkte unterscheiden kann und muss.

6.2.3 Gütereigenschaften

Erneut prüfen wir die Standardökonomik aus einer Perspektive, für die sie sich allenfalls am Rande interessiert: Erlauben die einschlägigen Annahmen über Gütereigenschaften, nämlich deren Teilbarkeit und Homogenität, eine angemessene konsumtheoretische Analyse des Konsums und der Konsumgüter? Die Antwort lautet schlicht: nein – auch wenn Teilbarkeit und Homogenität für preis-, gleichgewichts- und wohlfahrts-theoretische Analysen aus methodischen Gründen unverzichtbar sein mögen.³³¹

331 »Die Theorie nimmt unendlich feine Teilbarkeit betrachteter Güter an, da sie anders keine kontinuierlichen Grenzzraten der Substitution bzw. Indifferenzkurven konstruieren könnte« (Streissler 1974, 68).

Die beliebige *Teilbarkeit* von Konsumgütern bildet – jedenfalls aus Konsumentensicht – ganz offensichtlich einen recht seltenen Ausnahmefall. In der Regel sehen sie sich bekanntlich erstens mit Mindestabnahmemengen in Form der kleinsten Packungseinheit konfrontiert. Packungseinheiten werden von Produzenten oder Distribuenten strategisch in ihrem eigenen Interesse gestaltet, um so Verkaufs- und/oder Konsummengen beeinflussen zu können. Ganz abgesehen davon existieren für einzelne Güter oder Gütergruppen je spezifische Mengeneinheiten, die aus Tradition, auf Grund von Konventionen oder durch Regulierung festgelegt sind. Ein einschlägiges Alltagsbeispiel bieten Getränke, die, sei es im Einzelhandel oder in der Gastronomie, nur in festgelegten Mengeneinheiten erhältlich sind. Andere Beispiele sind Pauschalreisen, Mietwohnungen, Kleidung; man kann die Liste beliebig erweitern. Eine zweite, weit verbreitete Praxis versucht, Konsumenten dazu zu bringen, mehr oder weniger fest definierte Güterpakete zu kaufen. Ein gewichtiges Beispiel dafür sind Automobile, die man zusammen mit einer gewissen Mindestausstattung kaufen muss. Nahezu alle Konsumgüter sind also dem Konsumenten unter normalen Marktbedingungen nur zugänglich, wenn er bereit ist, sich auf die Abnahme einer Mindestmenge oder sogar eines Güterpakets einzulassen.³³²

Wenn man nun davon ausgeht, dass auch die Bedürfnisse, Nutzen oder Präferenzen nicht beliebig teilbar sind, steht der Konsument bei seiner Wahlentscheidung vor erheblichen Problemen, was zugleich Probleme in der ökonomischen Modellierung seines Konsumhandelns mit sich bringt. Er muss nämlich seine quantitativ diskontinuierliche Bedürfnisstruktur mit einer quantitativ diskontinuierlichen Konsumgüterstruktur abgleichen und beides optimal aufeinander beziehen, wobei die Strukturierungsprinzipien seiner Bedürfnisquantitäten mit denen der Konsumgütermengen allenfalls zufällig übereinstimmen. Das ist dann der Fall, wenn er *dem* durchschnittlichen Konsumenten entspricht oder sehr nahe kommt, auf den hin die Produzenten ihre gewinnmaximalen Abgabemengen konzipieren.

Entsprechende Passungsprobleme zwischen Bedürfnisprofil und Güterprofil entstehen erst recht, wenn man die *Homogenitätsannahme* fal-

332 Entsprechend der Veränderungen in der Struktur der Haushalte variieren diese Mindestabnahmemengen; so wurden in den letzten Jahren verstärkt Verbrauchsgüter in kleineren Packungseinheiten angeboten, um die Nachfrage durch Single-Haushalte, deren Zahl deutlich zugenommen hat, zu befriedigen.

len lässt. Prüft man im ersten Zugriff ihre Relevanz, zeigt sich ein ambivalentes Bild. Einerseits kann man eine zunehmende und beschleunigte Differenzierung der Güterwelt beobachten (Weber 1965, 736 f.), sodass es schwer fällt, überhaupt noch homogene Güter zu finden:

»Die heutige Objekt-Umwelt des Konsumenten ist ein ungeheurer Kosmos von Gütern, der in ständiger Ausdehnung begriffen ist. Das Wort von der Konsumfelderweiterung meint hier nicht lediglich, dass ständig neue Güter und Varianten auf den Markt gelangen, sondern auch, dass ständig neue Güter dem Konsum erschlossen werden, dass die Welt des »Verbrauchbaren« immerfort wächst. (...) Einmal expandiert der Umkreis der Güter selbst (...) und zum anderen werden die Güter gleicher Art immer differenzierter, die Wege ihrer Formung und Qualität immer verästelter« (Wiswede 1973, 48 f.).

Andererseits gibt es aus unterschiedlichen Gründen in vielen Bereichen eine Art von »objektiver« Homogenisierung der Konsumgüter, gemessen an ihrem funktionalen Gebrauchswert. Das lässt sich beispielsweise an Warentests ablesen, die nicht nur sehr ähnliche Qualitäten für Varianten von Gütern wie etwa Waschmaschinen oder Mittelklassewagen nachweisen, sondern auch eine Reihe von Baugleichheiten oder gleichen Bauteilen. So gesehen ist es auch ein Charakteristikum moderner Konsumgesellschaften, dass es eine Reihe *objektiv* mehr oder weniger homogener Güter gibt.³³³ Außerdem *gäbe* es eine Reihe *subjektiv* als homogen wahrgenommener Güter, wenn deren Inhomogenität nicht gezielt hergestellt würde. Daraus resultiert, dass die verschiedenen (Marken-)Güter »objektiv« gegeneinander substituierbar sind. Gerade das wollen die Produzenten verhindern. Sie versuchen, homogene Güter willkürlich auf der Erscheinungsebene des Produkts durch marginale Produktvariation oder in der Wahrnehmung der Konsumenten zu differenzieren (Produktdifferenzierung), z. B. durch Ausstattung, Design, Werbung oder Verpackung. Sie streben an, Substitutionsbarrieren zu errichten und substitutive Güter in »absolute«, d. h. in ihrer Nachfrage völlig unverbundene zu verwandeln (vgl. Weise/Brandes/Eger/Kraft 1993, 157). Ein aktuelles und extremes Beispiel geben die Versuche von Stromherstellern oder Stromverkäufern und gesellschaftlichen Gruppen, elektrischen Strom qualitativ zu differenzieren, z. B. als »Ökostrom« aus regenerativen Energiequellen oder Kraft-Wärme-

333 Das unterscheidet sie von weniger entwickelten Wirtschaften, in denen die Gütervielfalt wesentlich geringer ist, während sich die Einzelgüter in ihren Merkmalen viel stärker unterscheiden (Lancaster 1991, 241).

Kopplung.³³⁴ In den Differenzierungsstrategien der Konsumgüteranbieter liegt – neben der zunehmenden Differenzierung der Bedürfnisse – ein weiterer Grund für die Güterdifferenzierung. So zeigt sich erneut, dass man Güter nur schwer objektiv kategorisieren kann, weil sie Konstrukte sind, für die (auch) die Kommunikation und besonders die Konsumkommunikation eine konstitutive Wirkung hat.

Es entstehen aber selbstverständlich auch *neue Konsumgüter* (Produktinnovation). Diesen, für moderne Konsumgesellschaften charakteristischen Prozess kann die traditionelle Standardökonomik nicht erklären (vgl. Lancaster 1966a, 133). Warum sollten Konsumenten unter den Voraussetzungen stabiler, vom Konsumgüterangebot unabhängiger Präferenzen, erfahrungsbedingt vollständiger Information über die Qualität der bisher konsumierten Güter und rationalem Verhalten (Konsistenz, Mengenpräferenz) überhaupt daran interessiert sein, neue Güter in ihre Konsumpläne aufzunehmen? Die Neigung, mit neuen Gütern zu experimentieren, mag zwar empirisch betrachtet mit wachsendem Einkommen zunehmen (Streißler/Streißler 1966, 64); eine befriedigende Erklärung der Konsumgüterinnovation liegt darin allerdings nicht. Das vorgebrachte Erklärungsmuster bleibt auch hinsichtlich der Angebotsseite eher unbefriedigend, solange technischer Fortschritt in Form von Produktinnovation als *externer* Faktor eingeführt wird. Denn warum sollten Produzenten bei stabilen und unbeeinflussbaren Präferenzen überhaupt das Risiko der Entwicklung und Vermarktung neuer Konsumgüter eingehen?³³⁵

Etwas gemildert wird *diese* Erklärungsnot, wenn man davon ausgeht, dass Konsumenten sich nicht für Marktgüter interessieren, sondern für die Leistungen, die mit ihnen für den Konsum zu erreichen oder zu produzieren sind (Lancaster 1966; Becker 1993/1965). Damit verabschiedet die Standardökonomik zugleich eine beliebte Denkfigur: »Generationen von Volkswirten ist mit der Konsumfunktion die Modellvorstellung vermittelt worden, dass die konsumreifen Güter vom Markt beschafft werden und unmittelbar zu Nutzenstiftungen führen« (Piorkowsky 1997, 81). Der neue Güterbegriff ist Thema der folgenden Überlegungen.

334 Vgl. auch Bemühungen, diese Stromqualität von unabhängiger Seite zertifizieren zu lassen («Gütesiegel für Grünstrom», Neue Westfälische Nr. 205 vom 3.9.1999).

335 Prozessinnovationen von Seiten der Produzenten erklären sich dagegen recht einfach durch die Bedeutung, die Produktionskosten für den Preissetzungsspielraum des Unternehmens und seine Konkurrenzfähigkeit haben (vgl. z. B. Feess 1997, 461 f.).

6.3 Differenziertere Güterkonzepte

Im Rahmen der modernen Standardökonomik wurden zwei analytische Innovationen entwickelt, die neue Perspektiven auf den Konsum öffnen: das Modell der Gütercharakteristika von Lancaster sowie das Haushaltsproduktionsmodell von Becker und anderen (Neue Haushaltsökonomik), das das gleiche Güterkonzept wie Lancaster benutzt. Im Folgenden werden beide Ansätze kurz dargestellt und dann kritisiert.

6.3.1 Gütercharakteristika

Kelvin Lancaster bezieht mit seinem Konzept der Gütercharakteristika (characteristics) Konsumentenpräferenzen und Nutzen nicht auf »ganze« Güter oder Kombinationen von »ganzen« Gütern, sondern auf einzelne Eigenschaften von Gütern oder Kombinationen von einzelnen Gütereigenschaften (Lancaster 1966, 1966a).³³⁶ Damit berücksichtigt er, dass es in modernen, hoch entwickelten Konsumgesellschaften eine Vielzahl von differenzierten Gütern gibt, die sich sehr ähnlich sind, ohne völlig identisch zu sein (Lancaster 1991, 241). Die Menge aller objektiv möglichen Konsumaktivitäten in einer Wirtschaft und die ihnen zu Grunde liegenden Güter-Gütereigenschaften-Strukturen nennt Lancaster Konsumtechnologie (Lancaster 1966a, 137, und 1966, 15). In den modernen westlichen Ökonomien ist die Konsumtechnologie »komplex«, da dort viel mehr Güter als Gütercharakteristika existieren.

Fast gleichzeitig führt Gary Becker die Unterscheidung von Marktgütern (goods), die aus Haushaltssicht gewissermaßen Zwischenprodukte sind, und Basisgütern oder Haushaltsgütern ein (commodities, basic commodities, elementare Güter, primäre Güter, Zielgüter³³⁷), die den angestrebten Nutzen stiften. Becker geht davon aus, »dass die Haushalte Zeit und Marktgüter kombinieren, um elementare Güter zu produzieren, die unmittelbar in ihre Nutzenfunktionen eingehen« (Becker 1993/1965, 100).

Ich werde hier die folgenden Bezeichnungen verwenden: *Marktgüter* für am Markt auf Grund bestimmter Eigenschaften erworbene Kon-

336 Vgl. auch Lancaster 1991, 239 f., 277–280; Luckenbach 1975, 112–119, 1978, 213–218, und 1980, 309 f.; Schlösser 1992, 89–96; Streissler 1974, 83–91.

337 Vgl. Becker 1993/1965, 100, Becker 1982/1973, Süßler/Becker 1996/1977, 52.

sumgüter (goods). Marktgüter werden zu Inputs für die Haushaltsproduktion, zu Konsumproduktionsfaktoren. Mit *Gütercharakteristika* bezeichne ich die Lancasterschen characteristics oder Merkmale von Gütern. *Haushaltsgüter* nenne ich die Beckerschen commodities, d. h. die im und vom Haushalt selbst hergestellten Konsumgüter.³³⁸ Ziel aller Konsumaktivitäten sind bei Lancaster die Gütercharakteristika, bei Becker die Haushaltsgüter; ich werde Haushaltsgüter auch als Oberbegriff verwenden.

Mit ihren Ansätzen verabschieden sich Becker und Lancaster vom traditionellen Güterkonzept, wonach Konsumenten direkt mit konsumfertigen Gütern konfrontiert sind und unter diesen ihre Wahl treffen. Sie beziehen sich vor allem auf produktionstheoretische Ansätze und können deshalb als Spezialfälle einer allgemeinen *Haushaltsproduktionstheorie* aufgefasst werden (Schlösser 1992, 86 f.).

Haushalte müssen also, um die für den Konsum gesuchten Eigenschaften zu erlangen, einen produktiven Umweg gehen. Konsumgüterkauf könnte man dann als eine Art Umwegkonsum betrachten, der dazu dient, die Güter am Markt zu kaufen, die benötigt werden, um die eigentlich gewünschten Haushaltsgüter besser produzieren zu können. Es handelt sich also zugleich um eine Umwegproduktion. Die Nachfrage nach Gütern hängt damit wesentlich von der relevanten Produktionsfunktion ab (Schlösser 1992, 87).

Lancasters Haushalt beschafft Marktgüter, mit denen er die gewünschten Gütercharakteristika produziert; seine Produktionsfunktion lautet in einfachster Form (vgl. Lancaster 1966a, 136 f.)

$$(1) \quad z = Bx$$

mit z als dem Vektor der Gütercharakteristika, B als der Konsumtechnologie der Wirtschaft³³⁹ und x als dem Vektor der für den Haushalt

338 Man kann Haushaltsgüter als das Ergebnis einer produzierten Mischung von erworbenem (Markt-)Gut und eigenen Mitteln des Haushalts betrachten; das drückt der Begriff »Haushaltsgut« aus. Wenig klärend finde ich, Marktgut »originäres Konsumgut« und Haushaltsgut »produziertes Konsumgut« zu nennen (Luckenbach 1980, 310).

339 Die Konsumtechnologie besteht aus den beiden Matrizen A , die die Beziehung zwischen Marktgütern x und dem Niveau y der entsprechenden Konsumaktivität erfasst (für einen gegebenen Konsumaktivitätsvektor gilt dann $x = Ay$), und B , die die Beziehung zwischen Konsumaktivitätsniveaus y und den dabei produzierten Gütercharakteristika z beschreibt ($z = By$). Die technologischen Koeffizienten in A und B werden als objektiv determiniert angenommen. Das entscheidende Strukturmerkmal von B betrifft die Beziehung zwischen der Zahl der Gütercharakteristika und der Zahl der Konsumaktivitäten. Wenn für Güter und Aktivitäten eine Eins-zu-Eins-Zuordnung gilt, besteht die Konsumtechnologie nur aus B . (Vgl. Lancaster 1966a, 135–138)

verfügbaren, für eine bestimmte Konsumaktivität erforderlichen Marktgüter. Beckers Haushalt beschafft Marktgüter, die er mit haushaltseigener Zeit kombiniert, um so die gewünschten Haushaltsgüter zu produzieren; seine schlichteste Produktionsfunktion lautet (vgl. Becker 1993/1965, 100)

$$(2) \quad Z = f(x, t)$$

mit Z als dem Vektor der Haushaltsgüter und t als dem Vektor der in die Produktion von Z eingeflossenen Haushaltszeit.

Lancasters Ansatz bleibt insofern traditionell, als er von der Konsumproduktionszeit – und von der Konsumzeit! – abstrahiert; die Nutzenmaximierung steht nur unter der Budgetrestriktion und die Angebotsaktivitäten des Haushalts auf dem Arbeitsmarkt bleiben unberücksichtigt (vgl. Luckenbach 1980, 310 f.). Er bleibt auch darin der Tradition verhaftet, dass er Konsumaktivitäten mit Güterkonsum gleichsetzt; weiter betrachtet er die Beziehung Konsumaktivität – Gut als objektiv, linear und für alle Konsumenten gleich und geht davon aus, dass jeder bestimmten Konsumaktivität, also jedem bestimmten Güterkonsum, ein feststehender und linearer Output an Charakteristika entspricht (Lancaster 1966a, 135).³⁴⁰

Güter haben in der Regel mehrere wahlentscheidungsrelevante Eigenschaften. Deshalb verwirft Lancaster den traditionellen monistischen Konsumgutbegriff und zerlegt ihn in konsumrelevante einzelne Gütercharakteristika, die der Haushalt kombinieren muss, um den angestrebten Nutzen zu realisieren. Danach interessieren sich Haushalte originär nur für Gütereigenschaften (characteristics) (Lancaster 1991, 278 f.):

»Goods as such, are not the immediate objects of preference or utility or welfare, but have associated with them characteristics which are directly relevant to the consumer. (...) The consumer is assumed to have a preference ordering over the set of all possible characteristics vectors, and his aim is to attain his most desired bundle of characteristics subject to the constraints of the situation. The consumer's demand for goods arises from the fact that goods are required to obtain characteristics and is a derived demand« (Lancaster 1966, 14).

Er nennt sein Konzept »Merkmals-Analyse der Nachfragetheorie« (Lancaster 1991, 277).³⁴¹ Die Gütercharakteristika konzipiert Lancaster als

³⁴⁰ Allerdings bezeichnet er das als Annahme, die nur der Vereinfachung des Modells diene und die man deshalb auch aufgeben könne.

objektive, kardinal messbare und typische Eigenschaften³⁴², die aus Konsumentensicht als Produktionsfaktoren von Nutzen sind:

»It will be assumed that characteristics are, in principle, intrinsic and objective properties of consumption activities. (...) Essentially psychological effects (...) are assumed to make their appearance in the preference ordering of the characteristics vectors, not in the relationship between goods and characteristics« (Lancaster 1966, 15).³⁴³

Noch weiter gehend nimmt Lancaster an, dass die Charakteristika, die ein Gut oder eine Güterkombination besitzt, und ihre darin enthaltene relative Menge für alle Konsumenten gleich sind; die Beziehung Güter – Charakteristika ist also objektiv (Lancaster 1966a, 134). Für die Analyse wird vereinfachend angenommen, die Konsumenten beobachteten die Gütercharakteristika auch objektiv und vollständig.³⁴⁴ Dann unterscheiden sich die Konsumenten nur in ihren subjektiven Reaktionen auf die objektiven Gütercharakteristika (Streissler 1974, 85). Der Wohlstand des individuellen Haushalts hängt danach davon ab, über welche Mengen dieser Gütercharakteristika und über welche Produktionstechnologie der Haushalt verfügt (Luckenbach 1978, 213–215); der dekomponierte Güterbegriff erfordert deshalb ein produktionstheoretisches Konzept für den Haushalt.

Damit macht Lancaster den individuellen Nutzen abhängig davon, wie die Güterinputs in Outputs von Gütercharakteristika transformiert werden oder über welche Menge von Gütercharakteristika jemand ver-

341 Luckenbach bezeichnet es als »aktivitätsanalytische Interpretation des Konsumverhaltens«, da Haushalte durch ihre »Produktionsaktivitäten« Inputs in präferenzadäquate Outputs verwandeln (Luckenbach 1978, 213). – Die Aktivitäten des Haushalts zur Herstellung der gewünschten Mengen von Gütereigenschaften (z_i) werden in seinen Produktionsfunktionen dargestellt $z_i = f_i(x_1, \dots, x_n)$. Luckenbach nennt die Gesamtheit dieser Haushaltsproduktionsfunktionen Z_i *Konsumtechnologie* (Luckenbach 1980, 309). Lancasters Ansatz unterscheidet sich dann nicht von der traditionellen Nachfragetheorie, wenn man annimmt, jedes Gut enthalte nur eine einzige Gütereigenschaft (Lancaster 1966a, 15). Insgesamt betrachtet entwirft Lancaster ein statisches Modell des partiellen Haushaltsgleichgewichts.

342 Lancaster wählt u. a. das Beispiel Waschmittel; diese hätten »a primary objective characteristic; cleaning power, measured in some chosen way«, ihre Effizienz könne man als Reinigungskraft je Geldeinheit messen (Lancaster 1966a, 153).

343 Vgl. Lancaster 1966a, 134, und 1991, 278–280; Streissler 1974, 84. Wichtig ist, dass aus dieser Sicht das Ergebnis der Konsumentscheidungen des Haushalts, der Nutzen oder der Output der Haushaltsproduktion, nach wie vor nicht beobachtbar und nicht objektiv messbar ist, weil es sich um eine rein subjektive Größe handelt (Lancaster 1991, 252 f.). Hier liegt ein wesentlicher Unterschied zur Produktionsfunktion.

344 Weiter wird unterstellt, ihr Konsumverhalten sei vollkommen effizient. Lancasters Ansatz lässt aber grundsätzlich auch zu, dass die Konsumenten bei ihren Konsumaktivitäten *unterschiedlich* hohe Effizienzgrade erreichen (Lancaster 1966a, 143, Fn 8).

fügt. Nutzen ergibt sich dann nicht mehr einfach aus dem Konsum der gekauften Güter, sondern als Ergebnis einer Tätigkeit, die Gütermerkmale nutzenstiftend kombiniert. Lancaster begreift Konsum als eine Aktivität, durch die Güter als Inputs in eine Ansammlung von Gütercharakteristika als Output transformiert werden (Lancaster 1966a, 133). Damit nähert sich die Aktivität Konsum der Vorstellung von der Aktivität Produktion, ohne dass aber der Nutzenbegriff durch den des Gewinns ersetzt wird (vgl. 4.1.1, 4.1.2., 4.2.2.2). Lancaster selbst betont aber – im Unterschied zu Becker –, dass sich die Aktivitätsstruktur des Konsums in typischer Weise von der der Produktion unterscheidet:

»In the typical production activity we have joint inputs and a single output, while we shall regard the typical consumption activity as having a single input (a good) and joint outputs (a bundle of characteristics. Some consumption activities may require several goods, or even other inputs. (...) The jointness of the characteristics is really the core of the whole approach« (Lancaster 1966, 14 f.; vgl. 1966a, 133).

Das Konzept der Gütercharakteristika erlaubt eine differenziertere Interpretation des konsumtiven Nachfrageverhaltens, weil dies als teils von seinen Präferenzen, teils von den Gütereigenschaften abhängig begriffen werden kann (Lancaster 1991, 239). Die Haushalte vergleichen die Güter einer Kategorie daraufhin, wie viel der gewünschten Eigenschaften sie jeweils besitzen, um daran ihre relative Preiswürdigkeit zu prüfen (Streissler 1974, 86). Sie können die gewünschten Gütercharakteristika entweder durch den Kauf *eines* Gutes, das diese enthält, beschaffen (reine Konsumaktivität), oder indem sie *mehrere* Güter, die diese Eigenschaften in unterschiedlicher Mengenverhältnissen haben, kaufen (gemischte Konsumaktivität) (Luckenbach 1978, 215–217). Die Konzeption des mit Gütereigenschaften produzierenden Haushalts impliziert deshalb, dass er zur Nutzenmaximierung nicht nur ein – subjektives – Optimierungsproblem³⁴⁵, sondern auch ein – objektives – Effizienzproblem³⁴⁶ lösen muss (Lancaster 1966a, 139 f.)³⁴⁷:

345 Das ist die Auswahl der, gemessen an den subjektiven Präferenzen optimalen Konsumaktivitäten aus der Gesamtheit aller effizienten Konsumaktivitäten (Lancaster 1966, 17).

346 Daraus ergibt sich methodisch ein zweistufiges »Optimierungs«-Verfahren (Schlösser 1992, 88). Folgt man Schlösser, lassen sich zwei Arten von Ineffizienz unterscheiden. Kommerzielle Ineffizienz liegt vor, wenn der Haushalt mehr unterschiedliche Güter nachfragt, als er unterschiedliche Haushaltsgüter herstellen will; technologische Ineffizienz entsteht durch suboptimale Nutzung gekaufter Güter bei der Produktion von Haushaltsgütern (Schlösser 1992, 91 f., 194–196).

347 Vgl. auch die Darstellung bei Lancaster 1991, 278–280.

»Bei einer Vielzahl von Gütern mit unterschiedlichen Charakteristika ist es möglich, dass sich eine bestimmte Kombination von Merkmalen auf unterschiedliche Weise erreichen lässt, sodass der Konsument – genau wie die Unternehmen – versuchen muss, seine Ziele auf *effiziente* Weise zu verwirklichen« (Lancaster 1991, 240).

Die effizienten Konsummöglichkeiten sind unabhängig von der individuellen Präferenzstruktur für alle Haushalte gleich, »efficient choice is objective and common to all individuals in a given price situation« (Lancaster 1966, 17).

Alle Haushalte agieren unter den Bedingungen der gleichen Konsumtechnologie³⁴⁸. Wenn Einkommensrestriktion, Güterpreise und Konsumtechnologie gegeben sind (Produktion der Haushaltsgüter durch die erworbenen Gütereigenschaften) ergeben sich objektiv *effiziente* Kombinationen (efficiency choice) daraus, in welchem Mengenverhältnis die gewünschten Gütercharakteristika in den wählbaren Gütern enthalten sind. Möglicherweise wählen nicht alle Konsumenten effizient, weil sie die gegebene Konsumtechnologie etwa wegen ihrer Unwissenheit oder fehlenden Managementqualitäten ineffizient nutzen; verbessern sie sich, entsteht eine Art konsumtechnischer Fortschritt (Lancaster 1966, 18 f.).³⁴⁹ Die subjektiven, *optimalen* Kombinationen (private choice) hängen dagegen von den individuellen Präferenzen und der individuellen Nutzenfunktion ab (Lancaster 1966a, 139 f.).³⁵⁰

Mit dieser Unterscheidung zwischen objektiver Effizienzentscheidung und privater Optimalitätsentscheidung lässt sich, so Lancaster, der Ansatz offenkundiger Präferenzen nicht mehr aufrechterhalten. Denn eine beobachtete Wahlentscheidung kann nun möglicherweise die tatsächlichen Konsumentenpräferenzen für bestimmte Gütercharakteristika zeigen, vielleicht aber auch nur eine ineffiziente Wahl ausdrücken (Lancaster 1966, 19).

Mit unzureichender Effizienz kann man nun auch erklären, warum Güter, die die Wunscheigenschaften enthalten, dennoch nicht nachgefragt werden (Luckenbach 1978, 215). Unter den beschriebenen Bedin-

348 Vgl. zum Begriff Konsumtechnologie Fn 339 und Fn 349.

349 Hier sieht Lancaster auch eine ökonomische Rechtfertigung für Verbraucherorganisationen. – Insgesamt bleibt Lancasters Begriff »Konsumtechnologie« zu unklar, weil er ihn zweifach verwendet. Meistens versteht er darunter die objektive Güter-Charakteristika-Struktur einer Volkswirtschaft; gelegentlich fasst er aber auch die individuelle Konsumtechnik eines Haushalts darunter.

350 Vgl. Luckenbach 1980, 309 f., und 1978, 217.

gungen und bei gegebener Mischung von Eigenschaften hängt die Effizienz eines Gutes von seinem Preis ab (Streissler 1974, 88).

Mit dem Lancaster-Ansatz kann auch das standardökonomisch ungelöste Problem neuer Güter besser behandelt werden. Lancaster hält das für einen wichtigen Aspekt, da »echte Innovation« vor allem in der Konsumtechnologie entstehe, besonders in Form neuer Güter oder Varianten und von Produktdifferenzierung (Lancaster 1966, 20). Im traditionellen Ansatz erzwang die Einführung eines neuen Gutes, die bisherige Güterkombination, die die Präferenzordnung ausdrückte, durch eine neue und damit auch durch eine neue Präferenzordnung zu ersetzen – eine unangenehme Sache, da damit eine Basisannahme der Standardökonomik suspendiert werden musste (S. 20). Lancaster umgeht das, indem er davon ausgeht, »dass die neuen Güter prinzipiell *dieselben* Merkmale besitzen wie die alten, *aber zu unterschiedlichen Anteilen*«, d. h. die bekannten Gütercharakteristika sind im neuen Gut nur anders kombiniert (Lancaster 1991, 277 f.).³⁵¹ Welchen Platz ein neues Gut innerhalb des alten Systems von Gütern mit bestimmten Eigenschaften einnimmt, hängt dann nur von seinem Preis ab (Lancaster 1991, 280). Insgesamt betrachtet lassen in dieser Konzeption neue *Marktgüter* die Nutzenfunktion des Haushalts unberührt und tangieren damit die Präferenzstruktur nicht.

Darüber hinaus können Veränderungen der Nachfrage, die trotz unveränderter Preise und Budgets beobachtet werden, mit Veränderungen in der Konsumtechnologie, die die relativen impliziten Preise³⁵² ändern, erklärt werden; man muss deshalb nicht auf das umstrittene Argument von Präferenzänderungen zurückgreifen, und kann sich einfach auf »beobachtbare Konsumtechnologien« beziehen (Schlösser 1992, 95). Das Lancaster-Modell erlaubt eine weitere »Objektivierung« der modernen standardmikroökonomischen Haushaltstheorie, da man mit ihm die effizienten Inputkombinationen völlig unabhängig von den Präferenzen bestimmen kann (Schlösser 1992, 207).

Mit seinem Ansatz leistet Lancaster eine Differenzierung des Güterbegriffs und, daran anschließend, auch des Nachfrageverhaltens des

351 So kann die Konkurrenz oligopolistischer Unternehmen, für die »die ständige Entwicklung neuer Produkte oder Produktarten« charakteristisch ist, auch von der Nachfrageseite her erklärt werden (Lancaster 1991, 280).

352 Implizite Preise bezeichnen die notwendige Veränderung in der Ausgabenstruktur des Haushalts, die sich durch eine marginale Mengenänderung des Haushaltsgutes Z ergeben (Schlösser 1992, 205).

Konsumenten und seiner Motive. Undifferenziert bleibt er hinsichtlich des Zeitaufwandes und des damit verbundenen Arbeitseinsatzes, den der Konsument im Haushalt leisten muss, um die gewünschten Haushaltsgüter zu erstellen (vgl. Schlösser 1992, 100). Hier führen die haushaltstheoretischen Arbeiten von Gary Becker weiter, die im Folgenden in der Perspektive unserer Fragestellung kurz skizziert und diskutiert werden.

6.3.2 Haushaltsgüter und Haushaltsproduktion

Becker betrachtet, wie bereits erwähnt (vgl. 4.1.1., 4.2.2.2), die privaten Haushalte als produzierende sowie als das von ihnen selbst Produzierte konsumierende Akteure:

Haushaltsgüter (commodities) sind »die primären Objekte der Konsumwahl, aus denen ein unmittelbarer Nutzen bezogen wird. Diese Güter werden durch die Konsumeinheit selbst produziert, indem in einer produktiven Aktivität am Markt erworbene Güter (goods) und Dienstleistungen mit eigener Zeit des Haushalts kombiniert werden. In diesem Bezugsrahmen werden alle Marktgüter als Inputs betrachtet, die in Produktionsprozessen des Nichtmarkt-Sektors Verwendung finden. Die Konsumentennachfrage nach diesen Marktgütern ist eine abgeleitete Nachfrage« (Becker 1982/1973, 149).

Becker argumentiert also auf der Güterebene ähnlich wie Lancaster. Auch für ihn richtet sich die Konsumwahl der Haushalte auf »elementare Güter«, aus denen sie unmittelbaren Nutzen ziehen können, die sie aber erst noch selbst produzieren müssen. Ganz wie Unternehmen produzieren auch Haushalte auf dem Wege der Faktorkombination, hier mit den Faktoren Marktgüter und eigene (konsumtive) Zeit (Becker 1993/1965, 100). Gegenüber Lancaster erweitert Becker also das Haushaltsproduktionsmodell und stellt die Nutzenmaximierung nicht nur unter eine Budgetrestriktion, sondern auch unter eine Zeitrestriktion, bezieht Angebotsaktivitäten des Haushalts in die Analyse ein und endogenisiert damit das Arbeitseinkommen (Schweitzer 1991, 72). Später dynamisiert Becker seine Zeitallokationstheorie, indem er sie mit der Lebenszyklustheorie des Konsums verbindet (Ghez/Becker 1975).

Unter Einbeziehung der Zeit erhält man die Produktionsfunktion des Haushalts:

$$(2a) \quad Z_i = Z_i(x_i, t_i)$$

mit Z_i als produziertem Haushaltsgut, x_i als einem Vektor von Markt-gütern³⁵³ $x_{i1}, x_{i2}, \dots, x_{im}$, die zur Herstellung von Z_i verwendet werden, t_i als einen Vektor des haushaltseigenen Zeitaufwandes³⁵⁴ (vgl. Becker 1993/1965, 100). Becker fasst (2a) dann genauer als

$$(2b) Z_i = Z_i(x_i, t_i; E)$$

indem er E als Vektor von Variablen der Produktionsumwelt hinzufügt und damit die »Produktionsweise« und das »technische Niveau des Produktionsprozesses« berücksichtigt (Becker 1982/1973, 149 f.). Später differenziert Becker seine Produktionsfunktion weiter aus, und nimmt das zur Haushaltsgüterherstellung eingesetzte Humankapital H_i der Haushaltsmitglieder auf (vgl. Stigler/Becker 1996/1977, 52):

$$(2c) Z_i = Z_i(x_i, t_i; H_i; E)$$

Die Budgetrestriktion beschränkt den Marktgüterkauf, die verfügbare Zeit begrenzt den Zeiteinsatz des Haushalts. Beide bilden eine Ressourcenrestriktion für das Gesamteinkommen des Haushalts, indem die Gesamtzeit mit der Lohnrate bewertet wird (Becker 1982/1973, 150).

Wie bei Lancaster hängt auch bei Becker der Nutzen des Haushalts nicht direkt von den erworbenen Marktgütern ab. Darin liegt ein entscheidender Unterschied zur konventionellen standardökonomischen Nutzenfunktion. Bei Becker nimmt die Nutzenfunktion folgende Gestalt an:

$$(3) U = u(Z_1, Z_2, \dots, Z_n)$$

mit Z_i als Leistungen und Menge des Haushaltsgutes Z_i in Abhängigkeit von der Produktionsfunktion (2a) und der Gesamteinkommensrestriktion³⁵⁵; allerdings geht Becker ganz konventionell davon aus, dass der Haushalt seine Nutzenfunktion maximiert (Becker 1982/1973, 150). Sein Ansatz unterscheidet sich von der traditionellen Standardökonomik dadurch, dass der Haushalt von einem »passiven Maximierer des Nutzens aus Marktkäufen zu einem *aktiven* Maximierer wird, der auch in großem Umfang mit Produktions- und Investitionsaktivitäten befasst ist« (Stigler/Becker 1996/1977, 52).

353 Handelt es sich um Gebrauchsgüter, sind damit auch die Leistungen, die diese Güter »abgeben« eingeschlossen.

354 Die Vektorform ermöglicht die Unterscheidung von Zeitqualitäten je nach Lage der Zeit im Tages- oder Wochenablauf (Becker 1993/1965, 101).

355 $S = wT + V = \sum_i (wt_i + p_i x_i)$ mit dem Gesamthaushaltseinkommen S , auch Volles Einkommen genannt, der konstanten Lohnrate w , dem Nichtlohnhaushaltseinkommen V , t_i als der vom Haushalt in der Haushaltsproduktion des Gutes Z_i eingesetzten Zeit sowie p_i als den Preisen, x_i als den Mengen der eingesetzten Marktgüter.

Haushaltsgüter haben offensichtlich keine Marktpreise. Deshalb bewerten Stigler und Becker sie mit *Schattenpreisen*, »die durch ihre Produktionskosten bestimmt sind« (1996/1977, 53). Dazu gehören die Preise der Marktgüter und die Kosten der Zeit sowie die jeweiligen, haushaltsgutspezifischen Faktorproduktivitäten (Becker 1982/1973, 150). Die Bestimmungsfaktoren der Schattenpreise für die Haushaltsgüter werden nun von Stigler und Becker recht komplex konzipiert, um »die subtilen Einflusskanäle, durch die Preise zur Erklärung von Unterschieden zwischen verschiedenen Menschen und verschiedenen Zeiten beitragen«, nachzuweisen (Stigler/Becker 1996/1977, 53). Damit streben sie zugleich eine Stärkung ihres Arguments an, mit Preisveränderungen könnte wesentlich mehr Verhalten wesentlich besser erklärt werden als mit Präferenzunterschieden oder Präferenzänderungen.

Unter diesen Voraussetzungen kann der Schattenpreis π_i von Haushaltsgütern Z_i wie folgt ermittelt werden (S. 53)³⁵⁶:

$$(4) \quad \pi_i = \sum_{j=1}^k \alpha_{ji} \left(\frac{p_j}{w_1}, \frac{w}{w_1}, H, Y_i \right) p_j + \sum_{l=1}^l \beta_{li} \left(\frac{p_l}{w_1}, \frac{w}{w_1}, H, Y_i \right) w_l$$

Dabei bezeichnet p_j die Kosten der verwendeten Marktgutmenge X_j gemessen an ihren Preisen, w_j die, mit dem Marktlohnsatz bewerteten Kosten der für die Haushaltsproduktion eingesetzten eigenen Zeit t_j , α_{ji} und β_{li} sind von p , w , dem Humankapital H und von der Restkategorie Y_i als der Gesamtheit sonstiger Faktoreinsätze abhängige Input-Output-Koeffizienten (Stigler/Becker 1996/1977, 53). »[A]lle Verhaltensunterschiede oder -änderungen« können mit Preis- oder Einkommensunterschieden erklärt werden (S. 50). Deshalb

»kommt der Haushalts-Produktionsfunktions-Ansatz zu der Folgerung, dass die Haushalte in ihrem Bestreben, ihre Produktionskosten zu minimieren und ihren Nutzen zu maximieren, auf Veränderungen der Preise und der Produktivität von Faktoren reagieren, auf Veränderungen der relativen Schattenpreise der Güter (commodities) und auf Veränderungen ihres realen Gesamteinkommens« (Becker 1982/1973, 155).

In konsumtheoretischem Interesse besonders zu beachten sind zwei Aspekte des Becker-Ansatzes: die Konzeption der Kategorie Haushaltszeit (Zeit) und der Kategorie Haushaltsgut (commodity). Beide sollen im Folgenden etwas genauer vorgestellt werden.

356 Die Produktionsfunktionen für die Z_i sind homogen ersten Grades in X_{ji} und t_{ji} , Grenz- und Durchschnittskosten also gleich. – Ich habe einige Symbole geändert, um einheitliche Bezeichnungen in dieser Arbeit zu erreichen.

Für Becker werden *Haushaltsgüter* hergestellt, indem Haushalte Marktgüter und Zeit kombinieren (vgl. (2a)), zusätzlich bestimmte Produktionsweisen und Produktionstechniken anwenden (vgl. (2b)) sowie auch Humankapital (vgl. (2c)) einsetzen. Welche Mengen und Qualitäten von Haushaltsgütern verfügbar sind, also welchen Konsumwohlstand der Haushalt genießen kann, hängt damit bei gegebenen Preisen, Einkommen und Marktgüterangeboten wesentlich davon ab, wie effizient der einzelne »Haushaltsmanager« die Haushaltsgüter produziert (Becker 1982/1973, 152). Die Produktion von Haushaltsgütern kann deshalb analog wie die Produktion von Marktgütern in Unternehmen behandelt werden (Becker 1982/1973, 157). Damit lassen sich nicht nur die Maximen unternehmerischer und haushaltlicher Akteure und ihre Handlungsweisen, sondern auch der Gegenstand ihrer Bemühungen, die Produktion von Gütern (Marktgüter oder Haushaltsgüter), weitestgehend parallelisieren:

»Ähnlich wie die typische Unternehmung in der üblichen Produktionstheorie investiert der Haushalt in Anlagevermögen (Ersparnisse), Kapitalausstattung (dauerhafte Güter) und Kapital, das in seiner »Arbeitskraft« verkörpert ist (Humankapital der Familienmitglieder). Als Organisationseinheit betätigt sich der Haushalt, ebenso wie die Unternehmung in der Produktion, indem er seine Arbeit und sein Kapital einsetzt« (Becker 1982/1973, 157).

Wenn man den Haushaltsproduktionsansatz so konzipiert, kann man »bei der Konsumanalyse sämtliche Konzepte und Hilfsmittel der Produktionstheorie« verwenden (Becker 1982/1973, 165). Konsequentergedacht bedeutet das, dass man auf *spezifische* Ansätze für *konsumtives* ökonomisches Handeln ganz verzichten kann. Damit hat die Standardökonomik Einheit und Einheitlichkeit (und Einfachheit!) der Akteurskonzeption ohne irgendwelche sektoralen Einschränkungen oder inhaltlichen Grenzen erreicht: Der *universale ökonomische Akteur*, der weder Grenzen noch Unterschiede, sondern nur rationale Wahlhandlungen kennt, wurde vollständig durchgesetzt.

Welches Qualitätsniveau der Haushalt bei der Produktion seiner Haushaltsgüter erreicht, hängt wesentlich, aber nicht allein, von seiner Ausstattung mit Humankapital ab. Dazu gehört auch das Konsumkapital, mit dessen Wachstum sich die Produktivität der Konsumzeit, die Qualität eines Haushaltsgutes und der bei seinem Konsum empfundene

Genuss deutlich steigern lässt.³⁵⁷ Konsumenten können in ihre eigene Konsumfähigkeit investieren und damit eine höhere Effizienz des Konsums erreichen. (Vgl. Stigler/Becker 1996/1977, 54 u. 61).

Ein schönes Anwendungsbeispiel dafür, wie die Ausstattung mit Konsumkapital und sein, durch konsumtive Lernprozesse bedingtes Wachstum die Qualität der Haushaltsgüter beeinflussen, geben Stigler und Becker mit dem Hören guter Musik:

»Das Wesentliche an unserer Erklärung ist die Akkumulation so genannten ›Konsumkapitals‹ durch den Konsumenten (...)« »Nach dieser Deutung lassen Musikerlebnisse den (relativen) Konsum musikalischen Genusses im Zeitverlauf ansteigen, aber nicht deshalb, weil sich zwischenzeitlich der Geschmack zu Gunsten der Musik verlagert, sondern deshalb, weil der Schattenpreis des Musikhörens fällt, wenn Musikerlebnisse die Fähigkeit und die Erfahrungsgrundlage zum Erleben musikalischen Genusses verbessern. (...) Der Grenznutzen der Zeit, die für Musik aufgewendet wird, erhöht sich durch ein Anwachsen des Bestandes an Musik-Kapital« (Stigler/Becker 1996/1977, 54 u. 57).

Denkt man im Rahmen des Becker-Ansatzes, dann scheint es völlig klar zu sein, dass die einzelnen Haushalte nur deshalb nicht ausschließlich gleiche Haushaltsgüter in gleichen Kombinationen herstellen, weil sie sich hinsichtlich Realeinkommen, relativen Preisen, Kapitalausstattung und Produktivität unterscheiden. Gegenüber diesem ökonomischen Erklärungsansatz, so Stigler und Becker, ist eine präferenztheoretische Erklärung, die auf Unterschiede oder Änderungen der Präferenzen zurückgreift, völlig unterlegen (Stigler/Becker 1996/1977, 75). Wenn Becker sogar annehmen kann, dass alle Haushalte die gleiche Nutzenfunktion haben, dann haben für ihn die Unterschiede in der Art, Menge, Qualität und Struktur der Haushaltsgütern, über die die Haushalte verfügen, keinerlei Ursachen in den *individuellen* Präferenzen:

»Man könnte argumentieren, dass in der Tat alle Haushalte genau die *gleiche* Nutzenfunktion besitzen und dass alle beobachtbaren Verhaltensunterschiede aus Unterschieden in den relativen Preisen und der Verfügung über reale Ressourcen resultieren« (S. 162). »Man könnte noch einen weiteren Schritt

357 Auch Hersteller fördern die Bildung von Konsumkapital, was z. B. Weinseminare oder Kochkurse zeigen. Der italienische Kaffeekonzern Lavazza z. B. hat ein Schulungszentrum für Gastronomen und Gourmets eingerichtet, wo man sich in die Kunst der Espresso-Zubereitung und -Degustation einführen lassen kann (vgl. »Der Vormarsch des kleinen Schwarzen«, in: Süddeutsche Zeitung Nr. 204, 4./5.9.1999, S. 24).

tun und annehmen, dass natürliche genetische Selektion und rationales Verhalten sich gegenseitig so verstärken, dass eine stets raschere und effizientere Reaktion auf Umweltveränderungen hervorgebracht wird und dass die allgemeine Präferenzfunktion, die sich im Laufe der Zeit durch natürliche Selektion und rationale Wahl entwickelt hat, vielleicht die Präferenzfunktion ist, die am besten an die menschliche Gesellschaft angepasst ist« (Becker 1982/1973, 162, Fn 29).³⁵⁸

Diese *allgemeine* Präferenzfunktion kann man in ökonomischen Analysen ignorieren, da sie annahmegemäß für alle gleich ist. Welche Haushaltsgüter die individuellen Haushalte wie produzieren und welche nicht, kann dann ausschließlich mit ökonomischen Faktoren erklärt werden. Zugleich erlaubt die Ausschaltung von individuellen Präferenzen, den Anspruch zu erheben, dass man individuelle Entscheidungen für oder gegen die Herstellung von bestimmten Haushaltsgütern, vor allem aber für oder gegen bestimmte Produktionsweisen von Haushaltsgütern *objektiv* bewerten kann. Denn Produktivität und Effizienz bilden einen objektiven Bewertungsmaßstab für interindividuell unterschiedliches Konsumproduktionshandeln:

»Wenn (...) angenommen wird, dass das beobachtete [unterschiedliche; RH] Verhalten das Ergebnis unterschiedlich effizienter Realisierung des gleichen Präferenzenbündels ist, so können diese Unterschiede nach dem Niveau des realen Einkommens beurteilt werden, das sie produzieren; d. h. nach dem Grad ihrer Produktivität. (...) Was immer einen größeren Output an Gütern (commodities) erlaubt, ist vorzuziehen« (Becker 1982/1973, 163).

Der *Output* an produzierten Haushaltsgütern in Relation zum Input wird damit zum Maßstab des Konsumhandelns im privaten Haushalt. Der Konsumproduktionsprozess selbst bildet nur ein Mittel, um Haushaltsgüter zu erzeugen.

Die Haushaltsgüter haben bei Becker ausschließlich ökonomisch fassbare Qualitäten. Sie werden gemessen an der Menge der für sie verwendeten Marktgüter und ihrer Preise, an der Menge der in ihre Produktion eingegangenen Zeit der Haushaltsmitglieder und deren Kos-

358 Damit gibt Becker ein treffendes Beispiel für Lehnstuhlökonomik, die sich mit Halbwissen aus anderen Wissenschaften zufrieden gibt, weil sie sowieso schon alles weiß. Evolutionstheoretisch weit angemessener scheint nämlich die Vorstellung zu sein, dass unterschiedliche Varianten als Resultat vielfältiger Evolutionsmechanismen und -wirkungen (ungerichtete Mutationen, mannigfache Selektionsdrücke) nebeneinander koexistieren. Dann wäre Vielfalt typisch und Einfalt im Sinne einer besten Lösung, die sich *allgemein* durchsetzt, untypisch. Das evolutionstheoretische Argument kehrte sich dann *gegen* die Annahme gleicher Präferenzen für alle Individuen.

ten, am eingesetzten Humankapital der beteiligten Personen und an den sonstigen Faktoreinsätzen. Im Mittelpunkt steht die Konsumtechnologie, mit der die Haushaltsgüter hergestellt werden (vgl. Becker 1982/1973, 163); die Konsumtechnologie wird in den Haushaltsproduktionsfunktionen beschrieben. Dieser Begriff von Konsumtechnologie unterscheidet sich deutlich von dem Lancasterschen.³⁵⁹

Stigler und Becker berücksichtigen in der Konsumtechnologie auch die Bedeutung des »Wissens« der Konsumenten.³⁶⁰ Dieses Haushaltswissen bildet einen Produktionsfaktor und geht in die Haushaltsproduktionsfunktion ein. Es gilt als Teil des Humankapitals. Das Wissen umfasst auch – richtige oder falsche – Informationen³⁶¹ über die Eigenschaften von Marktgütern, insbesondere darüber, was diese zur Herstellung eines Haushaltsgutes beitragen können (indirekter Nutzen). Welche indirekten Nutzen ein Marktgut x_i stiftet, hängt danach von seiner Menge *und* dem Wissen W_i über x_i ab. Wissen kann sich ändern, z. B. durch Werbung oder eigene Informationsaktivitäten. Glaubt der Haushalt auf Grund einer solchen Wissensänderung, dass er mit einer bestimmten Menge eines bestimmten Marktgutes, x_i , mehr vom Haushaltsgut Z_i erzeugen kann, als er bisher angenommen hat, sinkt dadurch der Schattenpreis für Z_i . Die Produktion von Z_i wird auf Grund der Wissensänderung über x_i also relativ billiger, weshalb er mehr Z_i herstellen und deshalb mehr x_i nachfragen wird.

Die Produktion von Haushaltsgütern und die daraus abgeleitete Nachfrage nach Marktgütern hängt also auch vom Wissen des Haushalts ab, sodass man formulieren kann

$$(5) \quad Z_i = f_i(x_i, W_i, E_i)$$

mit E als allen übrigen Variablen der Produktion von Z_i . Das Konsumwissen des Haushalts produziert die Haushaltsgüter mit.

Die *Haushaltszeit* ist bei Becker die Gesamtzeit, über die der Haushalt verfügen kann; sie bildet zugleich die Zeitrestriktion. Er konzipiert die Zeit als

$$(6) \quad T = T_W + T_C$$

mit T als Vektor der verfügbaren Gesamtzeit des Haushalts, T_C als Vek-

359 Lancaster sieht in der Konsumtechnologie vor allem eine güterwirtschaftliche Relation, deren wesentliches Element die Struktur Güter – Gütercharakteristika bildet (vgl. Fn 339 und 349).

360 Vgl. zum folgenden die Darstellung bei Stigler/Becker (1996/1977, 65–67), die dort begründen, warum Werbung nicht die Präferenzen der Konsumenten verändert, sondern nur die Preise.

361 Damit lassen Stigler und Becker unvollkommene Information zu (1996/1977, 68).

tor der gesamten, dem Konsum gewidmeten Zeit und T_W als Vektor der Erwerbsarbeitsstunden (Becker 1993/1965, 102). In dieser Sicht kann der Haushalt – ganz traditionell – nur in zwei Formen über Zeit verfügen, als Arbeitszeit, also für erwerbsorientierte Aktivitäten, oder als Konsumzeit oder konsumtive Zeit, d. h. für konsumorientierte Aktivitäten (S. 106). Konsumtive Zeit oder Konsumzeit ist die Zeit, die zur Produktion der Haushaltsgüter benötigt wird (S. 114); Konsumzeit hat – wie Arbeitszeit – eine eigene Produktivität (S. 114 f.). Unklar bleibt die Einordnung der reinen Reproduktionszeit; im Zusammenhang mit dem Konzept des Vollen Einkommens wird sie als die Zeit gefasst, die notwendig ist, um das monetäre Einkommen zu maximieren (Becker 1993/1965, 104). Becker benutzt den Begriff des »produktiven Konsums«, das ist der Konsum von Gütern, die »indirekt zum Verdienst beitragen«, und will ihn »systematisch in den Entscheidungsprozess des Haushalts« einbeziehen (S. 111). Er meint, auf den Freizeitbegriff verzichten zu können, und schlägt vor, nur die Unterscheidung Konsumzeit / Arbeitszeit zu verwenden. Ausgehend vom Konzept der verbundenen Güter des produktiven Konsums, die sowohl der Arbeit als auch dem Konsum dienen, definiert er (reine) Arbeit als den Grenzfall, in dem der Beitrag dieser Güter zum Konsum gleich Null ist, (reinen) Konsum als den Grenzfall, in dem der Beitrag zur Arbeit gleich Null ist (S. 112).

Nimmt man Beckers Anspruch ernst, dass in seiner Haushaltsproduktionsfunktion »alle Nichtmarkt-Aktivitäten einbezogen werden« (Becker 1982/1973, 154), kann man die Konsumzeit des Haushalts³⁶² darstellen als

$$(6a) \quad T_C = T - T_W$$

und muss davon ausgehen, dass T_C ausnahmslos alle Zeitverwendungen umfasst, außer denen, mit denen Erwerbseinkommen erzielt wird. Entwickelt man Beckers Zeitkonzept weiter, kann man die Nichterwerbszeit T_C als Konsumgesamtzeit auffassen. Diese möchte ich nach ihren Verwendungen weiter unterscheiden:

$$(7) \quad T_C = T_{CP} + T_{CN}$$

mit T_{CP} als gesamter Konsumproduktionszeit, die für die Erlangung konsumreifer Haushaltsgüter benötigt wird, und T_{CN} als konsumtiver

362 Vermutlich gilt bei Becker für das Zeitbudget des Einpersonenhaushalt oder ein Haushaltsmitglied (pro Tag und in Stunden): $24 - T_W - T_C = 0$. Ob er das tatsächlich so sieht, bleibt aber eher unklar.

Nutzungszeit der produzierten Haushaltsgüter (Konsumnutzenzeit). Zerlegt man T_{CP} in seine Komponenten, erhält man

$$(7a) T_C = T_{CM} + T_{CH} + T_{CN}$$

mit T_{CM} als konsumtiver Marktzeit (Marktkonsumproduktionszeit, kurz Marktproduktionszeit), in der die marktlichen Produktionsfaktoren beschafft werden, und T_{CH} als konsumtiver Haushaltsproduktionszeit (Haushaltskonsumproduktionszeit, kurz Haushaltsproduktionszeit), in der die Faktoren kombiniert werden. Zur Marktproduktionszeit gehören vor allem die Wege- und Einkaufszeit, aber auch marktliche Informationszeiten³⁶³, zur Haushaltsproduktionszeit die Verarbeitung der Marktgüter zu Haushaltsgütern, ihre Wartung, Pflege und Reparatur, zur Konsumnutzenzeit der Genuss der Haushaltsgüter. Soweit man Zeit als ein Gut betrachten kann, muss sie als Produktionsgut betrachtet werden, wenn sie als T_{CM} oder T_{CH} verwendet wird. Auch als T_{CN} wird sie als Produktionsgut verwendet, insoweit sie nur die notwendige Voraussetzung für den Genuss der Haushaltsgüter ist und keinen Eigenwert hat. Es sieht so aus, als könne der Beckersche Haushalt seine Zeit nur als »Produktionsfaktor« für Einkommen oder Güter verwenden, nicht aber konsumieren.

Offensichtlich wäre eine »rein« konsumtive Zeitverwendung im Kontext des Beckerschen Haushaltsmodells nur denkbar als »Nichtkonsum«; der ist dort aber nicht vorgesehen. »Nichtkonsum« ist streng genommen nur unter der seltenen Voraussetzung möglich, dass keine Markt- oder Haushaltsgüter genutzt werden. In der opportunitätskostentheoretischen Perspektive, mit der Becker Zeit konzipiert, verschwindet »Nichtkonsum« ganz, denn »konsumiert« würde in dieser Zeit der Einkommensverlust. Wollte man im Modell auch »Nichtkonsumzeiten« berücksichtigen, müsste man diese entweder zu T_{CN} rechnen, oder als Restkategorie hinzufügen. Darauf und auf die weitere Unterscheidung produktiver / unproduktiver Konsum soll hier verzichtet werden. Auch unterschiedliche Produktivitäten der Konsumzeit³⁶⁴ –

363 Hier wird die Zuordnung schon schwierig, denn Informationsaktivitäten vor dem Kauf können auch zur Haushaltsproduktion gerechnet werden. Das »Informationskapital« kann als Element der Konsumtechnologie gelten.

364 Becker geht davon aus, dass die Konsumzeitproduktivität gestiegen ist. Er führt das vor allem auf das Wachstum von Kapital und Technologie zurück, betont aber auch, dass geringe Arbeitsteilung und das weit gehende Fehlen zunehmender Skalenerträge den Produktivitätsanstieg in den Haushalten verglichen mit der Arbeitsproduktivität stark bremsen (Becker 1993/1965, 115).

gemessen an der Zeit τ_{ci} die zur Herstellung einer Einheit des Haushaltsgutes Z_i erforderlich ist –, die durch unterschiedliches Konsumkapital zu Stande kommen, bleiben unberücksichtigt.

Alle diese Konsumzeiten werden im Becker-Modell grundsätzlich³⁶⁵ einheitlich bewertet, nämlich mit dem entgangenen Wert der jeweils aufgewendeten Zeit (Becker 1993/1965, 98), gemessen am entgangenen Verdienst. Denn der Haushalt kann sein Volles Einkommen³⁶⁶ direkt für Marktgüter ausgeben oder indirekt durch Konsumzeit statt Erwerbsarbeitszeit, also durch Verzicht auf monetäres Einkommen (S. 103 u. 105).

6.3.3 Kritik

Im Folgenden konzentriert sich die Kritik auf die Grundlagen der Ansätze von Lancaster und Becker. Im Mittelpunkt steht die Auseinandersetzung mit der Projektion von Produktion und Produktionstheorie auf den Konsum (6.3.3.1), die Konzipierung der Haushaltsgüter und ihrer Eigenschaften, wozu auch die Frage ihrer Messbarkeit gehört (6.3.3.2), schließlich der Zeitbegriff und die Strukturierung und ökonomische Bewertung der Zeit (6.3.3.3).

6.3.3.1 Produktivistische Projektion

Auf diesem ersten Feld der Kritik geht es um die Unterscheidung zwischen Produktion und Konsum. Indem sie Konsumaktivitäten des Haushalts als Produktionsaktivitäten interpretieren, projizieren Lancaster und Becker die standardökonomischen Modelle der Produktionstheorie auf den Konsumbereich. Mit dem Ansatz der »Integration von Produktion und Konsum« im Haushaltsproduktionsmodell (Becker

365 Becker selbst weist darauf hin, dass erstens die Zeitrestriktion für jedes Haushaltsmitglied individuell, also z. B. mit unterschiedlichen Lohnsätzen und unterschiedlichem Nichtlohneinkommen, zu fassen sei (Becker 1982/1973, 150), dass zweitens zu Gunsten von einer Einheit Konsumzeit akzeptierte Einkommensverzichte je nach Tages- und Wochenzeit stark variieren können, sodass die Kosten der Zeit also genau genommen nicht als einheitlich behandelt werden können und dass drittens die Kosten von Zeit für »produktiven Konsum« geringer sind, da er indirekt zum Verdienst beiträgt oder ihn sogar erhöht (Becker 1993/1965, 111).

366 Das maximale Geldeinkommen, das der Haushalt erreichen könnte, »wenn die gesamte Zeit und alle anderen Ressourcen des Haushalts der Erzielung von Einkommen gewidmet würden, ohne Rücksicht auf den Konsum« (Becker 1993/1965, 104; vgl. Becker 1982/1973, 150; siehe auch Fn 355).

1993/1965, 101) expandiert die Produktionssphäre sehr weit in den Haushalt hinein. Letztlich erscheint (fast) alles Konsumhandeln als Produktionshandeln. Als Konsum im engeren Sinn bleibt allenfalls ein kleiner Rest übrig: der Konsum der produzierten Haushaltsgüter, also die eigentliche Zielaktivität, um die sich alles Produzieren der Haushalte (und der Unternehmen) angeblich dreht. Dieser konsumtive Rest verdient offensichtlich keine standardökonomische Aufmerksamkeit, über ihn kann und/oder will die Haushaltsproduktionstheorie nichts aussagen. Insofern treibt sie das instrumentalistische Denken der Standardökonomik auf die Spitze: Fast alle menschlichen Aktivitäten dienen der Produktion für den einen Endzweck: Konsum. Doch obwohl der Endzweck Konsum magisch alle Aktivitäten der Akteure auf sich zu ziehen vermag, bleibt er standardökonomisch eine Art »schwarzes Loch«, in dem alles verschwindet und über das sich nichts weiter sagen lässt. Ziemlich im Dunkeln bleibt auch der Gegenstand allen konsumtiven Strebens, das Haushaltsgut.

In konsumtheoretischer Sicht zeigt sich der Haushaltsproduktionsansatz damit von einer eigentümlichen Ambivalenz. Einerseits gelingt es ihm, das konsumtive Handeln im Haushalt, das lange eine black box der Mikroökonomik war, ökonomisch aufzuhellen, indem er es – ausgerechnet! – mit Hilfe *produktionstheoretischer* Konzepte darstellt (vgl. Schlösser 1992, 100). Gerade darin sehen seine Vertreter einen wichtigen Vorteil. Andererseits vertreibt man mit diesem Ansatz den Konsum, als eine von der Produktion unterschiedene Handlung, Handlungsmotivation, Handlungsweise und Handlungsstruktur, fast völlig aus der Ökonomik. Produktion und Konsum, Unternehmer und Konsument gehen ineinander auf. Insofern kann man sagen, die Neue Haushaltsökonomik erklärt den Konsum, indem sie erklärt, dass er Produktion sei und deshalb produktionstheoretisch zu erklären sei. Gegenüber dieser – auf dem Weg von Wegdefinition und Umdeklarierung gewonnen – Erklärung läge gerade in einer sorgfältigen Analyse der ökonomischen *Wechselwirkungen* zwischen Produktion *und* Konsum der theoretische Generalschlüssel für eine angemessene und differenzierte Erklärung des Konsums.

Die Radikalität und Ausnahmslosigkeit, mit der Konsum analytisch und normativ der ökonomischen Logik unterworfen wird, scheint manchen Kritikern dieses Ansatzes entgangen zu sein. So kritisiert beispielsweise Rosemarie von Schweitzer die Beliebigkeit, mit der Becker Aktivitäten als ökonomische oder nichtökonomische bezeichnet:

»Problematisch erscheint jedenfalls der Versuch, das Konzept der »New Home Economics« – und mit ihm Beckers Zeitallokationstheorie [–] nur auf jene nicht-entlohten Aktivitäten zu beziehen, die als »ökonomische« bezeichnet werden und damit den Regeln der klassischen mikroökonomischen Haushaltstheorie zu folgen haben. Vergleichsweise beliebig können Aktivitäten wie Mahlzeiten zubereiten und Kinderpflege als »ökonomisch«, das heißt durch Kosten-Nutzen-Überlegungen gesteuertes Verhalten gesehen werden, während der Entspannung durch Musik oder dem Kräftesammeln durch religiöse Aktivitäten keine solchen Kosten-Nutzen-Überlegungen unterstellt werden. Es überzeugt dies nicht, denn entweder ist das Tauschprinzip des Input-Output-Schemas ein allgemeines oder eben ein untaugliches für Zeitallokationstheorie im Rahmen der Mikroökonomie« (Schweitzer 1991, 73 f.).

Genau das aber behaupten Becker sowie Stigler/Becker doch gerade: ihr ökonomischer Ansatz sei ein *allgemeines* Schema mit *uneingeschränkter* Gültigkeit.³⁶⁷ Sie beanspruchen die Universalität des ökonomischen Verhaltensmodells für *alle* menschlichen Aktivitäten, z. B. auch für den Musikgenuss. Und damit macht die Unterscheidung zwischen »ökonomischen« und »nicht-ökonomischen« Aktivitäten, zwischen Produktion und Konsum, keinen oder wenig Sinn, denn Kosten-Nutzen-Überlegungen steuern *alles* Handeln. Schweitzers Kritik geht also in diesem Punkt an dem universalen Akteurskonzept der Neuen Haushaltsökonomik völlig vorbei.

Aber, wie Ökonomen nicht müde werden zu betonen, es gibt nichts umsonst, also hat auch die Haushaltsproduktionstheorie ihren Preis. Die erste Rate dieses Preises wird dadurch fällig, dass sie zwar eine erhebliche Ausdehnung des von ihr beanspruchten Territoriums erreicht, indem sie Produktion und Konsum weitestgehend in eins setzt, aber zugleich stark an Unterscheidungskraft verliert. Denn Konsumproduktion kann sie nur noch als instrumentelle, auf die Herstellung von Haushaltsgütern ausgerichtete Tätigkeit begreifen, der jeder Eigenwert abgeht. Der Haushaltsproduktionsprozess an sich verursacht nur Kosten, sein Nutzen besteht einzig und allein im produzierten Haushaltsgut. Diese einseitige Festschreibung wird bei der Auseinandersetzung mit dem Zeitbegriff genauer diskutiert werden (vgl. 6.3.3.3).

367 Zumindest gemessen an seiner angeblich allen anderen Konzeptionen weit überlegenen Prognosekraft.

Die Projektion der Produktionsperspektive auf die Konsumsphäre bringt einen interessanten und offensichtlich hoch willkommenen Nebeneffekt. Denn auf diese Weise lässt sich der ökonomische Ansatz zugleich universalisieren: Man reißt die Grenze zwischen Produktion (Unternehmen) und Konsum (Haushalte) ein, schließt die eine Seite der Unterscheidung, den Konsum, einfach an die andere an und hebt sie damit auf. Mit der Denkfigur der konsumtiven Produktionsprozesse, kann erstens der Haushalt völlig dem Unternehmen parallelisiert werden und zweitens alles Konsumhandeln – bis auf den ungeklärten Rest des »eentlichen« Konsums – dem ökonomischen Handlungsmodell subsumiert werden.

Die formale Analogie der Standardökonomik, mit der die Maximen und Handlungsweisen von Unternehmen und Haushalt parallelisiert werden (vgl. 4.2.2.2, 5.2.1), wird nun zu einer auch *inhaltlichen Gleichsetzung*. Die neue Sichtweise erlaubt es, die Konsumtechnologie des Konsumenten, die durch seine Produktionsfunktion dargestellt wird, zunächst, wie im Lancaster-Ansatz, von seinen Präferenzen zu trennen, um sie im nächsten Schritt völlig aus der ökonomischen Analyse zu verbannen. Nun können Änderungen des Konsumhandelns allein als Folge von Änderungen in der Konsumtechnologie interpretiert werden. Die totale Parallelisierung von Unternehmen und Haushalt ist damit vollbracht.

6.3.3.2 *Eigenschaften von Haushaltsgütern*

Wenden wir uns dem zweiten Kritikfeld zu, der begrifflichen Konzeption der Haushaltsgüter und Gütercharakteristika. Zunächst sei an die Folgen der haushaltsökonomischen Selbstbeschränkung auf private Güter erinnert (vgl. 4.1.1, 4.1.2). Solange öffentliche und meritorische Güter nicht berücksichtigt werden, können das Entscheidungsverhalten und Konsumhandeln des privaten Haushalts ebenso wie seine Bedürfnisbefriedigung und sein Konsumwohlstand nur unzureichend diskutiert werden (vgl. Schweitzer 1978a, 30). Eine Konsumtheorie muss alle Arten von Gütern in ihrer Analyse des privaten Haushalts berücksichtigen.

Lancaster unterstellt für sein Konzept *objektive*, messbare Gütereigenschaften wie z. B. Kalorien oder Eiweiß (vgl. Lancaster 1991, 239–241, 278). Auf diese objektiven Eigenschaften *reagieren* die Konsumenten-

ten subjektiv entsprechend ihren Präferenzen, indem sie sie in Form von geeigneten Marktgütern wählen oder nicht.

Zwei grundsätzliche Einwände lassen sich gegen das Konzept der Gütercharakteristika formulieren (vgl. Ackerman 1997, 196). Zum einen macht es wenig Sinn, von der allgemeinen Annahme auszugehen, alle Gütereigenschaften seien positiv, d. h., sie würden einen positiven Beitrag zur Bedürfnisbefriedigung oder zum Nutzen des Konsumenten leisten. Viele Konsumgüter bestehen aus Kombinationen aus positiven und negativen Eigenschaften, die sich bei Kauf und Konsum nicht voneinander trennen lassen und teilweise, wie bei Alkohol oder Kaffee, direkt von der konsumierten Menge abhängen. Zum anderen hilft der Ansatz Lancasters dann analytisch wenig weiter, wenn die Konsumenten Gütercharakteristika nur dann akzeptieren, wenn sie sie aus ganz bestimmten Gütern erhalten, oder wenn sie sie nur in bestimmten, festen und nicht trennbaren Kombinationen zu konsumieren wünschen (Komplementärcharakteristika).

Ein dritter Kritikpunkt richtet sich darauf, dass aus Lancasters Sicht die Konsumenten an der materiellen und symbolischen *Konstruktion* von Gütercharakteristika nicht beteiligt sind. Vielmehr handelt es sich anscheinend um einen objektiven, von ihrem individuellen Konsumhandeln völlig unabhängigen Prozess. Symbolische, individuell und interindividuell beispielsweise nach ethnischen Kulturen oder Konsumkulturen oder einfach nach individuellen Konsumstilen unterschiedliche, also sozial und individuell hergestellte Gütercharakteristika existieren nicht. Diese *naturalistische Gütertheorie* (ein Produkt der produktionstheoretischen Analogie) ist für den Konsumbereich unhaltbar. In der kulturellen Konsumwelt und Konsumpraxis kann dagegen z. B. ein und dasselbe saftige, kross gebratene Schweinerückensteak, mit passenden Gemüsebeilagen serviert, aus der Sicht eines Fleischfans, eines Durchschnittsessers, eines Vegetariers oder eines Veganers, aus Sicht von Katholiken, Juden oder Muslims, aus der Sicht eines Restaurantgastes, eines Gastronomiekritikers oder des privaten Gastes einer Familie usw. völlig unterschiedliche Gütercharakteristika haben.³⁶⁸ Genau betrachtet interessieren in diesem Beispiel – und wohl in einer Reihe anderer Konsumgüterkategorien auch – niemanden die objektiven Gütercharakteristika, jedenfalls nicht allein oder in

368 Vgl. zur Kulturgeschichte und Soziologie des Essens Fn 163.

erster Linie, außer vielleicht den Lebensmitteltechniker und den Ernährungswissenschaftler.

Konsum ist also zuerst und vor allem *Interpretation*. Konsumgüter, Konsum, Zahlungsbereitschaften und Nachfrage nach Konsumgütern entstehen durch konsumtive Interpretation und sind erst in zweiter Linie Gegenstand von rationalem Kalkül. *Erstens* setzt Konsum soziale Interpretation immer schon voraus. Das gilt schon innerhalb der Familie, in der der Nachwuchs in das Konsummuster der Eltern und dessen sozialen Bezugsrahmen hineingeboren wird. Gesellschaftlich verfestigen sich Konsuminterpretationen und bilden eine Vielfalt soziokultureller Konsummuster heraus. In jeder Gesellschaft umfassen sie einen allen Mitgliedern gemeinsamen Kern und eine Reihe sich typisch unterscheidender Strömungen. Die soziokulturellen Interpretationsmuster für Konsum beantworten elementare Fragen, ohne die individueller Konsum und Konsumgüter in ihrer neuzeitlichen Form überhaupt nicht möglich wären: Was gilt als konsumierbar, was nicht? Was darf man konsumieren? Was soll man konsumieren? Wie viel soll man konsumieren? Welcher Konsumstil passt zu welcher Schicht und Region, zu welchem Haushalt und welcher Person? Welche Konsumgüter muss man haben, welche sollte man nicht besitzen? Welche Konsumgüterkombinationen sind akzeptabel, welche gehört sich nicht? Eine ganze Reihe ähnlicher Fragen, die durch Konsuminterpretation zu klären sind, ließe sich anschließen. Nationale, regionale, lokale, ethnische, geschlechtsspezifische, alterstypische, metropolitane, kleinstädtische, ländliche, bürgerliche, proletarische, katholische, islamische, hochkulturelle oder populäre Konsumkulturen deuten nur einige der konsumrelevanten Interpretationsschemata an. Selbstverständlich interpretieren Individuen, Gruppen, Organisationen und Gesellschaften diese vorgängigen Konsummuster, die sich im Zuge dieser Interpretationsprozesse auch ändern. Auf jeden Fall zeigen die Interpretationsmuster, dass Konsumgüter und Konsumhandeln (auch) gesellschaftlich und normativ konstituiert werden.

Zweitens erzwingen Konsumkulturen und Güterweltstrukturen die individuelle und soziale Interpretation immer wieder neu. Neue Konsumgüter, neue Kombinationen und neue Verwendungen von alten Konsumgütern, nicht zuletzt aber auch neue Bedeutungen von Konsumgütern verlangen, das eigene, individuelle oder kollektive Konsummuster immer wieder zu prüfen und beizubehalten oder zu verändern.

Ein erheblicher Teil der Alltagskommunikation, sei es beispielsweise als Smalltalk, Familiengespräch oder Talkshow, dreht sich darum, Konsumgüter, deren Nutzung und die Erfahrungen, die man damit gemacht hat, zu interpretieren. Konsumtive Kontinuitäten oder Veränderungen wirken sich selbstverständlich auf der Nachfrage- und der Angebotsseite von Konsumgütermärkten sowie in der Haushaltsproduktion aus.

Das alles könnte man vielleicht in ökonomischen Analysen noch an den Rand schieben, wäre nicht *drittens* Konsuminterpretation auch eine unmittelbar *ökonomische* Aktivität, von der ganze Branchen und ganze Berufsgruppen ausschließlich oder überwiegend leben. Sie interpretieren und kommentieren Konsum für Konsumgüterproduzenten sowie für Konsumentengruppen oder stellen interpretierend »passende« Konsumgüter zusammen. Als Beispiel lassen sich die Marketingabteilungen von Herstellern und die Werbebranche, Versandhauskataloge, Testzeitschriften, Verbraucherberatungsstellen oder die schier unüberschaubare Presse für spezielle Konsumbereiche benennen. Konsumtiv hilfreiche und Orientierung spendende Presseerzeugnisse gibt es beispielsweise zu Konsumgütern und Konsumaktivitäten wie Lachsfischen, Lackleder, Landhäuser, Landrover, Langlauf, Laubenkolonie, Lehmhaus, Leichtathletik, Lesestoffe, Lichtspieltheater, Liebeskunst, Lifestyle, Lokomotiven, Lotterien, Luftsport und Luxusautos – um hier nur einiges von dem zu nennen, was der Buchstabe L dazu hergibt. Eine ganze Reihe von Einzelhandelsunternehmen sehen ihre Existenzberechtigung und ihr Verkaufsprinzip darin, in sich stimmige Konsumkulturen anzubieten und dem Konsumenten so die Qual der Interpretation abzunehmen. Beispiele dafür sind Einrichtungshäuser wie Domicil, Ligne Roset oder Ikea, Modehäuser wie Hennes & Mauritz, Aigner oder Bogner, Glas- und Porzellanhersteller und -händler wie Villeroy & Boch oder Rosenthal sowie Versandhäuser wie Eddi Bauer, Waschbär oder Manufactum. Nicht zuletzt tragen auch die Verkäufer im Einzelhandel erheblich zur permanenten konsumtiven Interpretation bei.

Auch aus der standardökonomischen Tradition selbst heraus betrachtet ist es erstaunlich, dass das Güterkonzept Lancasters der herrschenden subjektivistischen Auffassung von Präferenzen, Nutzen oder Bedürfnissen auf der Güterseite weiterhin eine objektivistische Konzeption gegenüberstellt. Das befremdet besonders deshalb, weil das Beharren auf einer rein individuell-subjektiven Beziehung zwischen Konsument und Kon-

sumgut für die Standardmikroökonomik geradezu typisch ist. Während diese den eben skizzierten sozialen Prozess einer – auch – kulturellen Konstruktion von Konsumgütern und die für den Konsum typische Mischung von objektiven Eigenschaften mit sozialer und individueller Attribution einfach ignoriert, lehnt ihn das naturalistische Konsumgüterkonzept notwendigerweise völlig ab, weil es objektive Gütereigenschaften unterstellt. Diese materialistische Reduktion von Konsumgütern auf ihre quantifizierbaren Eigenschaften wird den typischen modernen, symbolisch aufgeladenen Konsumgütern nicht gerecht.

Becker sowie Stigler/Becker gehen noch weiter und verwerfen die subjektivistische Konzeption auch auf der Konsumentenseite der Beziehung Konsument – Konsumgut. Denn sie gehen, wie oben gezeigt, von interindividuell *gleichen* Präferenzen aus. Auf dieser Grundlage verharret die standardökonomische Nachfragetheorie allerdings in Hilflosigkeit vor der ungeheuren und immer weiter wachsenden Vielfalt der Konsumgüterwelt durch anhaltende Produktdifferenzierung. Sie erweist sich nicht nur als unfähig, diese zu erklären, sondern fügt noch selbst verursachte Widersprüche hinzu. Denn die extreme Differenzierung des realen Güterangebots steht in eklatantem Gegensatz zur einschlägigen Annahme stabiler, interindividuell gleicher Präferenzen. Diesem Widerspruch geht man traditionell aus dem Weg, indem man die Homogenität der Güter unterstellt. *Erklären* lässt sich die reale Güterdifferenzierung aber nur, wenn man erstens zulässt, dass die Entwicklung von Produktvarianten und Produktinnovationen mit den Interessen der Produzenten und mit Veränderungen ökonomischer Strukturen auf der Anbieterseite zusammenhängt. Zweitens wird man berücksichtigen müssen, dass auf der Konsumentenseite das Streben nach und der Zwang zu sozialer Differenzierung durch Konsum einen wesentlichen Einflussfaktor bildet. Erneut ermöglicht erst die Analyse der Wechselwirkung zwischen Produktion und Konsum und der Wechselwirkung zwischen Individuum und Gesellschaft eine angemessene Erklärung eines zentralen Konsumphänomens.

Mit der Behauptung – ausschließlich oder überwiegend oder ökonomisch allein relevanter – objektiver Eigenschaften von Haushaltsgütern stellt sich die Frage nach deren *Messbarkeit*. Einerseits sind sie zweifellos objektiv messbar anhand des Inputs an Marktgütern, wenn man diese auf ihre physischen und ökonomischen Eigenschaften reduziert. Sie können auch als *materieller*, d. h. physischer Output der Haushaltspro-

duktion gemessen werden. Teilaspekte des Inputs und des Outputs von Haushaltsgütern lassen sich also objektiv messen.

Damit kann man sich standardökonomisch aber nicht zufrieden geben. Deshalb verwenden beispielsweise Stigler und Becker (1996/1977, 53) Schattenpreise, um damit die Haushaltsgüter nach ihren Produktionskosten zu bewerten. Die Verwendung von »Schattenpreisen« ist aus der Not der Quantifizierung und Monetarisierung von Haushaltsgütern und Produktionsfaktoren geboren, die keine Marktpreise haben. Mit dem Konzept der Schattenpreise greift die Haushaltsproduktionstheorie allerdings nolens volens auf eine Argumentationsweise zurück, die der objektiven Werttheorie zumindest verwandt ist. Am Beispiel des Produktionsfaktors persönliche Zeit, auf die ich noch genauer eingehen werde, zeigt sich das recht deutlich. Sie wird nämlich objektivistisch anhand des entgangenen potenziellen Markteinkommens gemessen, und nicht etwa über subjektive Verzichtsbereitschaften, die den *subjektiven* Wert der Haushaltsproduktionszeit ausdrücken würden und deshalb auch über oder unter dem verlorenen Marktentgelt liegen können.³⁶⁹ Erst mit einer *spezifischen* Fassung der ökonomischen Rationalität wird der Wert der subjektiven Zeit an deren *Marktwert* gebunden. Das verträgt sich schlecht mit der betont subjektiven Grundkonzeption der standardökonomische Nachfragetheorie.

Andererseits sind Haushaltsgüter aber kaum oder gar nicht objektiv messbar. Das gilt dann, wenn der Output der Haushaltsproduktion nicht bezogen auf das produzierte Gut, sondern bezogen auf die letzte Konsumleistung definiert wird, die mit dem Haushaltsgut erreicht werden soll. Auch wenn man diese Konsumleistung nicht, wie etwa Schlösser, gleich so allgemein fasst wie etwa Behaglichkeit oder Prestige (Schlösser 1992, 232, Fn 185), bleibt doch immer allenfalls der materielle Input oder ein Teil des Outputs messbar, das Haushaltsgut selbst aber nicht. In dieser Unschärfe des Haushaltsgutes besteht die zweite Rate des Preises, der – neben dem Verlust an Unterscheidungskraft zwischen Produktion und Konsum (vgl. 6.3.3.1) – für die Einführung der Haushaltsproduktionsfunktion und die damit möglich gewordene Umstellung von nicht beobachtbaren Präferenzen auf beobachtbare Konsumtechnologien gezahlt werden muss (Schlösser 1992, 95).

369 Hier ergeben sich ähnliche konzeptionelle Probleme wie bei der Konsumentenrente; vgl. Fn 89.

In diesem Sinne fehlt also eine objektive Messbarkeit insofern, als vor allem subjektive Vorstellungen über Haushaltsgüter relevant sind. Ob und unter welchen Bedingungen ein Haushaltsgut – und damit auch der Haushaltsproduktionsprozess – als gelungen betrachtet werden soll, beurteilen Konsumenten subjektiv, z. B. gemessen an ihren Präferenzen oder an Konsummustern ihrer sozialen Bezugsgruppe. Man kann zwar – unter erheblichen methodischen Anstrengungen und mit interdisziplinärem Engagement – eine Kartoffelsuppe, ein festliches Tischarrangement, ein englisches Staudenbeet in einem gewissen Ausmaß objektiv beschreiben. Aber ob die Suppe jemandem schmeckt oder nicht, ob der Tisch anspricht oder nicht, ob das Beet duftet oder stinkt, das hängt vor allem von den kulturellen und individuellen Vorstellungen und Erfahrungen der Konsumenten ab. Entscheidend ist, wie bereits erwähnt, die *Konstruktion* der Eigenschaften des Haushaltsgutes und seine subjektive und soziale *Interpretation*.

Bestünde innerhalb der Gesellschaft, für die eine ökonomische Analyse durchgeführt wird, ein äußerst breiter und sehr stabiler Konsens darüber, an welchen Kriterien sich das Gelingen eines konkreten Haushaltsgutes bemisst, könnte man selbstverständlich für alle Analysen, die sich auf diese Gesellschaft und deren Gegenwart beschränken, den Aspekt der sozialen Konstruktion von Konsumgütern einfach ignorieren. Genau das Gegenteil ist aber typisch: es herrscht weder gruppen-, kultur- oder stilübergreifender Konsumkonsens noch ist dieser Konsens stabil.

Die Probleme mit der Objektivität und dem Konstruktcharakter lassen sich auch nicht mit dem Konzept der offenbaren Präferenzen aus dem Weg schaffen. Denn im differenzierten Modell der Haushaltsproduktion, das externes Nachfragehandeln *und* haushaltsinternes Produktionshandeln umfasst, bilden die am Markt beobachtbaren Aktivitäten, die als Ausdruck der Präferenzen interpretiert werden, nur einen Teilausschnitt aus der Gesamtaktivität Konsum. Der andere Teil der Aktivitäten findet innerhalb des Haushalts statt und ist schon deshalb nicht direkt beobachtbar und objektiv messbar. In der neuen Sicht der Haushaltsproduktion verschärft sich der Beobachtung-Präferenz-Kurzschluss noch einmal erheblich.

Hinzu kommt, dass sich *haushaltsinternes Handeln* wesentlich von Markthandeln unterscheidet. Haushaltsproduktionsaktivitäten sind – auf der Grundlage der besonderen Beziehungen zwischen den Famili-

enmitgliedern – zum einen stärker emotional aufgeladen als Produktionsaktivitäten in Unternehmen oder Marktbeziehungen. Zum anderen folgen sie kulturellen Mustern, z. B. von Familie und Haushaltsführung, und haben die Funktion, diese geteilten Muster durch gemeinsames Handeln immer wieder zu bestätigen. Haushaltsaktivitäten verursachen haushaltsintern positive oder negative Nebeneffekte, beispielsweise sind sie beziehungsfördernd (oder auch nicht), sie können den Gemeinschaftssinn stärken, Kooperation fördern und Vertrauen vertiefen (oder eben auch nicht). In dieser fortlaufenden Selbstvergewisserung und Vergemeinschaftung der Haushaltsmitglieder kann also ein wesentlicher Nutzen, vielleicht sogar das Hauptinteresse an einem Haushaltsgut, liegen. Dies alles ist für den Konsumwohlstand – und den »Beziehungwohlstand« – sehr relevant, wird aber vom ökonomistischen Modell der Haushaltsproduktion ignoriert und lässt sich mit ihm auch nicht erfassen.

Noch wichtiger ist es vielleicht, dass ein Charakteristikum von manchen Haushaltsgütern gerade darin liegt, dass sie sozial und emotional anders »eingebettet« sind als material gleiche Güter, die am Markt erworben werden. Deshalb können sie in vielen Fällen nur in ökonomistischer Verkürzung als mit Marktgütern identische Güter betrachtet werden, die nur auf andere Art und Weise hergestellt worden, aber völlig gegeneinander substituierbar sind (vgl. Becker 1993/1965, 123–128). Es macht eben nicht nur einen geld- und zeitökonomischen Unterschied, ob man beispielsweise für die Familie eine Schüssel Salat aus der nächsten Imbissbude holt oder ob ein Familienmitglied den Salat für alle »selber macht«; ob die Eltern ein krankes Kind pflegen oder dafür eine Kinderkrankenschwester engagieren; ob man Obst »aus dem eigenen Garten« erntet oder auf dem Markt kauft usw. Und selbstverständlich gilt auch, dass keineswegs alle Konsumenten die *gleiche* Unterscheidung ziehen.

Auf Grund dieser Überlegungen kann man sehen, dass Haushaltsgüter, soweit mit ihnen eigenwertige Haushaltsaktivitäten verbunden sind, nur beschränkt durch Marktgüter substituiert werden können (vgl. 4.1.2.). Aber auch innerhalb der Haushaltsgüter stößt man schnell auf Substitutionsbarrieren. Deshalb liegt es nahe, Haushaltsgüter auch – oder sogar überwiegend – als Komplemente zu behandeln. In Produktionsfunktionen für Haushaltsgüter des Typs

$$(8) Z_i = f_i(x_i, t_i, g_i, E_i)$$

mit t_i als *persönlicher* Zeit des Haushaltsmitglieds i – z. B. als geteilte Freizeit des Vaters beim Spielen, die in bestimmten Fällen nicht durch die der Mutter substituierbar ist und umgekehrt – und g_i als *persönlicher Zuwendung* zum Empfänger von Z_i – z. B. angesichts von aktuellen persönlichen Problemen als gemeinsames Musikhören mit Geschwistern, was die Eltern nicht ersetzen können – sind allenfalls die Marktgüter x_i – z. B. das Spiel oder die Musik-CD – durch andere Marktgüter substituierbar. Selbstverständlich wäre genauer zu prüfen, unter welchen Bedingungen Konsumproduktionsfaktoren und die Haushaltsgüter selbst eher substitutiv und wo sie eher komplementär verbunden sind.

Insgesamt betrachtet bleibt also recht unklar, was als »Endprodukt« des Haushaltsproduktionsprozesses gelten soll.

»Unmittelbar einsichtig ist, dass z. B. die aufgeräumte Wohnung, die gewaschene Wäsche, die verzehrfertigen Mahlzeiten oder das angelegte Geldvermögen keine Haushaltsendprodukte sein können. Vielmehr handelt es sich lediglich um Zwischenprodukte, die erst noch der Bedürfnisbefriedigung dienen sollen. Folglich entwickeln sich die Haushaltsendprodukte im Zuge des Konsums. Dieser führt zwar auch zu physischen Veränderungen bei den Haushaltsmitgliedern, aber das kann für eine wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Disziplin nicht als allein maßgeblich gelten. Vielmehr sind (...) mentale Zustände der Haushaltsmitglieder, genauer: die Nutzenstiftungen einschließlich der Bildung von Humanvermögen i. w. S. als die angestrebten Endprodukte des Haushaltsprozesses zu verstehen« (Piorkowsky 1997, 82).

Genau damit möchte sich die Standardökonomik aber nicht beschäftigen, weil sie sich dafür als nicht zuständig betrachtet und sich jahrzehntelang angestrengt hat, so »Unfassbares« wie »mentale Zustände« oder »Nutzenstiftungen« zu Gunsten von »Objektivität« und »Exaktheit« aus ihren Analysen zu verbannen. Diese Entwicklung wurde in der vorliegenden Arbeit bereits ausführlich diskutiert und kritisiert.

Während die Unklarheit über die Haushaltsgüter noch durch einige analytische Anstrengung geheilt werden könnte, liegt in ihren typischen Merkmalen eine möglicher Grund für ein Scheitern der Haushaltsproduktionstheorie insgesamt. Wenn man gelten lässt, dass Haushaltsgüter nicht direkt beobachtet, nicht vollständig objektiv beschrieben werden und in wesentlichen Teilen nicht gemessen werden können – jedenfalls nicht mit den standardökonomisch anerkannten Verfahren –, würde die

haushaltsproduktionstheoretische Effizienzanalyse zusammenbrechen. Denn erstens unterscheidet sich die Effizienz ja gerade dadurch vom (subjektiven) Optimum, dass sie objektiv und für alle Haushalte gleich festgestellt werden kann. Wir stehen also vor einem gravierenden Widerspruch, wenn wir einerseits zugestehen, dass Gütercharakteristika *auch* kollektiv und individuell *konstruiert* werden, und dies nicht zuletzt als Entscheidungskriterium der Konsumenten zulassen, andererseits aber am objektiven Effizienzaspekt des Konsums festhalten wollen. Denn zweitens kann man, wenn man einen *produktionstheoretischen* Zugriff auf Konsum wählt, auf die Behauptung einer objektiven Effizienz nicht verzichten, denn Effizienzüberlegungen bilden das Herzstück der Produktionstheorie. Müsste man nun im Haushaltsproduktionsmodell auf den Begriff Effizienz verzichten, wäre ein wesentliches Element dieses Ansatzes zerstört. Wie will man präzise Aussagen über eine Konsumtechnologie und ihre Effizienz machen, wenn man bereits den Input des Produktionsprozesses nicht vollständig objektiv-quantifiziert erfassen kann, den Output »Haushaltsgut« aber in wesentlichen Eigenschaften gar nicht?

Und als wären das nicht schon Probleme genug wird drittens mit dem Konzept der objektiven Gütercharakteristika sowie mit der Anwendung von Schattenpreisen auf konsumtive Aktivitäten im Haushalt ein Stück objektive Werttheorie wiedereingeführt. Den Haushaltsgütern wird ein von den Konsumentenwünschen und -vorstellungen unabhängiger »Wert« zugesprochen, den man objektiv anhand der Gütercharakteristika oder der in sie eingegangenen Produktionsfaktoren feststellen kann, sei es, wie z. B. bei Lancaster, als Gütercharakteristikum wie etwa Nährwert, oder, wie bei Becker, als marktbezogener Schattenpreis für die Konsumproduktionszeit.

Die – grundsätzlich begrüßenswerte – Berücksichtigung der Konsumzeit in der Konsumtheorie bringt eine Reihe weiterer und gravierender Schwierigkeiten mit sich, die im Folgenden untersucht werden.

6.3.3.3 Zeitstruktur und Zeitbewertung

Becker definiert, wie bereits dargestellt, »die Zeit« als Inputfaktor der Haushaltsproduktion, eine recht ungenaue Formulierung, die er später durch die Einführung des Humankapitals als Produktionsfaktor präzisiert. Tatsächlich lässt sich aus Konsumgütern mit Zeit allein im Haus-

halt fast³⁷⁰ nichts produzieren, wenn *in* dieser Zeit nicht zugleich personale Aktivitäten oder Konsumarbeit als weiterer Input hinzukommen (vgl. Piorkowsky 1997, 81): Aus Obst und Zeit allein entsteht kein Obstsalat. Angemessener dürfte eine Konzeption sein, die die Haushaltsproduktion als einen Prozess betrachtet, in dem Haushaltsgüter dadurch produziert werden, dass erstens Entscheidungen darüber getroffen werden, welches Haushaltsgut mit welchen Konsumgütern und welchen Aktivitäten³⁷¹ in welchem Zeitraum produziert werden soll, und zweitens, dass dieser Produktionsprozess realisiert wird. Man kommt der Sache näher, wenn man bedenkt, dass Haushaltsmitglieder psychische und körperliche Energie kombiniert mit Fertigkeiten und Fähigkeiten einsetzen, um Haushaltsgüter herzustellen. Also investieren sie individuelle Arbeitsleistung, verstanden als Arbeit pro Zeiteinheit, und nicht einfach Zeit.

Becker verwendet den Zeitbegriff im Zusammenhang der Haushaltsproduktion seltsam inkonsequent. Einerseits nimmt Becker an, »dass die Haushalte Zeit und Marktgüter kombinieren« (Becker 1993/1965, 100), andererseits betont er, »dass ein Haushalt in der Tat eine «kleine Fabrik» ist: Er kombiniert Investitionsgüter, Rohstoffe und Arbeit« (S. 101).³⁷² In späteren haushaltstheoretischen Arbeiten lässt Becker den Inputfaktor Arbeit ganz im Faktor Zeit aufgehen, fügt aber eine Sammelvariable und den Faktor Humankapital hinzu (Becker 1982/1973, 149; 1996/1992, 22).

370 Der Einsatz von persönlicher Zeit scheint ein wichtiger «Input» bei der «Produktion» von «Haushaltsgütern» wie Zuwendung, Zuhören, Gespräche, Meditation, kontemplative Muße zu sein. Aber für diese «Produktionsprozesse» werden meist keine Konsumgüter benötigt und auch hier ist die innere und äußere Haltung der Zeit spendenden Person entscheidend, nicht einfach nur deren reine Anwesenheit für eine bestimmte Zeitspanne.

371 Zu den Aktivitäten sind auch die von den Haushaltsmitgliedern selbst eingesetzten «Technologien» wie Arbeitsteilung, Prozessmanagement, Kalkulation usw. zu rechnen, denn sie sind, wie die verfügbaren Aktivitäten, eine Form des Humankapitals. Zu den eingesetzten Konsumgütern zählen auch die technischen Konsumgüter wie Herd, Tiefkühltruhe usw.

372 Beckers Beispiel Theaterbesuch macht die Unzulänglichkeit des Konzeptes gut deutlich. Danach ist der «Besuch eines Theaterstücks (...) ein solches Gut, das von den Schauspielern, vom Stück, vom Theater und vom der Zeit des Theaterbesuchers als Inputs abhängt» (1993/1965, 100). Völlig vernachlässigt wird die subjektiv entscheidende «Ressource» Aufmerksamkeit und die «Ressource» Identifikation (oder erlebende Empathie), ohne die der Genuss oder die Nutzenstiftung eines Theaterbesuch im engeren Sinne gar nicht erst zu Stande kommt. Denn das subjektive Theaterstück, das Nutzen bringt, entsteht in erster Linie im Kopf des Theaterkonsumenten, erst in zweiter Linie auf der Bühne. Die subjektiven Ressourcen jenseits der «investierten» Zeit könnte man als «subjektive Theaterarbeit» oder als «emotionale Investition» zusammenfassen. Darüber hinausgehend gibt es, je nach subjektiver Akzentsetzung, eine Reihe von Neben- oder Hauptnutzen wie z. B. Gelegenheit zu sozialen Kontakten oder die Chance zu demonstrativem Konsum.

Die Beckersche Nutzenmaximierungsfunktion (vgl. (3)) und seine Haushaltsproduktionsfunktion (vgl. (2a), (2b), (2c)) implizieren, dass der Zeit in der Haushaltsproduktion jeglicher Eigenwert abgeht und sie ausschließlich als neutrales Mittel zur Herstellung von Konsumgütern konzipiert wird. Ich habe das bereits am Konsumbegriff der Standardökonomik kritisiert (vgl. 4.1.2). Becker lässt in seinem Zeitbegriff letztlich offen, ob man zwischen der Konsumproduktionszeit T_{CP} und der Konsumnutzenzeit T_{CN} unterscheiden muss und wie diese Unterscheidung konzipiert werden soll. Warum Beckers Konsumzeitkonzept unzureichend ist, soll im Folgenden kurz skizziert werden.

Für Becker ist der Haushalt daran interessiert, seinen Nutzen zu maximieren. Die konsumtiven Zeitverwendungen T_{CP} in (7) stiften selbst keinen Nutzen; sie sind, ebenso wie die erwerbsorientierten T_W , reine Verausgabung von Zeit, sozusagen Konsumarbeitszeit (vgl. 4.1.2). Der Nutzen liegt ausschließlich in den Produkten «der Zeit», also den Einkommen oder den Haushaltsgütern. Danach kann weder die Marktproduktionszeit T_{CM} an sich Nutzen bringen, z. B. in Form des Genusses von Einkaufserlebnissen aller Art, noch die Haushaltsproduktionszeit T_{CH} , z. B. als Spaß beim Kochen, als Erlebnis einer angenehmen Zusammenarbeit bei der Hausarbeit oder als Stolz auf das selbst gemachte Gericht. Alle Zeitverwendungen sind ausschließlich instrumentell bezogen auf die Produktion von Haushaltsgütern.

Wie verhält es sich aber mit der Konsumnutzenzeit T_{CN} , der eigentlich erstrebten Zeitverwendung, auf die hin alle anderen Zeitverwendungen instrumentell ausgerichtet sind? Eine Möglichkeit besteht darin, T_{CN} als Teilmenge der gesamten Konsumproduktionszeit T_{CP} zu interpretieren. Die beiden Zeiten würden ineinander aufgehen oder so behandelt, weil man sie methodisch nur schwierig unterscheiden kann. Dann kann man formulieren

$$(9) \quad T_C = T_{CP}$$

und die täglichen Stunden für die Konsumproduktionszeit³⁷³ einschließlich T_{CN} ergeben sich als

$$(9a) \quad T_{CP} = 24 - T_W$$

Dafür spräche die einfache dualistische Struktur: entweder Konsumzeit oder Erwerbsarbeitszeit. Inhaltlich kann man – ganz in moderner konstruktivistischer Manier – anführen, dass man noch im letzten Kon-

373 Bezogen auf einen Einpersonenhaushalt oder auf jedes einzelne Haushaltsmitglied.

sumakt selbst das Haushaltsgut »produziert«, eben dadurch, dass man es konsumiert. Der Vorteil läge darin, unternehmerisches und haushälterisches Produktionshandeln sparsam und stringent mit einem Konzept darstellen zu können. Ein gewichtiges Plus kann man auch darin sehen, jegliche unklaren Konzepte wie Nutzen oder Bedürfnis vermeiden zu können. Dagegen spräche jedoch, dass dann *alles* Handeln der privaten Haushalte Produzieren wäre. Dieser Version fehlt deshalb *konsum*theoretisch jede Unterscheidungskraft; sie mag nützlich sein, wenn man Entscheidungen des Haushalt angesichts der dualistischen Alternative Konsum oder Erwerbsarbeit untersuchen will.

Die zweite Möglichkeit besteht darin, T_{CP} und T_{CN} als alternative Zeitverwendungen zu sehen.³⁷⁴ Dann kann man schreiben

$$(10) T_C = T_{CP} + T_{CN}$$

Die für die Konsumnutzenzeit³⁷⁵ verfügbaren Stunden ergeben sich als

$$(10a) T_{CN} = 24 - T_W - T_{CP}$$

Wenn die Konsumnutzenzeit T_{CN} das eigentliche Haushaltsziel enthält und deshalb von T_{CP} unterschieden wird, kann man idealtypisch unterschiedliche Grundorientierungen von Haushalten definieren. Das eine Extrem strebt ganz konventionell einen möglichst hohen Güterwohlstand G an und verfolgt deshalb eine Maximierung des Haushaltsgüterkonsums (genauer: des Nutzens der Haushaltsgüter Z_i) pro Einheit T_{CN} . Ziel dieses G -Haushaltes wäre also eine möglichst hohe Konsumnutzenproduktivität. Für ihn hätte die Konsumproduktionszeit T_{CP} keinen Eigenwert und wäre deshalb unter gewissen Nebenbedingungen zu minimieren.³⁷⁶ Seine Nutzenfunktion wäre die aus (3) bekannte, die Produktionsfunktion des die Z_i maximierenden G -Haushaltes entspräche der aus (1b):

$$(11a) U_G = u(Z_1, Z_2, \dots, Z_n)$$

$$(11b) Z_{Gi} = Z_i(x_i, t_{icp}, t_{icn}, H_i, E)$$

Die Konsumnutzenzeit t_{icn} , die man für den Konsum eines Z_i benötigt, geht als von der t_{icp} , die man für dessen Produktion einsetzt, unterschieden in die Produktionsfunktion ein. Diese Differenzierung verträgt sich offensichtlich mit der Haushaltsproduktionstheorie.

374 Es leuchtet unmittelbar ein, dass T_{CP} und T_{CN} nicht völlig substitutiv gegeneinander sind, da sich nicht jegliche Haushaltsproduktion vermeiden lässt. Deshalb muss man davon ausgehen, dass in jedem Haushalt ein Mindestmaß an T_{CP} notwendig ist.

375 Vgl. Fn 373.

376 Ebenso würde er T_W als rein instrumentelle Zeit werten, die zu minimieren ist.

Das andere Haushaltsextrem zieht den Zeitwohlstand T dem Güterwohlstand vor und orientiert sich deshalb auf eine Maximierung der Konsumnutzenzeit T_{CN} . Der zeitnutzenorientierte T-Haushalt wäre bereit, auf Einkommen und Marktgüter zu verzichten, wenn seine Konsumzeitautonomie, die vielleicht besser allgemein als Zeitautonomie zu bezeichnen ist, dadurch zunimmt. Ein Teil der Zeit, die traditionell als Konsumproduktionszeit verstanden wird, könnte für ihn aus den oben beschriebenen Gründen auch Konsumnutzenzeit mit Eigenwert sein, T_{CPN} . Dann könnte er motiviert sein, auch T_{CPN} auszudehnen. Analog zum prozessbezogenen Tauschaktnutzen, (Frenzen/Davis 1990, 2f.) könnte man hier von einem konsumtiven Produktionsaktnutzen sprechen.

Die Nutzenfunktion des T-Haushalts kann man schreiben als

$$(12a) U_T = u(T_{CN}; T_{CPN}; Z_j)$$

mit der Konsumnutzenzeit und dem Eigenwertteil T_{CPN} der Konsumproduktionszeit als Argument der Nutzenfunktion sowie Z_j als den als *notwendig* betrachteten und produzierten Haushaltsgütern. Im Extremfall wären die Z_j nur eine abgeleitete Nachfrage, da sie nur als Voraussetzung des »notwendigen Bedarfs« für eine möglichst große T_{CN} gewünscht werden. Im Extremfall könnten auch erhebliche Teile der Konsumproduktionszeit T_{CP} zum Selbstzweck werden und damit ihren instrumentellen Charakter für die Z_j verlieren. Lässt man den Nutzen aus den Haushaltsgütern unberücksichtigt, erreichen unter sonst gleichen Bedingungen die Haushalte einen höheren Nutzen, denen es gelingt, den Teil T_{CPN} der Konsumproduktionszeit T_{CP} zu maximieren. Es liegt auf der Hand, dass dann für die Konsumproduktion andere Effizienzkriterien gelten: nicht produktionsanaloge sondern genuin konsumtive, wie z. B. eine möglichst lustvolle, kreative, ästhetische oder kooperative Gestaltung des Produktionsprozesses für ein, mehrere oder gar alle Z_j . Auch der T-Haushalt wird die Instrumentalzeit T_{CP} minimieren wollen.

Die Produktionsfunktion des T_{CN} maximierenden T-Haushaltes kann man schreiben als

$$(12b) Z_{Tj} = Z_j(x_j; t_{jcp}; H_j; E)$$

mit t_{jcp} als für die Herstellung der notwendigen T-Haushaltsgüter Z_{Tj} erforderlichen Zeit. Die eigenwertige Zeit T_{CPN} könnte für den T-Haushalt ein zufällig anfallendes Kuppelprodukt sein, dass bei der Produktion irgendeines Z_j anfällt. In der Regel werden T-Haushalte ihre Konsumtechnologie aber gezielt so umgestalten, dass auch T_{CPN} maxi-

miert wird. Das lässt sich zum Ausdruck bringen, indem man in die Produktionsfunktion des T-Haushalts die Konsumarbeitsbedingungen B_j als Argument einfügt:

$$(12c) \ Z_{Tj} = Z_j(x_j; t_{jcp}; B_j; H_j; E)$$

Die beiden Orientierungen Güterwohlstand und Zeitwohlstand beschreiben selbstverständlich nur die Extrempunkte eines Kontinuums, das viele unterschiedliche Kombinationen von Zeit- und Güterwohlstand zulässt. Denkbar ist diese Unterscheidung nur dann, wenn man sich von der Mengenpräferenz verabschiedet oder Zeitverwendung als Eigenwert zulässt. Vielleicht könnte man auch Zeitwohlstand als zu produzierendes Haushaltsgut konzipieren und damit in die Haushaltsproduktionstheorie integrieren. Man stünde aber sofort vor dem konzeptionellen Problem, dass Zeit mit Zeit produziert werden soll, man diese Zeiten also genau unterscheiden können müsste.

Wie dem auch sei, es zeigt sich bald, dass mit der Festlegung des Ausgangspunktes (10) die analytischen Schwierigkeiten erst richtig anfangen.³⁷⁷ Dem Haushalt oder Konsumenten muss es in standardökonomischer Sicht darum gehen, eine optimale Kombination von verfügbarer Konsumnutzenzeit T_{CN} und allen seinen Haushaltsgütern Z_j zu realisieren. Wählt man dagegen den Ausgangspunkt (9) stellt sich die Frage einer besonderen Produktivität für T_{CN} nicht. Sie geht auf in der allgemeinen Produktivität der Haushaltsproduktion.

Diese Überlegungen zu konsumtheoretisch sinnvollen Unterscheidungen von Zeit lassen sich selbstverständlich präzisieren und vertiefen. Gibt man die instrumentalistische Verengung der Konsumproduktionszeit T_{CP} auf, erhält die Zeit als individuell geschätzte und/oder sozial geteilte Zeit einen *Eigenwert*, je nachdem, wie der Haushalt den jeweiligen Produktionsprozess bewertet. Diese »Wert-volle« Zeit wird selbst zu einem Haushaltsgut (commodity), das der Haushalt durch einen Produktionsprozess oder in Kuppelproduktion mit einem anderen Haushaltsgut produziert:

377 Beispielsweise muss jetzt entschieden werden, welche Konsumzeit als Arbeitszeit und welche als Nutzenzeit aufgefasst wird. Das aber kann nicht (oder nur schwierig) objektiv beobachtet und gemessen werden, sondern nur durch Befragung der Konsumenten ermittelt werden. Außerdem kann das für die einzelnen Haushaltsmitglieder durchaus unterschiedlich sein: Was für die einen Konsumnutzenzeit ist, z. B. weil bei einer Konsumarbeit alle Familienmitglieder etwas zusammen machen, mag für die anderen Konsumproduktionszeit sein, weil sie keine »Lust« dazu haben.

»Das Problem liegt ja gerade darin, dass individuelle und gesellschaftliche Wertorientierungen die Entscheidungen und Handlungsspielräume zur Zeitverteilung bestimmen und diese Vorgaben oder Präferenzen *jede* Haushaltsproduktionszeit zu einer unmittelbaren Nutzen stiftenden Aktivität oder aber nur zu einer mittelbar nützlichen Aktivität werden lassen können. Die Zubereitung von Mahlzeiten kann im hohen Maße entspannen und Freude machen und ökonomisch unsinnig sein, so wie die Lektüre eines Buches oder das Hören einer Symphonie sich als nur mittelbar nützlich erweisen können. Diese Aktivitäten waren nicht erholend, aber man wurde gesehen, man zeigte sich gebildet, oder diese Art der Allgemeinbildung war für die Karriere gut oder gar nötig« (Schweitzer 1991, 74)

Wenn die Zeit aber sowohl als formale und monetarisierte Zeit Input, zugleich aber auch als inhaltlich wertvolle, personale und soziale Zeit Output des Produktionsprozesses (Haushaltsgut) sein kann, lässt sie sich nicht mehr eindimensional als zielneutrale Ressource konzipieren, die optimal zu allozieren ist. Das bedeutet, dass die konventionelle Maximierungsaufgabe nicht zu lösen ist, solange nicht bestimmt ist und unterschieden wird, *unter welchen Bedingungen* Zeit als Faktor in die Produktionsfunktion und unter welchen sie als Ziel in die Nutzenfunktion des Haushalts eingehen soll. Vermutlich kann das kaum geklärt werden, da die Zeit *uno actu* in beiden Formen verwendet wird. Dann sind die oben entwickelten Unterscheidungen nur bedingt anwendbar.

Ganz abgesehen davon liegt in dem vorgestellten differenzierten Zeitkonzept ein weiteres Argument dafür, dass nicht objektiv und eindeutig festgestellt werden kann, welche Haushaltsproduktion unter mehreren alternativen *effizient* genannt werden soll. Denn die Ziel-Mittel-Relationen ändern sich dann, wenn die personale oder soziale Zeit unabhängig von ihrem Output an Haushaltsgütern zum eigenständigen Ziel wird. Formal-quantitativ, also *ökonomisch* als nicht effizient erscheinende Produktionsverfahren können bewusst gewählt worden sein, weil der Haushalt sie z. B. auf Grund der geteilten Zeit als *sozial* effizient betrachtet und sie einer rein ökonomisch effizienten Verwendung vorzieht. Und gerade das macht die *institutionelle Sonderstellung* des Haushalts aus: dass er der Rationalität der erwerbswirtschaftlichen Produktion und ihren Zwängen nur eingeschränkt und in Teilen gar nicht unterworfen ist, und dass er sich dieser Unterwerfung auch entzieht.³⁷⁸

³⁷⁸ Solches Ausbrechen aus ökonomisch engen, eindimensionalen Fassungen von Effizienz findet man auch in Unternehmen. Die Standardökonomik ignoriert solche Prozesse dort aber noch stärker als im Konsumbereich.

Hinzu kommt, »dass individuelle und gesellschaftliche Wertorientierungen die Entscheidungen und Handlungsspielräume zur Zeitverteilung bestimmen« (Schweitzer 1991, 74). Damit müssen Zeitverwendungsentscheidungen auch als soziale Muster der Lebens- und Haushaltsführung verstanden werden und können nicht einfach auf individuelle Zeitentscheidungen reduziert werden. Insofern enthält die Produktionsfunktion (2b) die Zeit zweimal, einmal ausgewiesen als t_1 und noch einmal im Vektor E der Produktionsumweltvariablen versteckt als gesellschaftliche Zeit oder als die Variablen, die die Zeitverwendungsmuster des Haushalts beeinflussen.

Vor dem Hintergrund dieser Einsichten wird auch die monetäre Bewertung der für die Haushaltsproduktion verwendeten Zeit mit durchschnittlichen oder individuellen Marktlöhnen nicht überzeugender. Sie motiviert sich vor allem aus produktionstheoretischem Interesse und effizienzorientierten Fragestellungen, wie etwa den Kosten der Haushaltsproduktion oder der Eigenfertigungs-Fremdbezugs-Option bei Haushaltsgütern. Der Wert einer sozialen und subjektiven Zeit, und das ist die Konsumproduktionszeit T_{CP} auch, kann aber nicht ausschließlich mit Marktpreisen bewertet werden. Während man für Marktgüter vielleicht hilfsweise annehmen könnte, dass auch alles Nichtmessbare und Nichtmaterielle, z. B. die sozial-symbolischen Güterfunktionen, bereits in ihrem Marktpreis enthalten sind, geht das für Haushaltsgüter nicht, da der Marktpreis nur ein Teil ihres Gesamt-»Preises« ist. Hinzu kommt, dass ein Teil der Konsumproduktionszeit als *gemeinsame* Arbeit oder Arbeit *für andere*, wie oben dargelegt, überhaupt nicht durch Marktgüter wie etwa persönliche Dienstleistungen substituierbar ist, sondern an eine konkrete Person und deren Rolle im Haushalt gebunden bleibt (vgl. 4.1.2). Ganze Gruppen von Haushaltsgütern sind *normativ* der Option Fremdbezug ausgeschlossen und unterliegen außerdem subtilen Regeln der Reziprozität. So weit der Haushaltsproduktionsansatz dies ignoriert, verfehlt er einen wesentlichen Aspekt von Konsumzeit, indem er sie eindimensional reduziert. Zugleich ist er nicht in der Lage, Eigenfertigungs-Fremdbezugs-Entscheidungen privater Haushalte angemessen zu erklären.

Diese Defizite führen teilweise zu erstaunlichen Analyseergebnissen. So differenziert Becker die »Kosten der Zeit« u. a. nach Zeitperioden und bemerkt, beispielsweise »sind die Kosten der Zeit an den Wochenenden und abends meistens geringer, weil dann viele Unternehmen ge-

geschlossen sind« (1993/1965, 111). Andererseits sieht Becker: »Für Arbeiter, die an Wochenenden und Abenden besondere Prämien erhalten, mögen die Kosten der Zeit dann allerdings erheblich höher liegen« (ebd., Fn 23). Der *alternativkostentheoretische Kurzschluss* liegt nun darin anzunehmen, dass die subjektive Wertschätzung von erwerbsarbeitsfreier Zeit ausschließlich von dem entgangenen Einkommen abhängt. Der Wert der konsumtiven Zeitverwendung des Haushalts wird damit zwar vordergründig subjektiviert, d. h. am individuellen Lohnsatz gemessen, aber im Wesentlichen objektiviert, weil dieser Lohnsatz eben ein allgemeiner, direkt beobachtbarer Marktpreis ist.

Tatsächlich macht die Umkehrung der Beckerschen Argumentation Sinn: *Weil* viele Akteure ihre Zeit strukturell unterschiedlich bewerten und ihnen deshalb bestimmte Tages- und Wochenzeiten wichtiger sind als andere, nehmen sie höhere Verdienstaufschläge hin und würden u. U. noch viel höhere als die gerade am Markt herrschenden akzeptieren. Aus der Sicht der Akteure ist die Zeit an Wochenenden und an Abenden besonders kostbar, weil sie Präferenzen auch hinsichtlich der Zeitstrukturen von Arbeit und Freizeit haben. Diese Präferenzen hängen zusammen mit der normalen Arbeitszeit-Freizeit-Struktur ihrer individuellen Bezugsgruppen und mit den darin zum Ausdruck kommenden sozialen Zeitstrukturen und Zeitrhythmen. *Weil* diese Zeit individuell und sozial mehrheitlich als eher kostbar betrachtet wird, deshalb müssen die Unternehmen höhere Löhne zahlen, um die Arbeitnehmer dazu zu motivieren und dafür zu entschädigen, zu diesen Zeiten zu arbeiten. Die soziale Struktur der Zeit verursacht also die höheren Lohnsätze zu bestimmten Tages- und Wochenzeiten.

Dieses Beispiel ist exemplarisch für die mangelnde Sensibilität der Standardökonomik und insbesondere des Haushaltsproduktionsansatzes für soziale Strukturen, die ökonomische Alternativen und ökonomisches Handeln wesentlich prägen. Das lässt sich an der Beziehung zwischen sozialen Zeitstrukturen und kulturellen Konsumstrukturen leicht verdeutlichen. Selbstverständlich macht es einen wesentlichen Unterschied, ob man ein identisches Frühstück zu identischen Konditionen morgens um sieben Uhr oder abends um sieben verspeisen kann, ob einem Zeit zum Spielen mit seinen Kindern montagsmittags um ein Uhr oder sonntagsmittags um die gleiche Tageszeit gegeben wird, ob man sich einen Kinofilm morgens um acht oder abends um acht Uhr anschauen kann, ob man ein Glas Rotwein vormittags um zehn oder

abends um zehn trinkt usw. Mit sehr vielen Konsumaktivitäten sind Tages- und Wochenzeiten mehr oder weniger fest verbunden, zumindest aber recht begrenzte Zeitkorridore. Selbstverständlich kann man sich – notgedrungen oder lustbetont – darüber hinwegsetzen, selbstverständlich ändern sich die Zuordnungen und selbstverständlich gibt es dabei kulturelle und subkulturelle Unterschiede. Und nicht zuletzt versuchen Konsumgüterhersteller und -anbieter in ihrem Interesse die Strukturen und Grenzen aufzubrechen, um den Konsum ihrer Produkte zu steigern. Beispiele dafür sind der Versuch der Speiseeisindustrie, durch Werbung und neue Produkte wie Winter- oder Weihnachtseis Absatzsteigerungen in der kalten Jahreszeit zu erreichen, oder die analogen Anstrengungen der Brauereien mit Weihnachtsbier und ähnlichen Produkten. Dennoch bleibt die Konsumzeit strukturierte Zeit und Zeitstrukturen prägen die Konsumaktivitäten. Schließlich sei noch darauf hingewiesen, dass auch für die Haushaltsproduktion und für ganz bestimmte dieser Produktionsaktivitäten bevorzugte und abgelehnte Zeiten existieren, sodass auch der Produktionsprozess einer sozialen und individuellen Zeitstruktur unterliegt, die nicht beliebig geändert werden kann.

Insgesamt bleibt festzuhalten, dass auch die Zeitallokationstheorie der Haushaltsproduktion relevante Merkmale der Konsumgüterproduktion und des Konsums in privaten Haushalten verfehlt. Dafür scheinen zwei – bereits bekannte – Ursachen hauptverantwortlich zu sein, einmal die strikte Parallelisierung von Unternehmung und Haushalt, zum anderen die Formalismuspräferenz, die zur Dominanz der formalisierten Methode gegenüber den zu analysierenden Inhalten führt. Hinzu kommt als dritte Ursache eine Oberflächlichkeit in der Zeitanalyse, die sich mit einer viel zu wenig differenzierten Betrachtung der Zeitverwendungsarten zufrieden gibt und insbesondere den möglichen Eigenwert der Zeit ignoriert. Weiter wird auch die soziale Struktur der Zeit missachtet. Beides zusammen bildet den *blinden Fleck der Zeittheorie* der Standardökonomik und der Neuen Haushaltsökonomik, der sich zwangsläufig aus einem rein quantitativ-mechanischen Zeitkonzept ergibt.

6.4 Fazit: Die Objekte des Konsums

Auch in der kritischen Auseinandersetzung mit standardökonomischen Güterkonzepten und ihren modernen Varianten wird deutlich, wie sehr die konsumtheoretischen Kategorien und Konzepte auf die preistheoretisch interessierte Modellierung von *Nachfrageverhalten* ausgerichtet sind. In dieser Hinsicht haben sie nicht nur ihre Berechtigung, sondern stellen auch – besonders in den Ansätzen Lancasters und Beckers – erhebliche Fortschritte im Bemühen dar, ein geschlossenes mikroökonomisches Theoriegebäude auch nachfrage- und konsumtheoretisch zu fundieren.

Obwohl Lancaster wesentliche neue Einsichten der Konsumtheorie entwickelt, bleibt er im Prinzip innerhalb der neoklassischen Analyse der Nachfrageentscheidung. Er macht

»im Grunde (...) den Versuch, durch Vorgabe »objektiver« technischer, formalisierbarer Parameter die Entscheidung zur »Reaktion« zu vereinfachen und somit vorhersagbar zu machen. Das Modell ist brauchbar zur Vorhersage der Nachfrage für eine Güterart, der Einführbarkeit neuer Varianten einer Güterart und der Auswirkungen von Preisveränderungen auf die Nachfrage nach einzelnen Gütern auf dem entsprechenden Markt« (Streissler 1974, 90 f.).

Auch Becker leistet erhebliche analytische Fortschritte für die Mikroökonomik. Das betrifft insbesondere die große Ausweitung möglicher Anwendungsfelder des ökonomischen Ansatzes, die Anwendung der Produktionstheorie auf den Haushalt, die Beschäftigung mit haushaltsinternen Entscheidungen sowie die endgültige Vertreibung der Präferenzen aus der ökonomischen Analyse. Schlösser betont:

»Die Verwendung des Humankapitalbegriffs im Becker-Modell erlaubt die Analyse von Phänomenen wie Drogenabhängigkeit, gesundheitsschädliche Lebensweise, Konzentration auf Hobbys und traditionsorientiertes Verhalten auf der Basis der mikroökonomischen Theorie. Dabei muss nicht auf den Wandel der Präferenzen zurückgegriffen werden, sondern die Akkumulation spezifischen Humankapitals bzw. die Zusammensetzung des Humankapitalstocks spielen den Schlüsselrolle in der theoretischen Analyse. (...) die Entwicklung der Haushaltsproduktionstheorie [muss] als großer theoretischer Fortschritt aufgefasst werden, denn sie hat die »black box« des privaten Haushalts geöffnet und damit die Wirtschaftswissenschaft den praktischen Problemen der Menschen wieder ein Stück näher gebracht« (Schlösser 1992, 100).

Auf der anderen Seite enttäuschen beide Konzepte dann, wenn man an *konsumtheoretischen* und, bezogen auf typische und reale Konsumverhältnisse *relevanten* Unterscheidungen und Modellen interessiert ist. Das zeigt sich schon an so elementaren Grundlagen wie dem Güterbegriff. Die wesentlichen Defizite, die herausgearbeitet wurden, liegen in nicht ausgewiesenen, impliziten, aber theoretisch bedeutsamen Bezügen auf gesellschaftliche und gesellschaftswissenschaftliche Grundannahmen sowie in einem ungeklärten Verhältnis von individualistisch-subjektivistischen und gesellschaftlich-objektivistischen Konzepten.

Schon die basalen Unterscheidungen freie / wirtschaftliche, öffentliche / private, substitutive / komplementäre und inferiore / superiore Güter können nicht ohne Rückgriff auf soziale Konventionen und reale Produktions- und Konsumverhältnisse definiert werden. Weil die Standardökonomik dies aber aus prinzipiellen disziplin- und theoriestrategischen Gründen ablehnt, greift sie meist nur unausgesprochen und unsystematisch darauf zurück.

Ein weiteres wesentliches Defizit liegt darin, dass externe Effekte des Konsums ausgeblendet werden. Denn die gesellschaftlich-politische Regulierung externer Effekte ermöglicht die herrschenden Konsummuster bei privaten Gütern überhaupt erst. Auch aus rein preistheoretischen Interessen kann dies nicht ausgeblendet werden, denn auf dem Umweg über das politisch definierte Verhältnis von internalisierten und externalisierten Kosten bei einzelnen Konsumgütern, Konsumgüterbündeln und Konsummustern werden selbstverständlich die Marktpreise, das System der relativen Preise und die privat zu tragenden Konsumnutzungskosten wesentlich beeinflusst.

Ganz abgesehen davon ignoriert die standardökonomische Konzeption privater Güter, dass es zu privaten und freiwilligen (!) Wiedereinblendungen externer Effekte kommt, etwa wenn sich Konsumenten für ökologischen, ethischen oder politischen Konsum entscheiden. Dies kann als individuelle Internalisierung von Externalitäten betrachtet werden, die zugleich sozial eingebettet und mitmotiviert sind. Die Standardökonomik muss in solchen Fällen zu Hilfskonstruktionen greifen, etwa zum ökologischen Zusatznutzen des Konsumgutes oder zum Altruismus als Argument in der Nutzenfunktion.

Insoweit die Standardökonomik den Haushalt als black box betrachtet, erscheint es verständlich, dass es sie nicht interessiert, ob und wie die marktlich definierten Güterkategorien auf den privaten Haushalt

anzuwenden sind. Das zeigt sich besonders bei der Unterscheidung öffentliche – private Güter. Auch die viel kritisierten Annahmen der Teilbarkeit und Homogenität verstellen eine differenziertere Sicht auf Entscheidungsprobleme der Konsumenten und wichtige Entwicklungstrends der Konsumstrukturen.

Aber selbst die modernen Konzepte von *Lancaster* und *Becker* leiden aus konsumtheoretischer Sicht unter erheblichen Mängeln. Zwar leisten sie Großes, wenn man sich für eine einheitliche und differenzierte mikroökonomische Theorie interessiert und engagiert, denn sie modellieren die internen Haushaltsstrukturen, die standardökonomisch bisher völlig ausgeblendet blieben. Außerdem tragen sie zur differenzierten Aufklärung des Konsumprozesses bei, weil sie zeigen, dass Konsum auch Produktion ist und man deshalb produktionstheoretische Konzepte auf ihn anwenden kann.

Dabei schießen sie, konsumtheoretisch betrachtet, aber weit über das Ziel hinaus. Insbesondere Becker und Stigler/Becker treiben die Universalisierung des ökonomischen Ansatzes und die Parallelisierung von Unternehmen bzw. Produktion und Haushalt bzw. Konsum so weit, dass die Eigentümlichkeiten des Konsums fast ganz verschwinden. Damit droht zugleich die Konsumtheorie zu verschwinden und durch die Produktionstheorie ersetzt zu werden. So werden wesentliche Differenzen zwischen Haushaltshandeln und Unternehmenshandeln eingeebnet, z. B. die begrenzte Substituierbarkeit persönlicher Leistungen und persönlicher Zeit im Haushalt. Das liegt nicht zuletzt daran, dass die Neue Haushaltsökonomik sich ganz traditionell auf Wahlentscheidungen konzentriert, das Endprodukt aller Haushaltsaktivitäten, die Haushaltsgüter, aber weitestgehend im Dunkeln belässt.

Diese analytische Lücke führt u. a. dazu, problematische Annahmen wie etwa die der objektiven Gütereigenschaften und ihrer Messbarkeit zu treffen und wesentliche Gütermerkmale, etwa deren »Schöpfung« durch soziale, kulturelle und individuelle Konstruktion, gar nicht erst wahrzunehmen. Damit gerät zugleich ein charakteristisches Merkmal der modernen Güterwelt aus dem Blick. Die Annahmen der objektiven Gütermerkmale, ihrer Messbarkeit und der interindividuell gleichen Präferenzen werden deshalb kaum reflektiert, weil sie für das produktionstheoretische Konzept essenziell sind. Fehlt eine dieser Voraussetzungen, bricht die Effizienzanalyse und damit der – aus standardökonomischer Sicht – entscheidende haushaltstheoretische Fortschritt in sich zusammen.

Erhebliche Mängel charakterisieren auch das *Zeitkonzept*. Die unterschiedlichen Arten von Zeit werden unklar abgegrenzt. Der Zeit wird jeder Eigenwert abgesprochen, sie wird neutralisiert und für die Produktion (oder Einkommenserzielung) instrumentalisiert. Damit bleibt die Grundorientierung von Haushalten konzeptionell auf Haushaltsgüter- oder Nutzenmaximierung beschränkt. Auf Zeitwohlstand ausgerichtetes Haushaltshandeln wird nicht zugelassen. Erheblicher Bedarf an analytischer Klärung herrscht auch hinsichtlich der Struktur von Zeit. Auch in der Neuen Haushaltsökonomik hat Zeit keine Struktur, weder eine soziale und kulturelle, noch eine familiale und personelle. Konsum und Konsumproduktion erweisen sich aber nicht nur als Zeit verbrauchend, sondern auch als durch und durch zeitlich strukturiert. In der Neuen Haushaltsökonomik fließen Zeitstrukturen aber allenfalls indirekt über die monetäre *Zeitbewertung* ein, weil die als Maßstab gewählten Einkommensausfälle je nach Tages- oder Wochenzeit unterschiedlich hoch sind. Diese objektivistische, an Marktdaten orientierte Form der Zeitbewertung schließlich wird der differenzierten subjektiven Wertschätzung von Tages- und Wochenzeit und bestimmten Zeitstrukturen überhaupt nicht gerecht.

7 Perspektiven der Konsumtheorie

7.1 Schwächen der Standardkonsumtheorie

Die kritische Revision der Fundamente der standardökonomischen »Konsum«-Theorie hat gezeigt, dass diese teils brüchig, teils schwammig und teils lückenhaft sind. Um im Bild zu bleiben: Dieser schwere Bauschaden erweist sich als die Folge von konzeptionellen und methodischen Baufehlern, die aus der Festlegung der Konsumtheorie auf die radikale standardmikroökonomische Modellarchitektur und Modellbaumethode entspringen. Die Standardökonomik verfolgt das Hauptziel, die Fundamente des konsumtheoretischen Bauteils fast um jeden Preis in die Schablone des gleichgewichtstheoretischen Plans einzupassen. Aus konsumtheoretischer Sicht kann man eine Liste der wichtigsten dabei entstandenen Baufehler aufstellen: die Reduzierung von Konsum auf isolierte individuelle Wahlhandlungen, die Exogenisierung ökonomisch relevanter Faktoren wie Bedürfnis und Nutzen und deren Verbannung aus der Analyse, die Ausblendung von wesentlichen Wechselwirkungen zwischen Produktion und Konsum, aber auch zwischen individuellem Konsum und Gesellschaft, darunter auch der wichtigen Verbundwirkung der Versorgung mit öffentlichen und privaten Gütern, die Subsumierung des Konsums unter die Denkfiguren der Produktionstheorie, die Engführungen der Konzepte Rationalität und Maximierung, insbesondere die Aussparung von Bedürfnis, Nutzen oder Präferenz aus der Reichweite rationaler Reflexion, und nicht zuletzt der aus der Priorität der mathematischen Methode gegenüber den konsumtheoretischen Inhalten folgende Reduktionismus und Naturalismus. Mag sich der konsumtheoretische Gebäudeteil auch funktional und ästhetisch gut in das Gesamtwerk der Preistheorie oder der Allgemeinen Gleichgewichtstheorie einfügen und von den benachbarten Bauteilen gestützt werden, seine Architektur und Statik reichen nicht dafür aus, als konsumtheoretisches Gebäude aus eigener Kraft und für sich allein zu stehen.

Im Folgenden fasse ich zunächst die zentralen Konstruktionsfehler der standardökonomischen Konsumtheorie zusammen; dann werde ich diskutieren, welche konzeptionellen Ansatzpunkte sich für den Umbau oder Neubau der Konsumtheorie anbieten.

Bereits die allgemeine Basis der standardökonomischen Konsumtheorie, gebildet von der Trias aus unbegrenzten Bedürfnissen, ewiger Knappheit und ständigem Wachstum, trägt nicht, weil Bedürfnisse und Knappheit keine exogenen, natürlichen Tatbestände sind, sondern Konstrukte von Ökonomie und Ökonomik, Gesellschaft und Geschichte. Die Standardökonomik modelliert sich Konsumenten und Konsum nach *ihrem* disziplin- und theoriestrategischen Bedürfnis, ohne auch nur den Versuch zu wagen, die Konsumtheorie so zu konzipieren, dass sie Konsum ökonomisch *erklären* könnte.

Da verwundert es wenig, wenn die Standardökonomik Konsumhandlungen weder als Prozesse betrachtet, noch ihnen Eigenwertigkeit zuspricht und sie ganz nach dem Vorbild der Produktion konzipiert. Dann unterscheidet sich Konsumentenrationalität nicht von der Rationalität des Unternehmers. In dieser Parallelisierung von Haushalt und Unternehmen liegt ein Leitmotiv der standardökonomischen »Konsum«-Theorie. Plurale Rationalitäten und Rationalitätskonflikte sind undenkbar, Machtfragen und Verteilungsfragen werden ausgeblendet. Das kulminiert in Beckers Erfindung des Familienoberhaupts, das als altruistischer *pater ex machina* die Nutzenfunktionen aller Haushaltsmitglieder in seiner eigenen vereinigt.

Auch die Grundkategorien Bedürfnis, Nutzen und Präferenzen werden Opfer der standardökonomischen Exogenisierungsstrategie. Dass Bedürfnisse, Nutzen und Präferenzen in einem sozial und ökonomisch strukturierten Raum und in zahlreichen Wechselwirkungen mit Produktion und Distribution von Konsumgütern stehen und darüber hinaus nur konsumhistorisch und konsumkulturell angemessen verstanden werden können, wird teils übersehen, teils bewusst ausgeblendet.

Die standardökonomische Nachfragetheorie will sich von den sozialen, historischen und ökonomischen »Einbettungen« von Konsum emanzipieren. Deshalb orientiert sie sich fast ausschließlich an der Maxime, ihre konsumtheoretischen Grundbegriffe von jeglichen Bezügen auf die Konsumwirklichkeit, insbesondere auf deren Interpretationen, zu befreien und »rein« ökonomische Begriffe zu konstruieren. Diese Strategie ökonomistischer Purifizierung gipfelt im Konzept der offenbarten Präferenzen, das reales Konsumhandeln mit den tatsächlichen Vorlieben oder Bedürfnissen der Akteure gleichsetzt. Der Preis für all diese analytischen Fortschritte liegt in der völligen inhaltlichen Entleerung der Grundbegriffe. Gerade das erleichtert es aber sehr, »Konsum«

– oder was davon trotz der säkularen Purifizierungsmaßnahmen standardökonomisch noch übrig geblieben ist – mit den konventionellen mathematischen Mitteln der Mikroökonomik darzustellen. Insofern hat sich der ökonomische Reduktionismus theorie- und methodenstrategisch durchaus ausgezahlt.

Dennoch versteckt sich hinter dieser Leerformelhaftigkeit ein normatives Fundament. Individuelle Bedürfnisse und subjektive Nutzen gewinnen für die Standardökonomik ihre Legitimation aus sich selbst heraus und Nutzenmaximierung wird in der traditionellen Variante mit Rationalität identifiziert. Sozialen oder ethischen konsumtiven *Normen* dagegen wird diese Kraft der Selbstlegitimation abgesprochen, sie können nicht aus sich selbst heraus gelten, sondern sie resultieren als nur scheinbar normatives Phänomen aus schlichten Kosten-Nutzen-Kalkülen, seien es individuelle oder kollektive. Konsumnutzen kann nicht negativ sein, Schäden durch Konsum werden also definitorisch und definitiv ausgeschlossen, Konsum wird mit Bedürfnisbefriedigung und Bedürfnisbefriedigung mit Konsum kurzgeschlossen (Konsum-Befriedigung-Kurzschluss).

Eine differenziertere Analyse der Konsumgüterseite und ein besseres Verständnis der Quellen der Bedürfnisbefriedigung erreicht das Konzept der Gütercharakteristika. Eng damit verbunden gelingt der Neuen Haushaltsökonomik ein völlig neuer Blick auf den Haushalt als Produktionsstätte für Konsumgüter. Das muss als wesentlicher theoretischer Fortschritt gewertet werden, weil dies die black box des Haushaltes öffnet. Dennoch greifen auch hier grundlegende Einwände. Beide Konzepte arbeiten mit verdeckten gesellschaftlichen Annahmen und mit einer ungeklärten Mischung aus individualistischen und gesellschaftlichen sowie subjektivistischen und objektivistischen Konzepten. So verfolgt Becker mit seinem Präferenzkonzept im Grunde einen objektivistischen Weg, denn er erklärt Präferenzen zu stabilen und interindividuell gleichartigen Universalien. Ähnlich entpuppt sich auch der Ansatz der Gütercharakteristika als objektivistisch, denn er unterstellt, Konsumgüter hätten objektive, messbare Eigenschaften und nur diese seien für die ökonomische Analyse relevant. Auch das zu Grunde liegende Zeitkonzept verwendet objektivistische Bewertungsmaßstäbe, indem es Haushaltsproduktions- und Konsumzeit mit Marktlöhnen bewertet.

Nimmt man das Ziel einer ökonomischen Modellierung und Erklärung des *Konsums* als Maßstab der Kritik, muss man feststellen, dass es

der Standardökonomik nicht gelungen ist, eine umfassende und differenzierte Konsumtheorie zu entwickeln. Warum ist sie daran gescheitert? Warum arbeitet sie mit einer eng beschränkten Fragestellung und reduktionistischen Begriffen? Was veranlasst sie zu einer Selbstschrumpfung auf eine reine Nachfragetheorie? Woher kommt die splendid isolation der Konsumökonomik?

Die einfache Antwort lautet: Die Standardökonomik hat sich nie dafür interessiert, Konsum ökonomisch zu erklären, sie ist *konsumtheoretisch desinteressiert*.³⁷⁹ Ihr säkulares Interesse galt und gilt vielmehr einer problemlosen Integration des Konsums in das mikroökonomische Theoriegebäude, und das gelingt offensichtlich am besten, indem man Konsum konzeptionell der Produktion assimiliert (Fine/Leopold 1993, 18) und auf diesem Wege als spezifischen Handlungstypus eliminiert. Deshalb reduziert die traditionelle Standardmikroökonomik Konsum auf Nachfrage. Deshalb wird auch die Haushaltsproduktionstheorie als großer theoretischer Fortschritt gefeiert, denn sie erlaubt einen weiteren großen Schritt in *diese* Richtung. Zwar bricht die Neue Haushaltsökonomik den traditionellen Kurzschluss Nachfrage – Konsum auf, indem sie die Produktionsperspektive nicht nur auf das Konsumkalkül, sondern auch auf die Konsumaktivitäten des Haushalts anwendet. Dafür zahlt sie jedoch den Preis, den traditionellen Kurzschluss Nachfrage – Konsum durch den modernen Kurzschluss Produktion – Konsum zu ersetzen.

Worin liegt der Gewinn der standardökonomischen Strategie? Er besteht im Aufbau eines eleganten, inhaltlich in sich geschlossenen und logisch überzeugenden, formal beeindruckenden und ästhetisch befriedigenden mikroökonomischen Gesamtmodells, das sogar Soziologen tiefen Respekt einflößt: »Das Lehrgebäude der Mikroökonomie ist von bewundernswerter Konsequenz und Klarheit« (Berger 1999, 311).

Der Verlust, der mit diesem Forschungsprogramm verbunden ist, liegt in der Beschränkung des Erkenntnisinteresse und der Halbierung der Ökonomik: Sie gibt ihren *Erklärungsanspruch* zu Gunsten der Geschlossenheit des allgemeinen Gleichgewichtsmodells auf und reduziert

379) Dieses Desinteresse pflegt die Standardökonomik auch angesichts der jüngsten Flut von sozialwissenschaftlichen Veröffentlichungen zu Konsumthemen, »not least because the new literature tends to be interpretative where individuals or identity are concerned and systematic when seeking an understanding in the form of consumerism, consumer society or whatever« (Fine 1999, 419). Die sozialwissenschaftliche Konsumforschung begegnet der Konsumökonomik nicht weniger desinteressiert als umgekehrt.

sich auf den Anspruch der *Prognose* durchschnittlichen Konsumverhaltens. Das standardökonomische Forschungsprogramm versucht, den unüberwindbaren Widerstreit zwischen den Zielen Wirklichkeitsnähe und Einfachheit bzw. Eindeutigkeit der theoretischen Analysen einseitig zu Gunsten von Sparsamkeit und Stringenz aufzulösen. Das ist die Stärke der Standardökonomik und zugleich ihre Schwäche (Streissler/Streissler 1966, 48). Sie gibt den Anspruch auf, eine ökonomische *Konsumtheorie* zu entwickeln, die mehr umfasst und erklärt als nur die Konsumgüternachfrage und die Zeitallokation in der Haushaltsproduktion.

Man kann als Erklärung dafür eine Reihe von Faktoren anführen. Dazu zählen z. B. die ideologische Basis im Liberalismus/Individualismus und ihr methodisches Pendant, der methodologische Individualismus, oder das mangelnde empirische Interesse, das die eigenen, prä-empirischen Annahmen gegen Falsifizierung schützt. Entscheidend dürfte es aber sein, dass die Standardmikroökonomik nie ein originäres Interesse an Konsum als Forschungsgegenstand hatte, sondern nur ein abgeleitetes Interesse verfolgte. Die Standardökonomik zwingt die Konsumtheorie in eine dienende Funktion für Preistheorie und Gleichgewichtstheorie; in der Hierarchie der Theoriegebiete gebührt ihr nur eine subalterne Stellung. Standardmikroökonomik wollte und will die Haushaltstheorie so zurichten, dass sie als Baustein in die Allgemeine Gleichgewichtstheorie passt, ohne dort wesentliche Umbauten zu erfordern. Alle ökonomischen – und erst recht alle nicht-ökonomischen – Aspekte von Konsum, die dabei inhaltlich oder methodisch stören, mussten und müssen eliminiert werden. Die dafür verwendeten Konzepte und Techniken sind in dieser Arbeit ausführlich kritisiert worden.

Untrennbar mit der gleichgewichtstheoretischen Vereinnahmung der Konsumtheorie verbunden fordert die Methode der mathematischen Darstellung – die zur *Conditio sine qua non* und zum *Nonplus-ultra* der ökonomischen Analyse erhoben wurde – ihren analytischen Tribut, indem alle Phänomene und Probleme des Konsums, mögen sie für dessen Erklärung noch so relevant sein, dann aus der Konsum- bzw. Nachfragetheorie ausgeschlossen werden müssen, wenn sie nicht quantifizierbar sind. Darüber hinaus impliziert die der Physik der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts entlehnte mathematische Kernmetapher der Standardökonomik, das Gleichgewicht, einen durch und durch mechanistischen Erklärungsansatz (Mirowski 1988, 150–154). Aber we-

der Konsum noch Nachfrage lassen sich mit mechanistischen Modellen erklären.

Dieser rein methodisch motivierte Ausschluss trifft nun auch eine Reihe von *ökonomisch* relevanten Aspekten von Konsum, die von erheblicher Bedeutung für dessen Beschreibung und Erklärung sind. Dazu gehören die *Struktur und Qualität* des Konsums, der Konsumgüterproduktion und der Versorgung mit Konsumgütern, die soziale und individuelle *Konstruktion und Interpretation* der materialen und symbolischen Gebrauchswerte der Konsumgüter, auf Grund derer diese überhaupt erst nachgefragt werden, die ökonomisch entscheidenden *Wechselwirkungen* zwischen Produktion und Konsum, aber auch die zwischen Konsument und Gesellschaft, und schließlich die *Soziabilität* allen Konsums.

Der aus konsumtheoretischer Sicht grundlegende Mangel der Standardmikroökonomik, die Ignorierung *des Sozialen im Konsum*, manifestiert sich auf den drei Ebenen der interaktiven Dimension des Konsums (Interaktion), den sozialen »Gussformen« des Konsumhandelns (Sozialstruktur) und der normativen Orientierung des Konsums (Normativität) (vgl. Berger 1999, 309 f.). Das vielfältige Set möglicher Konsumhandlungen gilt standardökonomisch als gegeben; die Individuen wählen daraus nach rationalen Maßstäben eine Konsumhandlung aus.

Konsumtive *Interaktion*, also eine wechselseitige, durch Kommunikation vermittelte, am Konsum orientierte Beziehung zwischen Individuen und Gruppen, aus der sich eine wechselseitige Beeinflussung von Bedürfnissen, Nutzensvorstellungen und Konsumhandlungen ergibt, mag vorkommen, wird aber als standardökonomisch irrelevant erklärt. Auf der ersten Ebene, der Interaktion, bleibt so unerkannt, dass die Konsumhandlungen Elemente von sozialen Beziehungen sind, die diese Handlungen erst ermöglichen und innerhalb derer eine Konsumhandlung als eine solche interpretiert und bestimmten Akteuren zugeschrieben wird (vgl. Berger 1999, 314). So macht beispielsweise erst die personale soziale Beziehung zwischen Eltern und Kindern in einer Familie aus der Konsumhandlung, eine gemeinsam hergestellte Mahlzeit einzunehmen, etwas spezifisch anderes als aus der gleichen Handlung im Restaurant, wo dem Konsumgut Mahlzeit vor allem eine durch das Entgelt geprägte soziale Beziehung zu Grunde liegt. Die Interaktionsmuster und der Beziehungskontext von Konsumhandlungen sind damit ökonomisch relevant, denn sie machen aus material identischen Konsum-

gütern und Konsumprozessen sozial *und* ökonomisch unterschiedliche. Diese Einsicht verfehlt die standardökonomische Konzeption des Konsums systematisch, weil ihr materialistisch-objektivistisches und technizistisches Vorgehen diesen Aspekt nicht zu erfassen vermag.

Konsum hat zweitens eine soziale Struktur, die eng mit der *Sozialstruktur* einer Gesellschaft zusammenhängt (vgl. z. B. Bourdieu 1993/1979). So werden nicht nur ganz allgemein in einer bestimmten Gesellschaft mögliche und zulässige Konsumhandlungen sozial definiert, sondern auch die für eine bestimmte soziale Konsumentengruppe und die ihr angehörenden einzelnen Konsumenten erreichbaren und schicklichen Konsumhandlungen bestimmt und beschränkt. Es entstehen sozial definierte, sich mehr oder weniger deutlich gegeneinander abgrenzende Konsumsets. So prägt die Relation Sozialstruktur – Konsumset die individuellen und kollektiven Konsumhandlungen und die in ihnen verwendeten Konsumgüter, was als konsumtiver Ausdruck auf die soziale Position der Konsumenten zurückwirkt und sie bestärkt oder schwächt. Umgekehrt wirken die Konsumhandlungen und Interpretationen auf die Definition der Konsumsets zurück. Ob diese sozialstrukturellen Prägungen von Konsum tatsächlich tendenziell stark abnehmen oder fortbestehen und sich nur differenzieren oder stärker verbergen, kann hier dahingestellt bleiben.

Entscheidend ist: Man kann so etwas wie »soziale Konsumpositionen« definieren, die typischerweise mit bestimmten sozialen Positionen verknüpft sind (ohne dass man sich deshalb gleich auf deterministische Konzepte einlassen müsste). Solche sozialen Konsumpositionen machen sich vor allem an »Großgütern« wie Wohnform, Urlaubsform und Automobil fest, drücken sich aber auch in zahlreichen anderen Konsumbündeln und deren Differenzierung wie z. B. Kleidung, Wohnungseinrichtung, Freizeitgestaltung oder Nahrungsmittel aus. Hinzu kommt, dass es neben dieser vertikalen Struktur von Konsumpositionen offensichtlich auch eine vertikal integrierte Struktur von konsumtiven Versorgungssystemen gibt, etwa das System der Bekleidung oder der Lebensmittel (Fine/Leopold 1993; vgl. 7.2.2.2). Konsumökonomik muss sich damit auseinander setzen, ob die Vorstellung sozialer Konsumpositionen aufrechterhalten werden kann und welche Eigenschaften sie typischerweise haben. Dann müsste untersucht werden, welche sozialen und ökonomischen Eigenschaften die Konsumenten haben, die die sozialen Konsumpositionen »besetzen« (darunter auch ihr »Humankonsum-

kapital« als die Fähigkeit, mit den Konsumpositionen angemessen umgehen zu können). Schließlich wäre zu klären, wie der Marchingprozess funktioniert, mit dem die Konsumpositionen auf die Inhaber oder die Inhaber auf die Konsumpositionen verteilt werden (vgl. Berger 1999, 316). Noch wichtiger ist es, die Relation Sozialstruktur – Konsumset als einen relevanten konsumökonomischen Faktor zu betrachten, ohne den sich reales Konsumhandeln kaum sinnvoll erklären lässt. Dabei kann sicher auch auf konsumökonomische Arbeiten von Veblen und seinen Nachfolgern zurückgegriffen werden (vgl. 7.2.1.1.2). Die entscheidende Frage lautet, wie sehr Konsumtheorie auf den *Aspekt Struktur* umgestellt werden muss, sei es etwa als Struktur von sozialen Konsumpositionen oder von Konsumgütersystemen, die Produktion, Distribution und Konsum einer Gütergruppe umfassen.

Auf der dritten Ebene geht es um die *Normativität* des Konsums. Soziales Handeln hat unausweichlich eine normative Komponente, die schon die Situationsdefinition und erst recht die Wahl einer Handlung in einer Situation prägt (Berger 1999, 317). Konsum ist nach der oben entwickelten Argumentation immer auch sozial geprägtes, meist sogar als Interaktion überwiegend sozial geprägtes Handeln. Schon deshalb kann Konsumhandeln nicht einfach aus dem Motiv der reinen Interessenrationalität heraus verstanden werden. Die Standardökonomik versucht aber gerade, das Normativitätsproblem zu lösen, indem es Normen aus der Interessenrationalität heraus erklärt. Danach ist das Motiv, normgerecht zu handeln, nichts als ein interessenrationales Kalkül, bei dem schlicht die »Kosten« einer Regelverletzung in Rechnung gestellt werden. »Psychische Kosten« wären dann etwa die explizite oder implizite Kritik, auf die umweltschädigendes Konsumhandeln im umweltengagierten Freundeskreis trifft. Das beschreibt sicher *ein* typisches Motiv der Normeinhaltung im Konsumbereich. Andererseits kann das Motiv aber selbst normativer Natur sein, weil die Norm, z. B. des umweltgerechten Einkaufens, vom Konsumenten als Selbstwert betrachtet und unabhängig von Kosten-Nutzen-Kalkülen zum eigenständigen Standard des eigenen Verhaltens gemacht wird (vgl. Berger 1999, 321). Eigenwertige Normorientierung des Konsumhandelns aber stellt die universelle Geltung des Nachfragegesetzes in Frage.

Dies alles unterstreicht, dass eine ökonomische Konsumtheorie, die nicht in der Lage oder nicht willens ist, die gesellschaftliche und ökonomische Einbettung von Konsum wahrzunehmen, insbesondere in sozi-

ale und ökonomische Strukturen, in konsumtive Wechselwirkungen sowie in die gesellschaftliche Konsuminterpretation, und sie als wesentliches Element von Konsum in ihre Erklärungsversuche zu integrieren, zentrale *und* ökonomisch relevante Aspekte modernen Konsums verfehlt. Die Mängel kulminieren in der Unfähigkeit der Standardökonomik, *die* fundamentale Konsumententscheidung befriedigend zu erklären; Unter welchen Bedingungen gehen Konsumenten zur Befriedigung ihrer Bedürfnisse an den Markt und wann tun sie dies nicht (Marktnutzungswahl)? Unter welchen Bedingungen und wozu nutzen sie die Institution Markt, wann und wozu andere Institutionen wie den Privathaushalt, den Anstaltshaushalt oder die Gemeinschaft? Die einschlägigen Erklärungen, die aus Kosten-Nutzen-Kalkülen resultierende Entscheidungen des Haushalts über Eigenfertigung oder Fremdbezug von Konsumgütern anführen, verfehlen den Kern der Sache: die (möglichen und realen) Eigenwertigkeiten der Konsumarbeit und der Institutionen der Güterversorgung. Solche Grundentscheidungen lassen sich nur erklären, wenn man neben rationalen individuellen Wahlhandlungen auch ökonomisch-strukturelle *und* gesellschaftlich-kulturelle Faktoren *und* deren Wechselwirkungen berücksichtigt.

Um die konsumtheoretischen Mängel und Erklärungsdefizite der Standardmikroökonomik zu vermeiden, reichen einige Sanierungsarbeiten, die das standardökonomische Modellgebäude hier und da reparieren und modernisieren, nicht aus. Vielmehr muss eine neue, sozialökonomisch fundierte Grundstruktur für eine Konsumtheorie entworfen werden, die die bisher missachteten Aspekte Historizität, Soziabilität, Strukturiertheit, Prozesshaftigkeit und Qualität aufgreift, theoretisch durchdringt und in die Konsumtheorie integriert. Es ist zu vermuten, dass dieser Neuanfang weder mit den bisherigen Methoden der Mathematisierung allein, noch mit dem Ansatz des methodologischen Individualismus erreicht werden kann. Auch scheint sicher zu sein, dass eine solche sozialökonomische Konsumtheorie ihre Anschlussfähigkeit an das Gebäude der Allgemeinen Gleichgewichtstheorie verliert. Darin liegt aber keineswegs ein Mangel, sondern eher ein Vorteil. Im Wettbewerb der Konzepte müsste sich dann zeigen, welcher Ansatz Konsum besser erklären kann. Im Übrigen kann man sich angesichts des Verlustes an Anschlussfähigkeit und Stringenz und angesichts der ungewohnten theoretischen Pluralität in der Konsumökonomik ein wenig damit trösten, dass man im Falle einer einzigen aner-

kannten Konsumtheorie all zu viele *ceteris paribus* schlucken müsste (Fine/Leopold 1993, 4).

Die Entwicklung einer sozialökonomischen Konsumtheorie bedeutet eine starke Herausforderung. Das liegt nicht nur an den Schwierigkeiten eines theoretischen Neuanfangs, an der hohen Komplexität der konsumtheoretisch relevanten Faktoren und an den Problemen, die mit der Öffnung gegenüber anderen Sozialwissenschaften verbunden sind. Die Herausforderung besteht vor allem darin, eine Konsumtheorie zu entwickeln, die sich gegenüber einer äußerst elaborierten und inzwischen auch differenzierten standardökonomischen Theorie Geltung verschaffen muss. Hinzu kommt, dass sie wissenschafts- und disziplinpoltisch mit einer schier unendlichen Übermacht der Standardökonomik konfrontiert ist. Bedenkt man, welch ungeheure kollektive Anstrengung zum heutigen, hoch entwickelten Stand der standardökonomischen Theorie geführt hat und welch unvorstellbare finanzielle, organisatorische, personelle und zeitliche Ressourcen in das Projekt Standardökonomik in den vergangenen 120 Jahren geflossen sind, erscheinen die Chancen für heterodoxe Ansätze zunächst als sehr gering. Bedenkt man andererseits, wie brüchig die Fundamente der standardökonomischen Konsumtheorie sind, liegt in der Entwicklung eines alternativen Konzeptes nicht nur ein hoher Reiz, sondern auch eine wichtige Aufgabe. Perspektiven einer Neuen Konsumtheorie werden in den folgenden Überlegungen skizziert.

7.2 Anfänge einer Neuen Konsumtheorie

Welche konzeptionellen Startpunkte sind – vor dem Hintergrund der in diesem Buch entwickelten Kritik – für eine Grundsanierung der Konsumtheorie oder den Aufbau einer Neuen Konsumtheorie geeignet?

Grundsätzlich kann man zwei Alternativen unterscheiden. Entweder wählt man fortgeschrittenere *ökonomische* Konzepte, die die Standardökonomik, und damit direkt oder indirekt die Konsumtheorie, einer mehr oder weniger radikalen Revision unterziehen. Angesichts der fundamentalen Schwächen der standardökonomischen Konsumtheorie bedeutet die Wahl dieser Alternative, sich für einen *ökonomikinternen Revisionismus* zu entscheiden (7.2.1). Zu suchen sind dann vor allem leistungsfähige heterodoxe Konzepte, die der Standardökonomik konsum-

theoretisch aktuell oder potenziell überlegen sind. Oder man präferiert dezidiert *sozialwissenschaftliche* Konzepte, die davon ausgehen, dass die Ökonomik aus eigener Kraft keine angemessenen Konzepte von Akteur, Handlung und Konsum entwickeln kann und dass man deshalb eine interdisziplinäre oder transdisziplinäre Konsumtheorie aufbauen muss. Diese Wahl würde bedeuten, sich auf Grund der in dieser Arbeit begründeten Dekonstruktion der standardökonomischen Konzepte für eine *sozialwissenschaftliche Neukonstruktion* der Konsumtheorie zu entscheiden (7.2.2); solche Denk- und Forschungsrichtungen können hier nur sehr kurz skizziert werden.³⁸⁰

Angesichts meiner betont ökonomikkritischen Argumentation im vorliegenden Buch werde ich einige ökonomikaffine Konzepte vorstellen, um zu zeigen, dass es leistungsfähige *ökonomische* Alternativen (oder Anschlussalternativen) zur Konsumtheorie der Standardökonomik gibt. So gesehen dienen die folgenden Überlegungen zwei Zielen: die hier ausgewählten Konzepte für eine tiefer gehende kritische Analyse aus konsumtheoretischer Sicht vorzuschlagen und zur aktiven Suche nach weiteren alternativen konzeptionellen Startpunkten zu motivieren. In diesem Text beabsichtige ich weder eine vollständige Sichtung aller möglicherweise relevanten alternativen Ansatzpunkte noch deren kritische Analyse; das wäre Thema einer ganz neuen Arbeit. Aus diesem Grund bleiben hier auch die wichtigen wachstums- und konsumkritischen Analysen unberücksichtigt, die in der angloamerikanischen Konsumtheorie diskutiert werden³⁸¹ und die in Deutschland vor allem aus dem Umfeld von Gerhard Scherhorn hervorgegangen sind³⁸², sowie die empirische Konsumentenforschung, die sich z. B. um das Journal of Consumer Research und das Journal of Consumer Policy zentriert.

380 Insbesondere gehe ich hier nicht auf die konsumtheoretischen Chancen ein, die die Neue Wirtschaftssoziologie bietet. Für das Thema Konsum und insbesondere die soziale Einbettung von Konsum bearbeitende Analysen aus diesem Feld seien exemplarisch DiMaggio/Louch 1998, Frenzen/Davis 1990, Frenzen/Hirsch/Zerrillo 1994, Granovetter/Soong 1986 und Maxwell 1999 genannt.

381 Vgl. z. B. Crocker 1998; Daly 1998; James 2000; Lichtenberg 1998; Nash 1998; Schor 1998; Segal 1998; Sen 1998.

382 Vgl. z. B. Neuner/Reisch 1998; Reisch/Scherhorn 1999; Scherhorn 1994, 1994a, 1994b, 1995; Scherhorn/Reisch/Raab 1990; siehe auch Zinn 1999.

7.2.1 Konsumökonomischer Revisionismus – und darüber hinaus

Worauf kann sich die Strategie eines *ökonomischen Revisionismus* stützen? Ich sehe vor allem in der institutionalistischen Ökonomik viel versprechende Ausgangspunkte³⁸³ für eine tragfähige Konsumtheorie: den so genannten »Alten« oder *Amerikanischen Institutionalismus* (vgl. Hodgson 1998) und die Grundideen des französischen *Konventionismus*³⁸⁴ (vgl. Wilkinson 1997). Beide Ansätze wurden in der akademischen Ökonomik Deutschlands bisher kaum rezipiert, am wenigsten der Konventionismus. Die institutionalistische Alternative will ich hier knapper skizzieren (7.2.1.1), ohne sie damit als nachrangig bewerten zu wollen. Ich konzentriere mich stärker auf die Chancen des Konventionismus (7.2.1.2), nicht zuletzt, um ihn überhaupt als eine relevante konsumtheoretische Alternative in die Diskussion einzuführen.

7.2.1.1 Gewohnheit und Institution

7.2.1.1.1 Zu den Grundideen des Institutionalismus

Im Zentrum des Amerikanischen Institutionalismus, nachfolgend kurz *Institutionalismus* genannt, stehen die Konzepte Gewohnheit und Institution (vgl. zum Folgenden Hodgson 1998 und 2000)³⁸⁵. Klassiker des Institutionalismus sind Thorstein B. Veblen, Wesley C. Mitchell sowie John R. Commons und John Maurice Clark; zu den »jüngeren« Institutionalistinnen zählen z. B. John Kenneth Galbraith, Adolph Lowe,

383 Die *psycho-social-anthropo-economics* von George A. Akerlof (1984) lasse ich hier unberücksichtigt; sie verdient eine genauere Würdigung, für die hier nicht der Platz ist. (vgl. auch das Akerlof-Interview in Swedberg (1990, 61–77)). Akerlofs Ansatz der Psycho-sozio-anthropo-Ökonomik bearbeitet ein zentrales Defizit der Standardökonomik, ihre Ignoranz gegenüber anderen Sozialwissenschaften, indem er in ökonomische Modelle relevante Ergebnisse anderer Disziplinen einführt und sozialen Faktoren eine Schlüsselrolle zuweist. Durch solche – für die Ökonomik neuen – Verhaltensannahmen können eine Reihe von ökonomischen Problemen besser gelöst werden als bisher; das zeigt Akerlof insbesondere an arbeitsökonomischen Problemen (vgl. Akerlof 1980 und 1982). Besonders folgenreich – und aufschlussreich für die Konsumtheorie – waren Akerlofs informationsökonomische Analysen (1970), durch die das bisher tabuisierte Thema Information in der Ökonomik erstmals ernsthaft diskutiert wurde.

384 In der französischsprachigen Literatur wird dieser Ansatz als *l'économie des conventions*, *approche conventionniste*, *l'école conventionniste* oder *l'école des conventions* bezeichnet. Ich wähle die Bezeichnung *Konventionismus*, um damit den ökonomischen oder soziologischen »Konventionalismus« vom philosophischen zu unterscheiden.

385 Vgl. zu den unterschiedlichen Institutionismen auch Reuter 1994 und 1996; Gruchy 1987; Katterle 1990 und 1991. Gute, knappe Einführungen geben Kapp 1976 und Hodgson 1994, ausführlicher Reuter 1996; breiter Überblick bei Samuels 1988.

Geoffrey M. Hodgson, William M. Dugger und Warren J. Samuels sowie u. a. David Hamilton, Marc R. Tool und Paul D. Bush³⁸⁶. Der Institutionalismus stellt eine recht heterogene Strömung dar, die auf einer gemeinsamen Forschungsorientierung und gemeinsamen Themen gründet (Samuels 2000, 312). Institutionalisten betrachten die Ökonomie als ein, sich in der historischen Zeit entwickelndes und weiterentwickelndes Subsystem des sozio-kulturellen Systems; in der Ökonomie reproduzieren sich viele der Hauptmerkmale der Gesellschaft, in die sie eingebettet ist; zu den ökonomisch wichtigen kulturellen Faktoren zählen insbesondere wissenschaftlicher Fortschritt und technischer Wandel (Gruchy 1987, 2). Verglichen mit der Standardökonomik bezieht der Institutionalismus drei wesentlich abweichende Standpunkte, die man unter dem Begriff Prozessorientierung zusammenfassen kann (S. 4 f.). Erstens konzipiert er das ökonomische System eines jeden Landes als historisch-kulturell geprägt, kulturell kohärent und einzigartig. Zweitens interessiert er sich für die Ursachen des Entwicklungsprozesses ökonomischer Systeme. Drittens betont er die Bedeutung von sozialen Werten für das ökonomische Leben. Diese theoretische Konzeption betont nicht nur die Wechselwirkungen zwischen Ökonomie und Gesellschaft, sondern geht davon aus, dass eine angemessene Erklärung ökonomischer Phänomene und Probleme nur dann möglich ist, wenn nicht ökonomische gesellschaftliche Faktoren berücksichtigt werden (S. 7). Als den Kern des Institutionalismus kann man die paradigmatische Kurzformel »ökonomischer Prozess als soziokulturelles Produkt« betrachten. Wendet man dieses Paradigma reflexiv und als Kritik auf die Ökonomik an, zeigt sich, »dass die Wirtschaftswissenschaften selbst kulturbedingt und in enger Verbindung mit der Kulturgeschichte des Westens zu sehen sind« (Bürgenmeier 1994, 49).

386 Bedeutende europäische Verrieter sind K. William Kapp und Gunnar Myrdal, Warren J. Samuels (2000, 305) beklagt die heutige Randstellung des Institutionalismus (selbst für die USA, wo es eine lange, breite und – relativ – starke institutionalistische Tradition gibt): »It has gone from being a more or less organized part of the discipline and practice of economics to a marginalized heterodox status, and from being part of the mindset and work of many, if not most, economists to being the specialized school for some economists and latent in the work of some specialists in specialized fields«. Samuels (S. 312–314) kritisiert scharf das gegenwärtig herrschende institutionalistische Sektiererium, die theoretischen Schwächen des jüngeren Institutionalismus und seine geringe Innovationskraft. Der Institutionalismus hat viele Gemeinsamkeiten mit der Evolutionären Ökonomik, dem Postkeynesianismus und der französischen Regulationstheorie – also mit anderen heterodoxen und randständigen Ökonomiken.

Die Kernideen des Institutionalismus konzentrieren sich auf Institutionen, Gewohnheiten³⁸⁷, Regeln, Kultur sowie Evolution, Kognition und Lernen. Seine Aufmerksamkeit gilt der Wechselwirkung zwischen sozialen Institutionen und menschlichem Handeln. Damit geht es auch um das Problem, wie sich Machtverteilung und Rechtssystem auf ökonomische Transaktionen auswirken; Macht ist ein Hauptthema des Institutionalismus (Stanfield 1999, 252). Die institutionalistische Analyse von Macht und Ungleichheit in der Ökonomie mündet in Forderungen nach ökonomischer Demokratie und ökonomischem Pluralismus (Samuels 2000, 313) sowie nach demokratischer Wirtschaftsplanung (Reuter 1994, 14–16).

Institutionen sind Schlüsselemente jeder Ökonomie; sie werden als relativ verbreitete, integrierte und dauerhafte Denk- oder Handlungsweisen begriffen, die in Gruppengewohnheiten oder Bräuche von Menschen eingebunden sind. Der Institutionalismus vertritt eine Konzeption gewohnheitsbasierten Handelns und analysiert, wie Ensembles von allgemeinen Gewohnheiten spezifische soziale Institutionen entstehen lassen, in sie eingebunden sind, von ihnen verstärkt werden und diese zugleich aufrechterhalten. Zwischen Institutionen und Gewohnheiten herrscht ein Verhältnis wechselseitiger Beeinflussung. Institutionalisten kehren hier das standardökonomische Erklärungsmuster um, das Gewohnheiten als Ergebnis rationaler Wahl sieht; sie erklären vorfindbare Muster rationaler Wahl dagegen auf der Grundlage von Gewohnheiten, ohne dabei den Einfluss von Intentionalität, Innovation und Kreativität zu verneinen.

Institutionalistische Ökonomen arbeiten bevorzugt interdisziplinär und beziehen vor allem psychologische, anthropologische und soziologische Forschungsergebnisse über menschliches Handeln in ihre Forschungen ein. In dieser Sicht erscheinen z. B. Preise als soziale Konventionen, die durch Gewohnheiten verstärkt und in spezifische Institutionen eingebettet werden. Preise bilden sich nicht einfach »in Märkten«, sondern ergeben sich aus den Marktstrukturen *und* den den Markt prägenden korporativen Organisationen. Damit sind Preise institutionen- und pfadabhängig, haben also eine starke soziale und historische Di-

387 Ekkehart Schlicht legt eine Skizze eines mehr mainstreamaffinen Konzepts von Gewohnheit vor, das – ohne sich auf den Alten Institutionalismus zu beziehen – Gewohnheit als das Fundament ökonomischer und psychologischer Prozesse betrachtet und fordert, die Wechselwirkung zwischen Gewohnheit und Ökonomik zu analysieren (Schlicht 1993).

mension. Da alle ökonomischen Phänomene in der Perspektive ihrer Soziabilität bzw. Institutionalität und Historizität analysiert werden, arbeiten InstitutionalistInnen bevorzugt komparativ und mit historischen Daten.

Methodologisch und rhetorisch hat der Institutionalismus eine relativ hohe Affinität zur Biologie, insbesondere zur Evolutionsbiologie. Er unterscheidet sich damit klar vom Physikalismus der Standardökonomik. Deshalb setzt er an die Stelle des standardökonomischen Universalismus das Grundkonzept einer Wechselwirkung zwischen dem ökonomisch Spezifischen und dem Universalen. So wird die Formbarkeit und Formung von Individuen und Präferenzen zum Thema der Ökonomik, statt sie einfach als gegeben vorauszusetzen. Da sie nicht zuletzt durch ökonomische Einflüsse geformt werden, sind Individuen und Präferenzen *endogene* Variablen der Ökonomie (vgl. auch Bowles 1998).

Das wichtigste Charakteristikum des Institutionalismus ist die Idee, dass das Individuum gesellschaftlich und institutional konstituiert ist (Hodgson 2000, 327); diese Akteurskonzeption drücken Begriffe wie *institutional man* (John R. Commons) oder *homo culturalis* (Allan Gruchy) treffend aus (vgl. Katterle 1991, 138 f.). Aus dieser Perspektive verkörpert der Institutionalismus eine kulturalistische Kritik der Standardökonomik (Stanfield 1999, 245). Das Verhalten des *homo culturalis* ist ein Produkt seiner kulturellen Umwelt, ihrer Ideen, Haltungen und Werte; es resultiert aus seiner biologischen Natur, den emotionalen Trieben seiner weitgehend gewohnheitsgeprägten Natur und der Anwendung von ein wenig kritischer Untersuchung mit Hilfe des Verstandes, die aber mit wachsendem Einfluss von Wissenschaft und Technik an Gewicht zunimmt (Gruchy 1987, 4). Ökonomisches Handeln findet danach in einer Ökonomie statt, die eingebettet ist in reale kulturelle Verhältnisse, die ökonomisches Handeln formen. Daraus entsteht eine Wechselwirkung zwischen Struktur und Handlung, wie Hodgson betont:

»By institutions, individuals are not merely constrained and influenced. Jointly with our natural environment and our biotic inheritance, as social beings we are *constituted* by institutions. They are given by history and constitute our socio-economic flesh and blood. This proposition must cohabit with the (...) notion that institutions, knowingly or unknowingly, are formed and changed by individuals« (Hodgson 1998, 189).

Von den Akteuren aus betrachtet haben Institutionen ein subjektiv-objektives Doppelgesicht: »Institutions are both ›subjective‹ ideas in the heads of agents and ›objective‹ structures faced by them« (Hodgson 1998, 181). Der Institutionalismus setzt an die Stelle des methodologischen Individualismus und der Gleichgewichtsanalyse einen methodologischen Kulturalismus und eine Prozessanalyse in der historischen Zeit (Gruchy 1987, 42).

7.2.1.1.2 Institutionalismus und Konsumtheorie

Der Institutionalismus hat dem Thema Konsum mehr Aufmerksamkeit gewidmet als die Standardökonomik (Hamilton 1987, 1531). Im Unterschied zu den Theorierichtungen Konventionismus und Sozioökonomik, die aber auch viel jünger sind, verfügt der Institutionalismus über eine eigene Konsumtheorie. Ihre Fundamente hat Thorstein Veblen gelegt, der zugleich Begründer des Institutionalismus *und* der kulturalistisch-institutionalistischen Konsumtheorie ist. In seinem immer noch sehr einflussreichen Buch »The Theory of The Leisure Class. An Economic Study of Institutions« (1899), dem ersten Hauptwerk des Institutionalismus, untersucht er vor allem die institutionelle Formung und Bedeutung von Konsum. Vor dem Hintergrund der Institutionen Müßiggängerklasse und Privateigentum entwickelt er die Konzepte demonstrative Muße sowie demonstrativer und emulativer Konsum. Für Veblen ist alles menschliche Verhalten soziales Verhalten, das durch kulturelle Gewöhnung geformt wird; ein solitäres, nicht akkulturiertes Individuum gibt es nicht (Hamilton 1987, 1539–1541). Für Institutionalisten umfasst Konsum immer zwei Dimensionen, eine zeremoniale und eine instrumentale. Güter dienen sowohl als Statussymbole als auch *zugleich* als Instrumente für verfolgte praktische Ziele. Der Institutionalismus schafft sich damit ein funktional dualistisches Konsumkonzept; in der konventionellen ökonomischen Begrifflichkeit kann man es dualen Nutzen nennen.

In der zeremonialen Dimension richtet sich Konsumverhalten nach impliziten, als selbstverständlich wahrgenommenen konsumtiven Kanons, die die kulturelle Angemessenheit je nach sozialer Situation und Rolle definieren; der Status eines Individuums bestimmt, was angemessene Ausgaben für es sind (Hamilton 1987, 1541 f.). Der kulturelle Kodex der Angemessenheit, den die Mitglieder einer Kultur internalisiert haben, prägt das Konsumverhalten und ersetzt die formale Regulierung

des angemessenen Aufwands: »We today do not have sumptuary laws (...); but we do not need them. (...) what is decent is defined by that which is commensurate for one in a particular role. We internalize the values of the tribe and police our own consumption« (S. 1543). Die Authentizität von Konsumgütern und Konsumhandlungen, die sich aus der Passung von individueller Rolle und sozialer Situation ergibt, wird so zum Bewertungsmaßstab (S. 1547).

Konsum wird bei Veblen zum Index für sozialen Status und Erfolg und nachdrücklich in einen gesellschaftlichen Kontext gestellt. Konsum hat vor allem sozial differenzierende und damit integrative *und* exklusive Funktionen. Diese Effekte demonstrativen Konsums sind hoch aktuell und lassen sich derzeit unter den Bedingungen weltweiter Konsumkommunikation und Konsumgüterdistribution bei Konsumenten in wenig entwickelten Ländern beobachten (James 2000). Veblen hat eine soziologisch akzentuierte ökonomische Konsumtheorie entwickelt; die Standardökonomik hat diese auf den Veblen-Effekt reduziert und ihr Lehrgebäude integriert.

In der instrumentalen Dimension werden Konsumgüter als Werkzeuge benutzt, um praktische Ziele zu erreichen. In dieser Dimension drückt sich die hohe Bedeutung aus, die Werkinstinkt und Technologie im institutionalistischen Denken erhalten. Nach Veblen treibt der Werkinstinkt als »Drang nach sinnvoller Betätigung« die Menschen dazu, jede produktive und nützliche Tätigkeit hoch zu schätzen«, wenn »es die Umstände erlauben« (Veblen 1986/1899, 100, 102). Die Bewertung von Konsumausgaben richtet sich in der instrumentalen Dimension danach, ob sie »jenseits vom erworbenen Geschmack, jenseits von Sittenkodex und Konvention einen wirklichen Gewinn an Komfort und Lebensfülle bringen« (S. 106). Die pragmatische Leistungsfähigkeit von Konsumgütern, um die es in dieser Dimension geht, wird in einem fortlaufenden Prozess von den Konsumenten selbst und in der Konsumkommunikation evaluiert, z. B. durch organisierte und institutionalisierte Warentests. »[I]n the long haul, what makes things good is an instrumental efficacy and efficiency« (Hamilton 1987, 1549). Die Urteile über die instrumentale Leistung von Konsumgütern bleiben aber immer unsicher und zeitbezogen.³⁸⁸ Insofern

388 Daraus lassen sich gravierende Schlussfolgerungen für die Werttheorie ziehen. Denn wenn es auch subjektiv kein über die Zeit haltbares, also konstantes Werturteil über den subjektiven Wert eines Konsumgutes gibt, der subjektive Wert also unbestimmt oder zumindest flüchtig ist, kann es keine feste Beziehung zwischen subjektiven Warenwert und Preis geben (Hamilton 1987, 1549).

denkt die institutionalistische Konsumtheorie stark prozessorientiert. Denn in der zeremonialen und in der instrumentalen Funktion ist Konsum veränderbar, da die Ausgestaltung dieser Funktionen von der Evolution von Gesellschaft und Technik abhängt (vgl. Reuter 1996, 106 f.).

Aber auch jenseits der Veblenschen Konsumtheorie eignet sich der Institutionalismus als Ideengeber einer Neuen Konsumtheorie. Mit den Konzepten Gewohnheit und Institution trifft er charakteristische Merkmale von Konsum. Konsumenten werden immer schon in konsumtive Gewohnheiten und Institutionen hineingeboren – im übertragenen und im Wortsinn. Das Elementare der Ernährung lässt sich als treffendes Exempel anzuführen. Als Kleinkinder finden »Konsumenten« schon konsumkulturelle Muster vor wie Zeitschemata, Typen von Mahlzeiten, typische Speisefolgen und Repertoires an Gerichten, Unterscheidungen wie essbar / nicht essbar, Kindernahrung / Erwachsenennahrung, gesunde / ungesunde Lebensmittel, Alltags- / Sonntagsmahlzeit, preiswerte / teure Nahrung, deutsches / ausländisches Essen, selbst gekochtes / Tiefkühlgericht usw. Ernährung ist gesellschaftlich in unterschiedlichen Formen organisiert, z. B. in der Familie, in Mensen und Kantinen, Anstaltshaushalten, in der Gastronomie. Die Versorgung mit Nahrungsmitteln ist hochgradig institutionalisiert und reguliert, was sich etwa an Produktion und Distribution von Fleisch oder Milchprodukten leicht zeigen lässt. Die konsumtiven Institutionen von Gesellschaft und Ökonomie formen die Konsumenten und ihre Präferenzen; der Konsument und die Konsumenten sind gesellschaftlich und institutionell konstituiert. Eine institutionalistisch inspirierte Konsumtheorie muss den Ursachen dafür nachspüren, dass sich unterschiedliche Konsum- und Konsumentenkulturen herausbilden, stabilisieren, reproduzieren und verändern.

Das Ensemble Gewohnheiten-Institutionen-Konsumenten-Präferenzen-Konsum befindet sich in einem fortlaufenden Prozess der wechselseitigen Veränderung. Deshalb ist die Prozessorientierung der institutionalistischen Analyse konsumtheoretisch angemessen. Veränderungsprozesse werden z. B. durch individuelles und kollektives Lernen in Lebensmittelskandalen ausgelöst. Solche Skandale offenbaren auch schlaglichtartig, wie sehr Machtverhältnisse und ihre Fixierung in rechtlichen und Sachstrukturen die ökonomische Aktivität Konsum prägen und regulieren³⁸⁹; man denke etwa an den agrarindustriellen Komplex von Fleischproduktion, Veterinärmedizin und Tierpharmazie, Futtermittel-

industrie, Fleischhandel und Fleischverarbeitung, Bauernverband, Lebensmittelaufsicht und Landwirtschaftsministerien in der BSE-Krise. Hier zeigt sich zugleich, dass die gegenwärtigen Zustände und Problemlagen in Produktion, Handel und Konsum von Fleisch Ergebnis von spezifischen historischen institutionellen Konstellationen sind. Die prozessorientiert aufgefassten Kategorien Gewohnheit und Institution haben also eine hohe Relevanz für die Entwicklung einer Neuen Konsumtheorie. Besonders fruchtbar dürfte die Anwendung von institutionalistischen Konzepten der Kognition und des Lernens auf Konsumenten und Konsum sein, um die den Konsum und seine Institutionen (z. B. Formen, Kanäle und Orte von Konsumkommunikation wie Fernsehwerbung, Tupperparty, Familie oder Stammtisch und von Konsumpräsentation wie Supermarkt, Pausenhof, Vorabendserie oder Theaterfoyer) charakterisierende Spannung zwischen Individuum und Konsumstruktur sowie zwischen Kontinuität und Veränderung aufzuklären.

Der Institutionalismus kann eine Neue Konsumtheorie für Machtfragen sensibilisieren. Konsumtheoretisch sind Machtfragen von großem Interesse; man denke nur an Konflikte um das Kaufvertragsrecht, um Verbraucherrechte auf Produkt- und Prozessinformationen, um Datenschutz und informationelle Selbstbestimmung, um Fragen der Produkthaftung, Mindeststandards für Qualität, Sicherheit und Umweltschutz, Einfluss auf Gesetzgebungs- und Verwaltungsverfahren, Produktions-, Produzenten- und Produktkontrollen usw. Die politische Regulation dieser Konflikte prägt Marktstrukturen und Marktprozesse nicht nur nachhaltig; für die meisten Konsummärkte ist sie sogar konstitutiv. Damit steht eine Analyse von Konsumrechten, ihrer politischen Konstruktion und Beeinflussung ganz oben auf der konsumökonomischen Agenda. Zu analysieren ist etwa, wie sich an Privatinteressen orientierte Regulationsmodi im Unterschied zu an öffentlichen Interessen orientierten machtmäßig auswirken, ob die Märkte eher von der Relation Staat–Handelsunternehmen, Produzenten–Händler oder Handelsunternehmen–Konsumenten beherrscht werden, wer die Definitionsmacht über Qualitätsniveaus und Sicherheitsstandards bei Konsumgütern so-

389 Alex Preda betont, dass Konsumhybride als praktische Netzwerke konsumrelevanter Akteure und Sachen von Machtstrukturen durchdrungen sind (1999, 360): «Such constellations of hybrid relationships [between human actors and things; RH] are suffused with social power that cannot be located at any precise point or in any precise object or engine. What makes them so powerful is that these relationships regulate human actors' access to things. These relationships constitute the lines of force along which social life is organized».

wie über Sortimente hat und damit den Rahmen für konsumtive Wahlentscheidungen setzt und wer letztlich die branchenspezifischen Wertschöpfungsketten kontrolliert (vgl. Marsden/Flynn/Harrison 2000, 45–55, 180 f.). Konsumtive Machtverhältnisse und Regulationsregime lassen selbstverständlich auch das Verhältnis Produktion–Distribution–Konsumtion und die herrschenden Konsumkulturen nicht unberührt.³⁹⁰ Die legitimationssträchtige Institution der Konsumfreiheit erlaubt es, die faktische Kontrolle des Marktes sowie die Kontrolle des Konsums durch den Markt hinter den Projektionen von Eigennutz und Wahlmöglichkeiten des Konsumenten verschwinden zu lassen und auf diesem Wege Akzeptanz zu erzeugen (S. 183 f.). Das kann selbst dann gelingen, wenn es, wie im Fall gentechnisch manipulierter Nahrungsmittel, um eine Reformulierung von Qualitätsstandards im nackten Interesse der produzierenden und distribuierenden Unternehmen geht (S. 200). All dies macht deutlich, dass die real existierende politische Ökonomie des Konsums eine *politische* Konsumökonomik verlangt (vgl. auch Kollmann 1993).

Selbstverständlich wird sich eine *ökonomisch* interessierte institutionalistische Konsumtheorie auf die ökonomischen (z. B. Konsumbudgets, Einkaufsfrequenzen, Einzelhandelsunternehmen, Lebensmittelmarkt), ökonomisch relevanten (z. B. Branchentraditionen, Erlebnisorientierung, Gesundheitsbewusstsein, Städtebaukonzepte, öffentliche Versorgungsstruktur) und ökonomisch bedingten (z. B. Einkaufsstättenrepertoire, Raumstruktur des Einzelhandels, Städtebaukonzepte, Güterstandardisierung, Normierungsinstanzen, Stiftung Warentest) Gewohnheiten und Institutionen konzentrieren.³⁹¹ Ein Beispiel für eine solche institutionalistisch orientierte Konsumanalyse bildet der system of provision-Ansatz, den ich noch vorstellen werde (7.2.2.2). Angesichts der hohen kulturellen Bedeutung von Konsum, Konsumgü-

390 Am Beispiel des britischen Lebensmittelsystems und seiner Veränderungen zeigt sich, »that there are clear relationships between regulatory culture and consumer culture, and these will influence the social and spatial provision of food. In these relationships, the significance of particular private-interest models of regulation, particularly associated with retailer-led food governance [!], becomes a feature of the overall shift of emphasis in regulation towards consumption as opposed to production« (Marsden/Flynn/Harrison 2000, 183).

391 Das folgt der Auffassung von Max Weber über die drei Untersuchungsbereiche der Wirtschaftssoziologie (Weber 1973/1904, 162–165): eine feste Zuordnung von Phänomenen zu Bereichen ist selbstverständlich nicht möglich; vgl. die Darstellung des Weberschen Konzeptes der Gegenstandsbereiche von Sozialökonomik und Wirtschaftssoziologie bei Richard Swedberg 1998 (162–164) und 1999.

tern und Konsumieren und ihrer starken Einbettung in kulturelle Gewohnheiten und Institutionen erscheint nicht zuletzt der methodologische Kulturalismus der InstitutionalistInnen einen wesentlich angemesseneren Rahmen für die konsumökonomische Analyse zu bieten als sein standardökonomisches Gegenstück, der methodologische Individualismus.

Diese kurze Skizze muss an dieser Stelle genügen, um das konsumtheoretische Anregungspotenzial des Amerikanischen oder Alten Institutionalismus zu plausibilisieren und einige Ansatzpunkte anzudeuten. Damit ist die Notwendigkeit begründet, ihn einer eingehenden und kritischen konsumtheoretischen Eignungsprüfung zu unterziehen – auch wenn er in der jüngeren Vergangenheit eine Reihe theoretischer Schwächen zeigt und Symptome orthodoxen Denkens zu entwickeln scheint (Samuels 2000).

7.2.1.2 Konventionen, Produktionswelten und Konsumwelten

7.2.1.2.1 Zu den Grundideen des Konventionismus

Der *Konventionismus* sieht die Koordination individueller Handlungen unter Bedingungen von Unsicherheit als *das* zentrale ökonomische Problem (Storper/Salais 1997, 14). Regeln, Normen und Konventionen gelten als Grundlage aller ökonomischen Aktivitäten.³⁹² Deshalb zielt der Konventionismus auf eine allgemeine ökonomische Theorie der Konstruktion und Validierung von Regeln, Normen und Konventionen (Boltanski/Thévenot 1991) und entwickelt sich in Richtung einer allgemeinen Theorie ökonomischen Handelns, insbesondere als Fundament einer Organisationstheorie (z. B. Eymard-Duvernay 1994; Favereau 1994; Storper/Salais 1997; vgl. Wilkinson 1999, 309). Hauptvertreter der konventionistischen Strömung sind Robert Boyer, François Eymard-Duvernay, André Orléan, Olivier Favereau, Luc Boltanski, Laurent Thévenot, Robert Salais und Michael Storper. Der konventionistische Ansatz bezieht wichtige Anregungen u. a. aus den Konzepten gesellschaftliche Arbeitsteilung (Durkheim), interner Arbeitsmarkt (Doeringer/Piore), prozedurale Rationalität (Simon) und aus der The-

392 Für die folgende Darstellung vgl. Biggart 1999; Defalvard 2000; Geindre 2001; Lamoureux 1996; Lévesque/Bourque/Forgues 1997, Kap. 4; Storper/Salais 1997, 13–19; Rallet 1993; Wilkinson 1997, 317–328.

orie der Gerechtigkeit (Rawls; vgl. Lamoureux 1996). Einige Vertreter des Konventionismus, etwa Favereau, sehen in ihrem Ansatz nur eine Weiterentwicklung der Standardökonomik, andere zählen ihn dagegen schon zur heterodoxen Ökonomik.

Ursprünglich ausgehend von einer Analyse des Lohnarbeitsverhältnisses³⁹³ verallgemeinern Konventionisten das Problem unvollständiger Verträge, da es grundsätzlich alle Güter und Transaktionen treffe; deshalb seien Regeln, Normen und Konventionen³⁹⁴ für ihre Produktion und ihren Tausch notwendig. Das zeige sich in der jüngeren Vergangenheit besonders daran, dass die Qualität von Produkten immer mehr in das Zentrum ökonomischen Handelns rücke (vgl. Grunert 1998). Dem konventionistischen Argument kann man allgemeine Geltung zuschreiben, wenn man ökonomisches Handeln als kollektives Handeln versteht, das voraussetzt, dass Situationen als wechselseitig verständliche interpretiert werden können. *Konventionen*³⁹⁵ als Koordinationsschemata zwischen Personen schaffen dann die Referenzpunkte, die den ökonomischen Akteuren eine Evaluation der Situation und eine Koordination ihrer Aktivitäten erlauben. Konventionen entstehen aus dem Unsicherheitsproblem und dem Umgang mit ihm, also aus dem ökonomischen Handeln selbst. Sie sollen im ökonomischen Prozess sicherstellen, dass Produktion und Tausch den herrschenden Effizienzerwartungen entsprechen.

In der Bewertung von konventionellem ökonomischem Handeln widersprechen die Konventionisten der traditionellen ökonomischen Auffassung, Gewohnheiten, Bräuche und Konventionen würden Effizienz mindern und behindern und eine soziale Entbettung der Ökonomie sei deshalb die beste Effizienzstrategie. Sie kehren dieses Urteil um und interpretieren Gewohnheit und Konvention als *Lösung* von Effizienzproblemen³⁹⁶; diese Sichtweise begründen sie mit Bezügen auf psychologi-

393 Ein zweiter Ausgangspunkt ist die international vergleichende Analyse der Performanz von Volkswirtschaften, insbesondere der Modi der Produktionsorganisation und der Rolle der Unternehmen (z. B. Coriat 1994).

394 Eine Schwäche der konventionistischen Theoriegruppe ist sicher die unterschiedliche und oft unscharfe Verwendung des Zentralbegriffs Konvention (vgl. Lamoureux 1996, Kap. 2).

395 Der Begriff Konvention als *Prozess* unterscheidet sich wesentlich vom Vertrag, der eine Einigung schon vor der Handlung konstituiert: «(...) la convention est une construction: elle est l'opération par laquelle une multiplicité dispersée est mise en cohérence pour pouvoir fonctionner; (...) la convention est une structure articulée d'actions individuelles, comme processus, une opération de mise en cohérences de ces actions»; deshalb interessiert sich der Konventionismus vor allem für die Probleme der Entstehung, Aufrechterhaltung und Auflösung von Konventionen (Rallet 1993, 8).

sche (mentale Schemata als Arbeitshypothesen, Skripte) und soziologische (soziale Konstruktion von Sinn) Erkenntnisse (Biggart 1999).

Von standardökonomischen und den meisten soziologischen Ansätzen unterscheidet sich der Konventionismus dadurch, dass er den Interpretationsprozessen der Akteure für die Konventionalisierung einen hohen Stellenwert zuschreibt und damit sowohl den individualistischen Reduktionismus der Standardökonomik als auch den holistischen des soziologischen Strukturalismus ablehnt (vgl. zum Folgenden Storper/Salais 1997, 16–19). Ausgangspunkt für eine konventionistische Theorie ökonomischen Handelns ist das *Verstehen* des realen Handelns der Akteure selbst. Das individuelle Verhalten ist nicht mehr vorgegeben, sondern wird zum Forschungsgegenstand *par excellence* (Rallet 1993, 14). Der Konventionismus hält sich deshalb in seiner eher ethnografischen Analyse eng an die pragmatischen *Situationen*, in denen sich die Akteure befinden, und an ihre Versuche, diese Situationen zu interpretieren (Storper/Salais 1997, 15). Damit entfernt sich das konventionistische Forschungsprogramm weit von der Standardökonomik:

«Dans ce programme, les personnes remplacent les agents atomisés et la diversité des êtres collectifs (règles, conventions et institutions) se substituent au monopole des mécanismes marchands, qui ne constituent plus que l'un des mondes présents»³⁹⁷ (Lévesque/Bourque/Forgues 1997, Kap. 4., Abs. 23).

Der gemeinsame *Handlungsrahmen* (common context), den die Akteure entwickeln, besteht aus einer Gruppe von Referenzpunkten, die einerseits jenseits der Ebene der Akteure als Individuen liegen, die andererseits von den Akteuren im Zuge ihrer individuellen Handlungen ge-

396 Nach dieser Auffassung hängt der ökonomische Erfolg wesentlich von den sozio-kulturellen Konventionen und Gewohnheiten ab. Der klassische Fall und ein berühmtes Beispiel dafür ist Anna Lee Saxenians Vergleich zwischen den Regionalökonomien Boston Rr. 128 und Silicon Valley in den 1970er Jahren, wo es bei ökonomisch ähnlichen Startbedingungen innerhalb einer Generation zu ökonomisch sehr unterschiedlich erfolgreichen Entwicklungen gekommen ist; als Ursache dafür werden die institutionellen Arrangements gesehen, die sich aus dem Gewohnheitsverhalten gebildet haben (Biggart 1999; Saxenian 1994). Der Konventionismus denkt ökonomisches Handeln fundamental neu und geht dabei wesentlich weiter als Konzepte wie «Soziale Beziehungen als Zusatzversicherung zu ökonomischen Beziehungen», beschrieben von Nicole Woolsey Biggart und Richard Castanias (2000, 3), wonach ökonomische Akteure ihre sozialen Beziehungen und ihr soziales Beziehungswissen strategisch für ihre ökonomischen Ziele einsetzen.

397 «In diesem Programm ersetzen Personen die atomisierten Agenten, und die Mannigfaltigkeit kollektiver Wirklichkeiten (Regeln, Konventionen und Institutionen) setzt sich an die Stelle des Monopols der Marktmechanismen, die nur noch *eine* unter den gegenwärtigen Welten bilden» (Übers. und Hervorh. RH).

schaffen und verstanden werden. Diese Referenzpunkte für Situations-evaluation und Handlungskoordination werden im Wesentlichen durch Konventionen zwischen Personen geschaffen, die auf diese Weise ökonomische Vorgänge ihren Erwartungen gemäß ordnen wollen. Konventionen entstehen dabei als eine Art zunächst widerlegbarer, von Akteuren vorgeschlagener Hypothesen, die sich dann durch Gewohnheit nach und nach zu Selbstverständlichkeiten im Sinne einer zweiten Natur verfestigen, die sich aber auch wieder wandeln kann. Denn ein einmal gestifteter gemeinsamer Handlungsrahmen wird ständig evaluiert und neu interpretiert, sodass bei Interpretationsdifferenzen neue oder modifizierte Rahmen entstehen; unter diesen Bedingungen entwickelt sich individuelles und kollektives Lernen (Favereau 1994). Mit dieser Konzeption steht die Spannung zwischen Handlung und Struktur, die den ökonomischen Alltag charakterisiert, auch in der theoretischen Analyse im Mittelpunkt, ohne dass sie zu einer Seite hin aufgelöst wird; damit können die beiden prominenten Irrwege des Individualismus und des Holismus vermieden werden (Lévesque/Bourque/Forgues 1997; Rallet 1993, 11–15). Der Prozess, in dem die Akteure ihre Situationen interpretieren und ihre Handlungen koordinieren, konstituiert zugleich den *Konstruktionsprozess der Ökonomie*: Die Akteure selbst stellen in der und durch die Produktion genau die Struktur her, in der sie arbeiten. Damit sind Strukturen *und* Handlungen soziale Konstrukte, beide werden und sind in Sachen, Personen und Routinen objektiviert; diese Perspektive ermöglicht es, die Dialektik von Individuum und Kollektiv in die ökonomische Analyse einzuführen (Rallet 1993, 11; Defalvard 2000, 21 f.).

Nach den angeführten Aspekten ist der Konventionismus ein institutionalistischer Ansatz zur Erklärung der ökonomischen, oder allgemeiner, der sozialen Koordination³⁹⁸. Die Konventionisten verabschieden sich damit faktisch, nicht aber explizit und programmatisch vom methodologischen Individualismus; einige betonen sogar, dass sie die Standardökonomik weiterentwickeln, nicht aber verlassen wollen³⁹⁹. Den vollzogenen Bruch mit der Standardökonomik markieren drei entscheidende Punkte: das Aufgeben der Vorstellung des sozial isolierten Akteurs, die Einführung von, die individuelle Ebene transzendierenden

398 Mark Granovetter hat beobachtet, dass der Konventionismus ein Beispiel dafür ist, dass eine Reihe von französischsprachigen Forschern ihre Arbeit als Ökonomik bezeichnet, obwohl sie faktisch Wirtschaftssoziologie betreiben (Granovetter 1999, 10 f.).

Vorstellungen (Konventionen), an denen die Akteure ihre Entscheidungen und Handlungen orientieren und die Konzipierung von Handlungen und Strukturen als soziale Konstrukte.

Auch Produktionssysteme sind sozial konstruierte Felder ohne vorgängige Grenzen zwischen sozialen Gesetzen und individueller Freiheit; sie sind Konstrukte, die sowohl die existierende Art von Gesetzen als auch die vorfindbaren Typen menschlicher Handlungen umfassen. Und entscheidend ist, dass die *konkreten* Formen sozialer Gesetze je nach *Produkttyp* und Region stark variieren.

Vor diesem Hintergrund setzt der Strang des Konventionismus, der sich auf die Produktion konzentriert⁴⁰⁰, seine Analyse an der typischen *Unterschiedlichkeit* von Produktarten und Produktionsbereichen an (vgl. zum Folgenden Storper/Salais 1997, 6–15, 19–23). Sie betont, dass weder die Standardmikroökonomik noch ihre transaktionskostentheoretisch modernisierte Variante noch die Managementtheorie in der Lage sind, die reale Unterschiedlichkeit von Produktionsstrukturen und Wachstumspfaden zu erklären. Zugespitzt formuliert: Die theoretische Einfalt der Standardökonomik steht in krassem Gegensatz zur praktischen Vielfalt der Ökonomie. Produktionssysteme, so lautet eine Kernthese, entstehen als menschlich konstruierte Routineschemata, kognitive Rahmungen, Institutionen, Praktiken und Objekte. Die Unsicherheiten, die die Akteure mit der Herausbildung von Konventionen zu bewältigen versuchen, unterscheiden sich danach, um welche Produkt-

399 Alain Rallet interpretiert das als strategische Vorsicht, um einer Selbstmarginalisierung in der Ökonomik vorzubeugen (Rallet 1993, 6). Hervé Defalvard (2000, 22) betont, dass der Konventionismus das Individuum nicht zum *Ausgangspunkt* sozialer Handlungen und deren Analyse mache. Der Individualismus als Forschungsmethode drohe vielmehr zusammenzubrechen, weil soziale Handlungen institutioneller Natur seien und der Individualismus eine von der modernen Gesellschaft *produzierte Philosophie* darstelle: «Ainsi, que l'individualisme soit menacé comme méthode d'investigation des faits de la vie sociale en raison de la nature institutionnelle de ceux-ci, n'obère donc en rien que l'individualisme soit la métaphysique des temps modernes, plutôt que leur «philosophie générale». Deshalb kann man den zum Individuum erklärten Akteur, kurz das Individuum, als *Produkt* der Institutionen des sozialen Lebens auf-fassen; insofern sind die *Vorstellung* des Individualismus und sein ökonomischer Ausdruck, der methodologische Individualismus, eine *soziale Institution*.

400 André Orléan (1986) wendet den konventionistischen Ansatz auf monetäre Institutionen an und zeigt, dass Finanzmärkte nur auf der Basis einer *vorgängigen* Koordination der Akteurerwartungen durch Konventionen funktionieren können; die private Arbitrage der individuellen Akteure wird so durch eine soziale (oder kollektive) Arbitrage ersetzt. Zu ähnlichen Ergebnissen kommt die moderne Finanzsoziologie (vgl. z. B. Abolafia 1998). Ein jüngeres Forschungsgebiet des Konventionismus ist die Gesundheitsökonomie, vor allem zu Aspekten wie Regulation der Pflegedienstleistungen, verhandelte Nachfrage, Konventionen über Aktivitäten und Qualitätsniveaus.

kategorie es geht. Zwischen Güterarten und Unsicherheitsarten und damit zwischen Güterarten und Konventionen besteht ein systematischer Zusammenhang.

Robert Salais und Michael Storper machen *Produktionsaktivitäten* zum Thema ihrer konventionistischen Pragmatik ökonomischer Situationen (vgl. zum Folgenden Storper/Salais 1997, 19–23, 42 f.). Sie definieren die Ökonomik der Konventionen als »a *product-centred theory of production organisation*, where it is the choice of product, (...) which defines forms of production organisation and economic coordination« (Salais/Storper 1992, 170 f.). Es gibt viele mögliche *Produktionswelten*, die sich jeweils um einen bestimmten Gütertyp zentrieren. Jede dieser möglichen Welten tritt als eine Form der Koordination zwischen den Personen in Erscheinung, die das Produkt verwirklichen (sollen), d. h. zwischen den Herstellern (Beschäftigte, Management) und den Nutzern (Verbraucher, Nachfrager); die Welten sind also Formen der Koordination von Angebot und Nachfrage. Alle Produktionswelten sind konventionell konstituierte Welten und gründen auf unterschiedlichen Konventionen über Qualität, Arbeit, Identität und Partizipation. Die ökonomische Umwelt jeder Produktionswelt wird durch Konventionen über Identitäten von Akteursgruppen und über Partizipationsmuster für diese Gruppen definiert. Jede Produktionswelt ist eine Objektwelt und Güterwelt, d. h. die Akteure verlassen sich in ihren Produktions- und Tauschhandlungen auf bestimmte Objekte und deren situationsbezogene Bedeutung – z. B. Rohstoffe, Vorprodukte, Regeln, Endprodukte – und verändern sie; die Objekte sind deshalb zugleich Ressourcen und Restriktionen. Jede dieser Welten ist aber auch eine Welt von Personen, die in dem und an dem jeweiligen kollektiven Kontext der Produktion arbeiten. Storper und Salais beschreiben nun vier mögliche Produktionswelten als zusammenhängende Muster von Koordination und Übereinkunft.⁴⁰¹ Diese Produktionswelten konstituieren für individuelle und kollektive Akteure die *als normal erwartete* Koordination von Produktions- und Tauschaktivitäten. Jede Produktionswelt hat einen spezifischen gemeinsamen Handlungsrahmen, der das Grundgerüst voraussehbarer Handlungen für einen Akteur bildet. Im Zentrum ökonomischen Handelns stehen Güter und Güterqualität: »The product, in its diversity and particularity, is the critical strategic space of the economy for actors« (Storper/Salais 1997, 15). Die Produktionswelten unterscheiden sich deshalb wesentlich nach ihren *Gütertypen*.

Michael Storper und Robert Salais konzentrieren sich auf vier idealtypische Welten: Interpersonelle Welt, Marktwelt, Industrielle Welt und Welt intellektueller Ressourcen nennen sie diese, durch Konventionen⁴⁰² konstituierten Produktionswelten (vgl. zum Folgenden Storper/Salais 1997, 20–23). In der Interpersonellen Welt werden spezialisierte und an den Kundenbedürfnissen orientierte Produkte hergestellt, Vertrauen, Reputation und ein spezifisches Image kennzeichnen die Käufer-Hersteller-Beziehung, qualitätsorientierter Wettbewerb die Hersteller-Hersteller-Beziehung. Zu dieser Welt gehören mode-, design-, handwerks- und dienstleistungsintensive Branchen. Die Marktwelt beschäftigt sich mit standardisierten und differenzierten Gütern⁴⁰³, die den objektivierten, kodifizierten Normen entsprechen, in die die Bedürfnisse des Käufers im Standardisierungsprozess übersetzt worden sind. Der Herstellerwettbewerb zentriert sich hier um den Preis und die Schnelligkeit der Reaktion auf Nachfrageänderungen. Dies ist die Produktionswelt, deren Konventionen die Individuen als rational und opportunistisch konstruiert. Die Industrielle Welt entspricht der Massenproduktion markenloser Produkte, die durch Konventionen entstehen, die diese Güter als aus Konsumentensicht austauschbar konstruieren, weil sie objektiv kodifizierten Produktionsnormen unterworfen werden. In der Welt Intellektueller Ressourcen geht es um Neuschaffung von Technologien, Materialien, um Prozess- und Produktinnovation. Neue Güter werden hier kreiert, indem ein spezifisches Wis-

401 Dabei beziehen sie sich auch auf Luc Boltanskis und Laurent Thévenots Konzept der *cité* (Gemeinwesen) und der *économies de la grandeur* (Ökonomien unterschiedlicher Wert- und Bedeutungssysteme; Boltanski/Thévenot 1991). Sie fragen nach den Bedingungen für Übereinkünfte und Koordination zwischen Individuen: interindividuelle Beziehungen basieren auf gemeinsamen Wertsystemen, den *grandeurs* (Bedeutungen); die *grandeurs* stiften «Welten» durch den Zusammenhang der dort herrschenden Prinzipien und Vorstellungen des Gemeinwohls. Diese geteilten Bedeutungen erlauben es den Akteuren, die Merkmale zu erkennen, die ihre Beziehungen in der jeweiligen *Situation* leiten; Situationen sind Relationen zwischen Personenverhältnissen und Sachverhältnissen. Mit Bezug auf klassische Texte der politischen Philosophie definieren Boltanski und Thévenot sechs *cités* als *theoretische* Gemeinwesen oder Legitimitätsordnungen, die die Akteure jeweils gemeinsam identifizieren müssen, um Übereinkünfte erreichen zu können: *Cité* der Inspiration, *Cité* der häuslichen Hierarchie (*domestique*), *Cité* der Anerkennung (*opinion*), *Zivile Cité*, *Cité* des Handels, *Cité* der Industrie; diese *cités* sind historisch begründete Welten unterschiedlicher Rechtfertigungsprinzipien (Boltanski/Thévenot 1991, 96–157). (Vgl. Isaac 1996, 4–13).

402 Dazu gehören auch Arbeitskonventionen, die die typischen Merkmale von Arbeit in den vier Welten nach Kriterien wie Identität für andere, Evaluation der Arbeitsqualität, Lohn oder Formen der Anpassung an Faktoren der Unsicherheit unterscheiden (Storper/Salais 1997, 57–62).

403 Storper/Salais (1997, 20) nennen diese Güter «dedicated products», was wörtlich schlecht übersetzbar ist und etwas umständlich mit «standardisierte, speziellen Bedürfnissen gewidmete Güter» bezeichnet werden kann.

sen aufgegriffen und breit anwendbar gemacht wird. Hier koordinieren Konventionen die Akteure über wissenschaftliche und professionelle Regeln.

Ein weiterer – für eine Neue Konsumtheorie sehr relevanter – Strang des Konventionismus beschäftigt sich u. a. mit der sozialen Konstruktion von Qualität im Agrarbereich (Allaire/Boyer 1995; Nicolas/Valceschini 1995; vgl. zum Folgenden Wilkinson 1997, 329–336). Die Untersuchung des Qualitätsproblems geht von der konventionistischen Einsicht aus, dass Märkte nur auf der Grundlage einer vorgängigen Produktdefinition funktionieren können. Die Konsumenten agrarischer Produkte sind aber nur sehr bedingt in der Lage, deren Qualitäten sicher zu erfassen. Um Qualität zu identifizieren, müssen Normen und Evaluationsmethoden entwickelt werden, die zwischen Agrarprodukt und Konsument vermitteln und in Objekten oder Instrumenten verkörpert werden können.⁴⁰⁴ Die so gefassten Konventionen über die Qualität von Produkten, die sich auch auf die Qualität des Produktionsprozesses und der Produktionsorganisationen beziehen, sind insbesondere bei Nahrungsmitteln zugleich Mechanismen der Risikokontrolle; diese Vorstellung von Qualitätskonventionen steht im Gegensatz zur neoklassischen Gütertheorie, nach der der Preis eines Gutes alle relevanten Informationen enthält. Vielmehr wird die Qualität eines Gutes durch Netzwerk- und Vertrauensbeziehungen garantiert. So werden etwa Marken und Produktlabels entwickelt, was ein Ausdruck gemischter Koordinationsformen ist. Ein Beispiel bilden die unter dem Label *appellation d'origine contrôlée* (AOC; kontrollierte Herkunftsbezeichnung) vermarkteten Waren, traditionell hergestellte Güter mit besonderem räumlichen und zeitlichen Bezug; sie verkörpern eine Gegenbewegung – und eine bewusst organisierte Wettbewerbsstrategie – gegen den Trend zur Vereinheitlichung von Gütern auf universalen Märkten; man könnte sie als kollektive, institutionalisierte Produktdifferenzierung bezeichnen. Diese Güter müssen, wenn sie anerkannt und vermarktet werden sollen, durch Konventionen als besondere Güter sozial konstruiert und gerechtfertigt werden.

404 Diese Tendenz, Personen und Sachen symmetrisch zu behandeln, führt den Konventionismus in die Nähe der Akteur-Netzwerk-Analyse von Bruno Latour, Michel Callon und anderen.

7.2.1.2.2 Elemente einer konventionistischen Konsumtheorie

Obwohl der Konventionismus vor allem produktions- und tauschtheoretisch argumentiert, eignet er sich vergleichsweise gut als Ausgangspunkt einer Neuen ökonomischen Konsumtheorie. Bevor ich das begründe, seien einige zentrale Schwächen benannt (vgl. Lamoureux 1996, Abschn. 2.4). Der konventionistische Ansatz vernachlässigt Machtbeziehungen, Beherrschung und asymmetrische Beziehungen; gerade diese sind aber oft typisch zwischen Produzenten/Händlern und Konsumenten. Die Institutionenanalyse des Konventionismus bleibt unbefriedigend, weil er Institutionen vor allem als Formen der Bewältigung von Unsicherheit, nicht aber als Ausdruck von Konflikten und kollektivem Handeln interpretiert. Hinzu kommt, dass damit auch die kulturelle Bedeutung von Institutionen systematisch unterschätzt wird. Schließlich liegt die Hauptschwierigkeit darin, dass ein produktionszentrierter Ansatz konsumtheoretisch fruchtbar gemacht werden soll, ohne die standardökonomischen Grundfehler des Produktivismus und der Parallelisierung auf einem höheren, differenzierteren und sozialwissenschaftlich aufgeklärten Niveau zu wiederholen. Die Schwächen, die diese Monita bezeichnen, müssen überwunden werden, wenn man den Konventionismus konsumtheoretisch wenden will. Trotz dieser gravierenden Kritikpunkte und Risiken bietet der Konventionismus konsumtheoretische Vorteile, die stark ins Gewicht fallen, auch wenn er m. W. kein eigenes konsumtheoretisches Konzept entwickelt.

Erstens betont er, dass ökonomisches Handeln, ökonomische Situationen und ökonomische Strukturen *soziale Konstrukte* und damit individuell und kollektiv veränderbar sind. Auf Grund des zu Grunde gelegten Konstruktcharakters aller Ökonomie lassen sich die einschlägigen standardökonomischen Grundfehler Objektivismus, Naturalismus und Ontologisierung vermeiden, nicht nur in der ökonomischen Gütertheorie und der Konsumökonomik, sondern hinsichtlich des Charakters ökonomischer »Gesetze« und »Regelmäßigkeiten« überhaupt. Wenn ökonomische Phänomene *soziale Konstrukte* sind, und nicht einfach das Ergebnis strategischen Handelns isolierter Individuen, dann wird die ökonomische Analyse gegenüber der soziologischen anschlussfähig, die Ökonomik öffnet sich der Gesellschaftswissenschaft. Das schafft neue konsumtheoretische Optionen, denn die für eine Neue Konsumtheorie zentralen Begriffe wie Bedürfnisse, Bedürfnisreflexion,

Konsumgüter, Konsumwünsche, Konsummuster, Konsumkulturen, Konsumkommunikation und Konsumhandeln sind nur als soziale Konstrukte sinnvoll zu konzipieren. Diese sozialen Konstrukte prägen das ökonomische Handeln nicht nur als Einflüsse *von außen*, sondern sie wirken auch *von innen* auf die Ökonomie: im ökonomischen Handeln selbst werden sie mitkonstruiert, was sich exemplarisch an sozialen Konsumkonstrukten wie etwa Erlebniskonsum oder Konsumverzicht, Konsumrationalität(en) oder Konsumexzesse, Esskulturen oder Wohnkulturen zeigen lässt. Soziale Konstrukte beeinflussen auch die Ökonomie selbst: Deren rationalistische, utilitaristische und individualistische Konsumkonzepte sind durch und durch ein Produkt bestimmter und bestimmbarer sozialer Konstruktionsprozesse.

Dass der Konventionismus den Konstruktcharakter ökonomischen Handelns und ökonomischer Strukturen ausgerechnet an der Produktion aufdeckt, scheint eine konsumtheoretische Wendung zu erschweren. Aber dies erleichtert es der Konsumtheorie auch erheblich, Konsum auch mit Blick auf die Produktion zu konzipieren – und Produktion auch im Hinblick auf den Konsum. In diesem Sinne hätte eine Forschungsrichtung einer Neuen Konsumtheorie Schnittstellen und Übersetzungsprozesse zwischen Konsum und Produktion zu thematisieren; der produktionszentrierte Konventionismus lenkt hier die Aufmerksamkeit auf die starke Strukturierungskraft von Güterarten und Qualitätsvorstellungen. Für eine am Produktion-Konsum-Komplex interessierte Konsumtheorie werden deshalb die konventionistische Güterkonzeption und ihr starker Akzent auf Qualitätsfragen besonders fruchtbar sein; ich gehe noch darauf ein.

Sehr brauchbar ist die Offenheit, die der Konventionismus hinsichtlich möglicher Typen von Akteuren zulässt. Wenn Handlungen, Situationen, Strukturen und die Kriterien für deren Evaluation soziale, veränderbare und nach »Welten« typisch unterschiedene Konstrukte sind, dann kann man auch Akteure und ihre Rationalitäten als weltenrelativ konstruiert betrachten. Akteurcharakteristika können sich dann systematisch nach Produktionswelten unterscheiden und diese Unterschiede resultieren aus einem individuellen und kollektiven Prozess der Selbstkonstruktion und Selbstrekonstruktion der Akteure. Damit kann man den universal-homogenen Akteur der Standardökonomik der Abteilung Schreckensmänner (vgl. Weise 1989) im ökonomischen Wachstumsfigurenkabinett anvertrauen und statt seiner sektoral heterogene, sozial kon-

struierte und konstituierte Akteure als Idealtypen der unterschiedlichen Weltenkonstrukte beschreiben. Man darf die zwanghafte Parallelisierung konsumtiver, arbeitender und unternehmerischer Akteure ad acta legen und die spannende Frage verfolgen, unter welchen sozialen Bedingungen sich welcher Akteurstyp in welcher der parallel existierenden Welten oder Kulturen durchsetzt.

Zweitens sind für die Entstehung und Aufrechterhaltung der ökonomischen Konstrukte die *situativen Interpretationen* der individuellen und kollektiven Akteure, die Koordination ihrer Handlungen und die daraus resultierenden Konventionen ausschlaggebend. Diese Interpretations- und Koordinationsprozesse beziehen sich immer auf schon vorhandene Situationen, Handlungsrahmen und Konventionen; sie sind insofern pfadabhängig und haben eine historische Dimension. Hier kann eine Neue Konsumtheorie anschließen, indem sie die systematische Unterschiedlichkeit typischer Konsumsituationen, typischer konsumtiver Interpretationsmuster und geltender Konsumkonventionen, deren Entstehungsprozesse, Traditionslinien und ökonomische Folgen analysiert. Ziel dieser Bemühungen wäre eine sozial-ökonomische *Pragmatik konsumtiver Situationen* (einschließlich von Kaufsituationen), die zu einer *Typologie von Konsumwelten* ausgebaut werden kann. Hier kann man gut an das institutionalistische Konzept der Angemessenheit und Authentizität von Konsum anknüpfen. Als Voraussetzung für eine Konsumweltentypologie muss die Konsumtheorie die konstitutiven Faktoren dieser Konsumwelten ausfindig machen; dazu wird sie vor allem auf soziologische Forschungen zurückgreifen müssen. Situation, Interpretation, Gewohnheit, Konvention und Handlungsrahmen sind die Schlüsselbegriffe des Konventionismus, die es der Konsumökonomik erlauben, an soziologisch und anthropologisch akzentuierte Konzepte realer Konsumwelten und realen Konsums anzuschließen. Hier sind insbesondere die Arbeiten der Neuen Konsumsoziologie relevant (vgl. einführend Gabriel/Lang 1995).⁴⁰⁵ Grundlegend bleibt das einflussreiche Werk »The World of Goods« von Mary Douglas und Baron Isherwood, anregend wirkt der innovative Ansatz »The World of Consumption« von Ben Fine und Ellen Leopold, auf den ich noch eingehen werde (7.2.2.2).

405 Vgl. dazu z. B. aus der angelsächsischen Soziologie Bocoek 1995; Campbell 1995; Featherstone 1991; Fine/Heasman/Wright 1996; Lury 1996; Miller 1995; für die recht nachzüglerische Konsumsoziologie in Deutschland z. B. Bögenholz 2000; Schneider 2000; Wiswede 2000; Lange 1997. Für den Teilbereich Ernährung und Essen vgl. Fn 163.

Douglas und Isherwood gehen von der allgemeinen Vorstellung aus, dass Güter vor allem Träger von Bedeutungen und Mittel der Kommunikation sind, die zu allererst sozialer Integration und Desintegration dienen; sie stiften Sinn, machen kulturelle Kategorien sichtbar und stabilisieren sie; erst in zweiter Linie dienen sie auch praktischen Zwecken (Douglas/Isherwood 1996/1979, XXI f. u. 38–40). Konsumgüter und *Konsumkulturen* werden so zum Organisationsmittel, mit dem soziale Beziehungen hergestellt und unterhalten, Grenzen gezogen und Kontrollen realisiert sowie deren Ergebnisse gerechtfertigt werden können (S. XXIV): »commodities are good for thinking; treat them as a nonverbal medium for the human creative faculty« (S. 41). Konsumkulturen stehen im Zusammenhang mit allgemeinen Kulturmustern. Diese können sich grundsätzlich auf zwei Dimensionen beziehen, auf eine »Gruppenumwelt« (group, Gruppenidentität)⁴⁰⁶ und auf eine »Individualistenumwelt« (grid, Regeldichte)⁴⁰⁷. Diese beiden Dimensionen können in Gesellschaften unterschiedlich stark ausgeprägt sein und sich zu institutionalisierten Kulturen entwickeln. Die möglichen Typen von Kombinationen lassen sich in der Vierfeldertafel eines grid-group-Diagramms schematisieren. Mary Douglas (1973; 1982) beschreibt in ihrer konstruktivistischen Kulturtheorie mit den Dimensionen group (Gruppenbindung, Kollektividentität) und grid (Klassifikation, Handlungsregeln) vier Kulturen oder Lebensformen, die durch gesellschaftliche Selbstbeschreibung entstehen, kulturelle Identitäten produzieren und unterschiedliche Handlungskontexte markieren: Marktindividualismus (low group/low grid), Hierarchie (high group/high grid), Egalitarismus (high group/low grid) und Fatalismus (high grid, low group) (vgl. Douglas/Wildavsky 1982). Für eine Neue Konsumtheorie ist die Einsicht wichtig, dass Konsumenten durch die von ihnen gewählten Güter in sozialer, räumlicher und zeitlicher Hinsicht eine für sie verstehbare Welt konstruieren; Konsumgüter sind danach Mittel der Sinnproduktion (Douglas/Isherwood 1996/1979, 43–45). Exemplarisch zeigt sich die

406 Erwa in Form von gemeinsamer Abstammung wie Geschlechter, Clans, Familien oder von Organisationen wie Unternehmen.

407 *Grid* – Gitter als Metapher für von Individuen durch Regeln geschaffene Grenzen – bezeichnet die Umwelt, die von Individuen durch ihre reziproke Interaktion geschaffen wird: »starkes Gitter« bedeutet, dass die Individuen sich stark voneinander abgrenzen (etwa durch selbst entwickelte Regeln sozialer Klassifizierung), was sie von freien Transaktionen untereinander abhält und zugleich sozialen Neid verhindert; umgekehrt lässt ein »schwaches Gitter« einen starken Individualismus und damit auch ungleiche Macht- und Wohlstandsverteilungen zu, was Neid fördert und Legitimation verlangt (Douglas/Isherwood 1996/1979, 22 f.).

hohe, meist aber latent bleibende kulturelle Bedeutung von Konsumgütern und Konsumgütermärkten an den Auseinandersetzungen um Sinn, Geltung und Schutz nationaler, regionaler und lokaler Lebensmittel, die im Zuge der politischen Versuche zur Durchsetzung eines freieren europäischen Marktes aufbrechen (vgl. Marsden/Flynn/Harrison 2000, 13 f.).⁴⁰⁸

Diese Vorstellung eines individuell-kollektiven Prozesses der Sinnkonstruktion durch Konsumgüter und Konsum, der in die Schaffung kultureller Konsumwelten mündet, ähnelt stark der Idee, dass individuelle und kollektive Akteure durch ihr Handeln Konventionen und über diese Produktionswelten schaffen. Bei beiden Ansätzen konstituieren sich die Welten erst durch die spezifischen *Relationen* zwischen den einzelnen Gütern oder Konventionen (und deren Relation zur Gesellschaft). Zu einer konventionistisch inspirierten Konsumtheorie passt auch, dass diese Kulturmuster aus der sozialen Praxis selbst heraus konstruiert werden, vor allem aus Interaktion und Gruppenkommunikation, und damit Identität konstruieren und Handeln ermöglichen (Japp 1996, 114). Dabei handelt es sich sowohl aus Sicht des Güterweltenansatzes als auch der Produktionsweltenkonzeption jeweils um *aktive und dynamische* Konstruktionsprozesse. Mary Douglas und Baron Isherwood unterstreichen (1996/1979, 45), »[c]onsumption is an active process in which all the social categories are being continually redefined«, und Michael Storper und Robert Salais betonen (1997, 17), »at any given moment, the context is evaluated and re-evaluated, reinterpreted, by the individual actor who must choose to practice or not practice according to a given convention«.

Ob die hier grob skizzierte Konsumkulturtheorie die angemessenste für eine Neue Konsumtheorie ist, will und kann ich hier nicht prüfen; vielmehr kommt es mir darauf an, zu zeigen, *dass* der konventionistische Akzent auf Situation, Interpretation, Konstruktion und »Welten« als Sinnzusammenhänge konsumtheoretisch sehr fruchtbar ist. Mit dieser versuchsweisen Gegenüberstellung von Produktionswelten und Konsumwelten ergibt sich das Problem, welche Anschlussmöglichkeiten es

408. Hier finden sich auch aussagekräftige Exempel für die durch und durch politische und kulturelle Konstitution von Märkten und für die daraus resultierende Notwendigkeit, soziale und kulturelle Redefinitionen durchzusetzen, wenn Märkte – nach den Vorgaben der Ökonomik (!), die sich mehrheitlich faktisch an Interessenlagen international agierender Produzenten orientieren – restrukturiert werden sollen.

zwischen den identifizierbaren und relativ kohärenten »Welten« des Konsums und der Produktion gibt. Leicht erkennbare Gemeinsamkeiten liegen in der Bedeutung von Konventionen und Qualitäten in beiden Welten.

Demnach liegt *drittens* ein weiteres gemeinsames Charakteristikum von Produktions- und Konsumwelten in der *Relevanz von Konventionen* für Produktions- und Konsumhandeln. Gewohnheiten, Bräuche und Konventionen sowie deren laufende Interpretation und Veränderung haben eine zentrale Bedeutung für die Entwicklung von umfassenden und differenzierten Konsumkulturen⁴⁰⁹; allgemeine Qualitätsideen können sich zu Konsumkultur bildenden Konventionen verfestigen (z. B. allgemeine Qualitätsideen wie Ästhetik, Gesundheit, Tradition, Natürlichkeit, Hochtechnologie, Umweltfreundlichkeit, Robustheit, Regionalität). Zu den qualitätsbezogenen Konsumkonventionen sind auch Zuschreibungen über die räumliche, zeitliche und soziale Angemessenheit von Konsumgütern und deren Kombinationen und Nutzungsformen zu rechnen (z. B. zu welchen Tageszeiten und Anlässen man in welchen sozialen Zusammenhängen und Räumlichkeiten welche Kombinationen von Nahrungsmittelzubereitungen in welcher Reihenfolge und wie zu sich nehmen kann).

An den Aspekt der Relevanz von Konventionen ist *viertens* anzuschließen, dass sich Handlungsrahmen und Welten in konventionistischer Perspektive wesentlich nach der Qualität, d. h. vor allem nach der Art von Gütern, ihren zugeschriebenen Eigenschaften und der Art ihrer Herstellungsprozesse, sowie nach charakteristischen Regionen unterscheiden. Damit stehen Güter und Güterqualitäten im Zentrum ökonomischen Handelns. Auf der Grundlage dieser vier Aspekte – Konstruktivismus, Situationalität, Konventionalität und Güterqualität – kann man einen leistungsfähigen, differenzierten und sozialwissenschaftlich anschlussfähigen konsumtheoretischen Analyserahmen entwickeln, weil sie eine multidimensionale Verbindung von Individuum, Institution, Gesellschaft und Sachen erlauben.⁴¹⁰

Die *Qualität als soziales Konstrukt* ist eine nahe liegende und sehr wichtige Schnittstelle zwischen Produktion und Konsum, denn Güter und deren Qualitäten stehen auch im Zentrum des Konsums und der

409 In der englischen Sprache scheint die enge Verbindung von Sitte, Brauch, Gewohnheit und Kunde (als dem persönlich und sachlich gewohnten Käufer) in den Wörtern *custom* und *customer* noch auf.

Konsumkulturen (vgl. z. B. Douglas/Isherwood 1996/1979, 82–85). Qualitätsaspekten gebührt deshalb die besondere Aufmerksamkeit einer Neuen Konsumtheorie. Qualitätskonventionen im Produktionsbereich müssen in Qualitätskonventionen des Konsumbereichs übersetzt werden, damit Güter verkauft und gekauft werden können. Damit wäre das Verhältnis von produktionsorientierten und konsumorientierten Qualitätskonventionen zu klären, eine große Herausforderung für eine ökonomische und soziologische Gütertheorie. Konventionistische Ansätze erlauben es, die konsumtheoretisch höchst interessante Frage zu diskutieren, über welche Situationsmuster, Konventionen und Institutionen Produktionswelten und Konsumwelten (sowie Distributionswelten!) kompatibel gemacht werden, hier speziell unter Qualitätsaspekten, grundsätzlich aber auch ganz allgemein. Wie werden sie gekoppelt (fest, lose, strukturell ...) oder wie werden sie entkoppelt (völlig, teilweise, sektoral, temporal ...)? Wie wird der Übergang von der Produktion in den Konsum, wie die Interpretation der Produktion im Konsum sozial konstruiert? Gibt es korrespondierende und divergierende Produktions- und Konsumwelten? Wenn Produktionswelten und Konsum(güter)welten als Sinnsysteme, Produkte und Konsumgüter als Sinnträger zu betrachten sind, wie hängen dann Qualität und Sinn zusammen und vor allem: wie werden produktiver Sinn und konsumtiver Sinn eines Gutes oder einer Güterart miteinander vermittelt? Gibt es Identitäten, Widersprüche, Wechselwirkungen zwischen dem produktionsseitigen Sinn eines Gutes und seinem konsumseitigen?

Diese Skizze zum Aspekt der Qualität zeigt erneut, dass eine konventionistische Konsumtheorie produktionstheoretisch anschlussfähig gemacht werden *kann*; wie dieser Anschluss zu konzipieren ist, bleibt dagegen noch völlig offen. Eine unkonventionelle und viel versprechende Lösung dafür skizzieren Fine/Leopold (7.2.2.2).

410 Die Fundierung von Konsum in wissensbasierten Akteur-Sache-Netzwerken und deren konstituierenden Einfluss auf Konsumenten beruht Alex Preda (1999, 359 f.): »The exchange and consumption of commodities (such as holidays and travels, but not only) is conditioned by knowledge-based networks that make possible the constitution of a commodity as a practical alignment of human actors and things. Such alignments require a good deal of practical knowledge on the part of the consumer, about how to enter relationships with the different, human and nonhuman components of such a network. Commodities are dependent on networks and, in fact, are constituted in and by them (...) But consumers too are constituted in and by such networks: in order to be able to access such a travel package, one needs several kinds of practical knowledge«.

7.2.2 Sozioökonomischer Paradigmenwechsel

Welche Möglichkeiten bieten sich für eine dezidiert *sozialwissenschaftliche Rekonstruktion* der Konsumtheorie? Ich beschränke mich hier zum einen auf die Konzepte, die unter dem neuen Paradigma der *Sozioökonomik* – genauer: mit dem Anspruch, ein solches Paradigma zu konstruieren und zu etablieren – entwickelt werden. Dabei konzentriere ich mich auf deren bisher dominierende Hauptrichtung, die Richard Hattwick als Soziologische Sozioökonomik von zwei weiteren Richtungen unterscheidet (1999, 512)⁴¹¹; ich werde sie kurz Sozioökonomik nennen (7.2.2.1). Zum anderen werde ich einen Ansatz präsentieren, der mit bescheideneren Ansprüchen entwickelt wurde, aber einen tief greifenden konsumtheoretischen Richtungswechsel bedeutet und sehr kreative Analysen ermöglicht: das Konzept der Güterversorgungssysteme (7.2.2.2).

7.2.2.1 Soziale Einbettung von Konsum: Sozioökonomik

Die Sozioökonomik will Elemente der Wirtschaftswissenschaften und anderer Sozialwissenschaften in ein theoretisches System integrieren, ohne sie jedoch zu verschmelzen. Was Sozioökonomik sein will, formuliert das Programm der Society for the Advancement of Socioeconomics (SASE). Amitai Etzioni gründete sie 1989, um eine konstruktive Gegenmacht zur Neoklassik zu bilden (SASE 2001; Etzioni 1998; vgl. Seifert/Priddat 1995, 14 f.; Zafirovski 1998). Danach interessiert sich die Sozioökonomik für die Analyse ökonomischen Verhaltens innerhalb seiner psychischen, gesellschaftlichen, institutionalen, historischen, philosophischen und ethischen Kontexte. Sie kritisiert zwar die Neoklassik, aber vorwiegend auf dem Weg, selbst alternative sozioökonomi-

⁴¹¹ Richard Hattwick differenziert das Paradigma der Sozioökonomik in drei Paradigmen oder Visionen aus: erstens die Psychologische Sozioökonomik, die den größten Teil der Standardökonomik übernimmt, aber deren *homo oeconomicus* durch einen psychologisch differenzierten *homo oeconomicus* ersetzt und Erkenntnisse der etablierten akademischen Psychologie übernimmt; zweitens die Soziologische Sozioökonomik, die zwar sehr viel mit der ersten teilt, aber einen starken Akzent auf die Themen Gleichheit, Gerechtigkeit und Gemeinschaft sowie auf soziale Institutionen und deren Folgen für die Ökonomie setzt und vor allem mit Erkenntnissen der Soziologie arbeitet; drittens die Humanistische und Holistische Sozioökonomik, die sich vor allem auf die Geisteswissenschaften, die Biologie und die Humanistische Psychologie bezieht (Hattwick 1999, 512 f.). Die Psychologische Sozioökonomik ist mit der Psycho-sozio-anthropo-Ökonomik von George Akerlof sehr verwandt; vgl. Fn 383.

sche Modelle zu entwickeln, um Sozioökonomik so als eine eigene Disziplin voranzubringen (Etzioni 1998, 541).⁴¹²

Sozioökonomische Grundideen und Basisannahmen sind die Einbettung der Ökonomie in Gesellschaft, Politik (Institutionen) und Kultur, die Konzipierung der Ökonomie als Subsystem der Gesellschaft, die Relevanz von Werten, von ökonomischer, politischer und ideologischer Macht und von sozialen Beziehungen für Ökonomie und Wettbewerb, die Auffassung der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen als Grundlage *und* Restriktion ökonomischen Handelns, die Annahme der Möglichkeit von *grundlegenden* Interessenkonflikten und der Abhängigkeit der Markteffizienz von gesellschaftlicher und politischer Ordnung. Bei individuellen Wahlhandlungen dominieren eher Werte, Emotionen, soziale Übereinkünfte und Urteile als präzises Eigennutzkalkül oder Luststreben. Rationale und nicht rationale Faktoren prägen das ökonomische Verhalten. Die sozioökonomische Sicht ökonomischen Verhaltens ist insofern holistisch, als sie sich auf die ganze Person und alle Facetten von Gesellschaft bezieht.

Methodologisch räumt die Sozioökonomik induktiven Ansätzen den gleichen Rang wie deduktiven ein, ihre Analysen sind stark empirisch interessiert. Sozioökonomik anerkennt irreversible Veränderungen in der historischen Zeit, qualitative Differenzierung und Evolution in der Ökonomie, die ökonomische Relevanz von qualitativen Variablen sowie die Indeterminiertheit der Ökonomie auf Grund menschlicher Freiheit und Intentionalität (Elliot 1996, 42). Weil sie alle relevanten Einflussfaktoren ökonomischen Verhaltens berücksichtigt, arbeitet sie bevorzugt mit multivariaten Modellen (Zafirovski 1998, 168). Im Unterschied zur Neoklassik, die davon ausgeht, dass es ein allgemein definiertes bestes Wirtschaftssystem gibt, nämlich die privatkapitalistische Marktwirtschaft angloamerikanischer Provenienz, räumt die Sozioökonomik die Existenz mehrerer »guter«, national unterschiedlich ausgeprägter Wirtschaftssysteme ein (Hattwick 1999, 527 f.).

Insgesamt gesehen legt die Sozioökonomik einen starken Akzent auf Institutionen, die ökonomisches Handeln überhaupt erst ermöglichen und zugleich seine negativen Folgen begrenzen, sowie auf die Wechsel-

412. Damit widmet sich die Sozioökonomik der Aufgabe, aus der Falle der »ewigen Kritik« an der Neoklassik zu entfliehen, und eigene Wege zu gehen, wie Etzioni betont: »That's the challenge for us. A sounder theory, a more compelling social philosophy, an empirically more valid paradigm. The rest will take care of itself« (Etzioni 1998, 542).

wirkung zwischen ökonomischem System und anderen sozialen Systemen (Hattwick 1999, 519 f.). Man kann sagen, dass die Sozioökonomik von einem institutionalen Realismus durchdrungen ist, der die Akteure in soziale Kontexte einbettet, diese aber umgekehrt auch als von den Akteuren beeinflusst sieht, also von einer reziproken Determination von Handlung und Struktur ausgeht (Zafirovski 1998, 174, 180 f., 191). Die sozioökonomische Programmatik weist damit deutliche Parallelen zum Institutionalismus, zur Radikalen Ökonomik, zur Neuen Wirtschaftssoziologie⁴¹³ und zu Max Webers Vorstellungen einer Sozialökonomik auf; das drückt sich auch in personellen Verflechtungen aus. Zu den sozioökonomischen Protagonisten gehören z. B. Amitai Etzioni, Kenneth Boulding, John Kenneth Galbraith, Albert O. Hirschman, Amartya Sen und Harvey Leibenstein; weitere Vertreter sind Karl S. Althaler, Beat Bürgenmeier, Robert Boyer, Neil Fligstein, David Marsden und Wolfgang Streeck.

Sozioökonomen versuchen gezielt, gegenüber der Neoklassik ein alternatives Paradigma aufzubauen; eine führende Figur dieser Theoriestrategie ist Amitai Etzioni. In seinem folgenreichen Buch »The Moral Dimension – Towards a New Economics« (1996/1988)⁴¹⁴ stellt er dem neoklassischen Paradigma einen deontologischen⁴¹⁵ Gegenentwurf gegenüber, das »Ich+Wir-Paradigma« (S. 21), und erklärt die Synthese beider Ansätze zum wissenschaftlichen Ziel (S. 25). Folgt man Etzioni, handeln Individuen in sozialen Kontexten, die nicht auf individuelle Entscheidungen reduziert werden können; vielmehr erleben Individuen diese Kontexte als legitime und integrale Bestandteile ihrer eigenen Existenz, d. h. sie internalisieren den sozialen Kontext (Wir-Dimension) (S. 28) und nutzen ihn nicht (nur) strategisch für die Durchsetzung ihrer Interessen. Das deontologische Paradigma unterstellt eine persönliche Verbundenheit mit der Gemeinschaft, eine gemeinsame Identität

413 Allerdings bleiben deutliche Unterschiede bestehen: so versteht ein Teil der Neuen Wirtschaftssoziologie im Unterschied zur Sozioökonomik soziale Einbettung vor allem als über interpersonale Beziehungen vermittelt (relationale Einbettung im Netzwerkansatz) und vernachlässigt demgegenüber die Einbettung über soziale Institutionen (institutionale Einbettung) (vgl. Zafirovski 1998, 177 f.).

414 Der Titel der deutschen Ausgabe – »Die faire Gesellschaft. Jenseits von Sozialismus und Kapitalismus« – verfehlt die disziplin- und paradiemenpolitische Hauptintention von Etzioni.

415 Etzioni bezieht einen gemäßigt deontologischen Standpunkt, nach dem Handlungen dann moralisch richtig sind, wenn sie einem relevanten Prinzip oder einer Verpflichtung entsprechen; Handlungen werden also zuerst nach ihrer Absicht beurteilt, erst in zweiter Linie nach ihren Folgen (1966, 40 f.). Ein gemäßigt utilitaristischer Ansatz kehrt diese Rangfolge um.

und Verpflichtung gegenüber moralischen Werten. Dies bezeichnet eine Seite des Konzepts vom *dualen Nutzen*, den Altruismus als Sorge für andere; die zweite Seite besteht im Eigennutz des Individuums (Hattwick 1999, 516). Nach diesem Ich+Wir-Paradigma entsteht eine kreative Spannung zwischen diesen beiden primären Kräften, der des Individuums mit seinen Trieben und Wünschen, und der der Gemeinschaft mit ihren Werten und Verpflichtungen; Individuen (und Gesellschaften) bemühen sich fortwährend, zwischen beiden ein Gleichgewicht zu schaffen (Etzioni 1996/1988, 38). Mit diesen Grundideen schlägt Etzioni einen »Mittelweg« zwischen untersozialisierten und übersozialisierten Konzeptionen menschlichen Handelns vor (S. 41–43). Andere Sozioökonomiker gehen weiter, indem sie ökonomischen Akteuren eine Vielfalt von Absichten unterstellen (multimotivierter Akteur; vgl. z. B. Sen 1999, 297–334) und eine komplexe ökonomische Zieltypologie entwickeln (vgl. Zafirovski 1998, 175).

Diese Sozioökonomik lehnt die Standardökonomik nicht völlig ab, sondern nimmt sie in ihr neues Paradigma auf. So zielt Etzions Strategie darauf ab, den neoklassischen Ansatz systematisch sozial einzubetten, also den sozialen Kontext zu beschreiben, in dem neoklassische Faktoren zur Entfaltung kommen, und die Neoklassik auf diesem Wege *soziologisch* zu relativieren. In diesem Sinne geht die Standardökonomik im Ansatz der *Kodeterminierung* auf; »[e]r umfasst Faktoren, die die Gesellschaft und die Persönlichkeit prägen, sowie neoklassische Faktoren, die die Märkte und die rationale Entscheidungsfindung bestimmen« (Etzioni 1996, 25). Nach Etzioni ist die Sozioökonomik eine komplexe »Brückendisziplin«, die versucht, »eine transdisziplinäre Brücke zwischen Tausch und Struktur zu errichten, die den Markt, das Staatswesen und die Gesellschaft verbindet« (S. 46) und alle die Disziplinen umfasst, die sich mit den Beziehungen zwischen ökonomischen und nicht-ökonomischen Variablen beschäftigen (Etzioni 1998, 542). In diesem Sinne versteht sich die Sozioökonomik als eine sich herausbildende »Metadisziplin« (SASE 2001), die sich dadurch ausweist, dass sie ökonomische Variablen als komplexe soziale Phänomene betrachtet (Zafirovski/Levine 1999, 310). Dies kehrt allerdings die Denkstrategie der Standardökonomik um, der es gerade darauf ankommt, Modelle aus ökonomischen reinen Variablen zu konstruieren und jede »Verschmutzung« der Ökonomik strikt zu vermeiden, die aus der Hereinnahme von soziologischen Variablen resultieren würde. Die Sozioökonomik ist dagegen

bereit, sich die Hände durch Berührung mit der Soziologie »schmutzig« zu machen⁴¹⁶.

In vier wesentlichen Hinsichten verändert Etzioni die neoklassischen Basisannahmen. Zunächst nimmt er mit dem dualen Nutzenkonzept im Bereich der Ziele der Akteure zwei nicht weiter reduzierbare Nutzentypen und Maßstäbe an, das Vergnügen und die Moral. Zweitens stellt er fest, dass die Mittel, um diese Ziele zu erreichen, zuerst und vor allem auf Grund von Werten und Emotionen gewählt werden (Etzioni 1996/1988, 43 f.), also keineswegs Gegenstand einer wertneutralen, rationalen Wahl sind. Drittens öffnet er das hermetisch geschlossene Präferenzkonzept der Neoklassik; er versteht Präferenzen als veränderbar und formbar und macht dies zum Thema der ökonomischen Analyse (Etzioni 1999c, 53–58). Etzioni betont, »that group processes deeply affect people's values, emotions and preferences, via non-rational processes such as empathy, identification, and internalization« (S. 56). Ökonomik müsse deshalb psychologische und vor allem soziologische Forschungsergebnisse berücksichtigen. Besonders wichtig sei es, die Abhängigkeit individueller Wahlentscheidungen von kollektiven sozialen Bezugsrahmen in Rechnung zu stellen. Viertens werden als die eigentlichen Entscheidungsträger soziale Kollektive betrachtet, die den Rahmen für die individuellen Entscheidungen definieren; damit erhält die soziale Struktur eine hohe ökonomische Relevanz (Etzioni 1996/1988, 27). Märkte, Wettbewerb und ökonomische Dynamik kann man nur dann angemessen untersuchen, wenn man soziale, politische und kulturelle Faktoren in die Analyse integriert; ein entscheidender Faktor in diesem Zusammenhang ist die ungleiche Machtverteilung unter den Akteuren.

Diese sehr knappe Skizze der Sozioökonomik gibt selbstverständlich nur den allgemeinsten Basiskonsens wieder und lässt Differenzierungen zwangsläufig unberücksichtigt. Sicher gibt es eine Reihe wesentlicher Kritikpunkte, von denen hier nur wenige genannt werden können. Es handelt sich um ein recht heterogenes Feld, das nicht auf einem kohärenten theoretischen Fundament aufbaut und nur sehr unscharfe Gren-

⁴¹⁶ Die Formel »clean models versus dirty hands« bringt diesen Gegensatz treffend auf den Punkt (Hirsch/Michaels/Friedman 1990). Aus diesem Unterschied resultiert ein erheblicher Teil der Schwierigkeiten der Disziplinen Ökonomik und Soziologie, miteinander fruchtbar zu kooperieren: »Pure elegance of models leads to sterility; unwillingness to abstract from and go beyond one's data leads to pure narrative. Our bias, if forced to choose, however, is that we already have too much of the former and not enough 'dirty hands'« (S. 54) (Hervorh. im Orig.).

zen zu anderen heterodoxen ökonomischen Strömungen zieht. Manches bleibt noch zu stark auf der programmatischen Ebene, und dort wird vieles, was sozialwissenschaftlich längst einschlägig ist, häufig nur wiederholt. Der wesentlich höhere Grad von Komplexität, mit dem die Sozioökonomik verglichen mit der Standardökonomik arbeitet, bringt weit weniger theoretische Stringenz und formalisierte Modelleleganz mit sich. Trotz dieser und anderer Schwächen waren das sozioökonomische Feld und seine Akteure disziplinpolitisch allerdings recht erfolgreich: Nach einem Jahrzehnt der in Form der SASE organisierten Sozioökonomik ist aus den Vorläufern und Anfängen eine breite, institutionalisierte⁴¹⁷, interdisziplinäre und international präsen- te wissenschaftliche Bewegung geworden. Welche Leistungen und Anschlusspunkte kann man von der sozioökonomischen Theorie für eine Neue Konsumökonomik erwarten?

Die Sozioökonomik hat bisher keine eigene Konsumtheorie entwickelt. Der besondere Reiz ihrer paradigmatischen Konzeption liegt sicher im Ansatz der Kodeterminierung, der eine Synthese aus standardökonomischer und soziologischer Konsumtheorie zu versprechen scheint. Da die Sozioökonomik aber bisher nur einzelne konsumtheoretische Arbeiten hervorgebracht hat, ist nicht abzusehen, ob und wie dies gelingen soll. Weniger anspruchsvoll gedacht, bietet sich ein konsumtheoretischer Anknüpfungspunkt im Bild des ökonomischen Akteurs, insbesondere seiner Motive, Ziele und Werte. Erstens erlaubt und verlangt die Sozioökonomik eine »Vergesellschaftung« der Marktseite des Konsums, denn aus Sicht der Sozioökonomik des Marktes muss man ökonomische Tauschakte als wesentlich sozial konstituiert und begründet begreifen (Zafirovski/Levine 1999, 310); hier zeigen sich Parallelen zur zeremonialen Dimension des Konsums im Institutionalismus. Tauschprozesse, so die Sozioökonomik, können nur dann erklärt werden, wenn man intrinsische Motivation und andere nicht ökonomische Variablen einschließlich moralischer Werte in Betracht zieht und damit deren substanzielle bzw. materiale Rationalität analysiert (S. 315). Zweitens stehen all die Einflussfaktoren, die Wahl, Kauf und Konsum wesentlich prägen, weit oben auf der sozioökonomischen Agenda: Emotionen, Werte, soziale Übereinkünfte, Macht, Institutio-

417 U. a. mit einer »eigenen« Zeitschrift, dem *Journal of Socio-Economics*, das in 2001 im 30. Jahrgang erscheint.

nen. Aus konsumökonomischer Sicht markiert die Öffnung der Präferenzen einen wesentlichen Fortschritt; hier kann eine anspruchsvolle und innovative Konsumökonomik ansetzen, die die Präferenzen der Konsumenten als formbar und als an sozialen Bezugsrahmen orientiert konzipiert. In beiden Aspekten liegt eine wichtige Gemeinsamkeit mit der institutionalistischen Konsumtheorie.

Das duale Nutzenkonzept der Sozioökonomik ermöglicht es, ohne argumentative Kapriolen auch solches Konsumverhalten zu erklären, das sich etwa an Umweltschutz, Solidarität, Gerechtigkeit oder Bescheidenheit orientiert. Zugleich können der individuelle Konsumprozess und die darauf gerichteten Entscheidungen als *inhaltlich* konflikthaft begriffen werden, sodass der harmonisierende Ansatz der Standardökonomik aufgegeben werden kann. Dabei dreht sich die Analyse nicht mehr nur um den formalen Konflikt zwischen Einkommen und Bedürfnissen, um die »ewige« Knappheit, sondern um einen materialen Konflikt, auf individueller Ebene zwischen einander widersprechenden Zielen (z. B. Ich – Wir) und auf überindividueller zwischen Kollektiven mit grundsätzlich unterschiedlichen Interessen.

Stellt man die bereits oben angesprochene umfassende und wirkungsmächtige institutionelle Rahmung von Konsum in Rechnung, erweist es sich konsumtheoretisch erneut als hilfreich, dass die Sozioökonomik Konsumententscheidungen auf vorgegebene soziale, kulturelle und politische Rahmungen zu beziehen erlaubt. So können auch die relevanten Aspekte Konsumpolitik, konsumpolitische Akteure und konsumregulative Institutionen in die Analyse einbezogen werden.

Die Sozioökonomik analysiert – wie der Institutionalismus – Veränderungen in der historischen Zeit; die Konsumgeschichte zeigt, dass Konsum raum-zeitlich und sozial gebunden und veränderbar ist. Deshalb ist die Historizität von Konsum ein unabdingbares Merkmal einer sozialwissenschaftlichen Konsumtheorie. Ein relativer Nachteil liegt darin, dass die sozioökonomische Analyse weitgehend die Sache, hier das Konsumgut, ignoriert, während der institutionalistische Nutzendualismus die zeremoniale *und* instrumentale Dimension von Konsum umfasst. Der Institutionalismus ist hier überlegen, weil er die sachliche Dimension des Konsums integriert und sich damit als gütertheoretisch anschlussfähig erweist.

Schließlich hat die Sozioökonomik konsumtheoretisch betrachtet den großen Vorteil, sich als komplexe, transdisziplinäre Brückendisziplin

lin zu verstehen und damit vom disziplinären Selbstverständnis her Raum für die Entwicklung einer komplexen Neuen Konsumtheorie zu schaffen. Soweit sie die methodologischen und strategischen Wege dafür auch bereitstellt, und nicht nur reklamiert, dürfte sie sich als konsumtheoretisch sehr fruchtbar erweisen.

7.2.2.2 *Jenseits der Konsumtheorie: Versorgungssysteme*

Für die Frage, ob und wie Produktionswelten und Konsumwelten zusammenhängen, und für die Bearbeitung ihrer Aspekte wie Abgrenzung, Kompatibilität, Kohärenz und Interdependenz zwischen der Gruppe der produktiven und der der konsumtiven Welten bieten Ben Fine und Ellen Leopold (1993) eine radikale Lösung an: Sie geben die Unterscheidung Produktionssystem / Konsumsystem ganz auf und konstruieren Güterversorgungssysteme⁴¹⁸ (systems of provision) als *vertikal* strukturierte und integrierte Güterwelten. Diese unterscheiden sich signifikant nach Gruppen verwandter Güter und umfassen die Produktions-, Distributions- und Konsumebene gleichermaßen (vgl. zum Folgenden Fine/Leopold 1993; Fine 1995; Fine/Heasman/Wright 1996). So bilden etwa der Ernährungs- oder der Bekleidungsbereich eigenständige Produktions-Distributions-Konsumtions-Systeme, kurz Versorgungssysteme oder Güterwelten; z. B. umfasst das Lebensmittel-system eine zusammenhängende Aktivitätskette von der Landwirtschaft bis zum Haushalt (vgl. Goodman/Redclift 1991). Der systems-of-provision-Ansatz bietet zwar derzeit eher konzeptionelle Orientierungen und lose gekoppelte Theorieelemente als eine theoretisch geschlossene und empirisch fundierte Konzeption; einer Neuen Konsumtheorie kann er aber wichtige Impulse geben.

Fine und Leopold lehnen die hoch abstrakten standardökonomischen Konzepte des isoliert existierenden Universalguts und des horizontalen Universalmarkts ab und stellen ihnen Güterwelten oder Branchensysteme als Analyseeinheit gegenüber. Eine Konsumtheorie, die von einem einheitlichen Standardmarkt ausgehe, bleibe unterkomplex, untersozialisiert, realitätsfern und sei deshalb wenig relevant. Sie ver-

⁴¹⁸ Der englische Begriff »system of provision« lässt sich nicht bedeutungsgleich übersetzen, weil im deutschen Wort Versorgung eine irreführende sozialstaatliche Konnotation mitschwingt; die freie Übersetzung »Gütersysteme« bleibt begrifflich zu eng. Eine brauchbare, aber sprachlich etwas umständliche Alternative ist Güterversorgungssystem.

schließe sich systematisch wesentlichen Erkenntnissen über die Funktionsweise von Konsumsystemen; vor allem bleibe so deren systematisch differenzierte Struktur und historische, pfadabhängige Entwicklung verborgen. Nicht zuletzt sei diese standardökonomische Konzeption unfähig, wichtige Einsichten anderer Theorien zu integrieren. Die konsumtheoretisch relevante Vielfalt und Komplexität könnten nur dann berücksichtigt und theoretisch integriert werden, wenn man als Analyseeinheit einzelne Güterarten oder Güterwelten wähle. Beispielsweise verteilen sich konsumtive Grundorientierungen wie Gesundheit, Erlebnis, Genuss, Natur, Sicherheit und die Grade von individueller Konsumfreiheit sehr ungleichmäßig auf die verschiedenen Gütergruppen, man denke etwa an Autos, Medikamente, Kleidung, Lebensmittel oder Haushaltsgeräte. Wichtig erscheint mir, dass auch dieser Ansatz den Konsumgütern – allgemeiner formuliert den Objekten oder Sachen – einen zentralen konsumtheoretischen Stellenwert zuweist, sodass die Beziehung Konsument–Konsumgut differenziert thematisiert werden kann.

Fine und Leopold entwickeln ihren Versorgungssystem-Ansatz als Zwei-Dimensionen-Konzept. Sie unterscheiden zum einen horizontale Faktoren, die grundsätzlich auf eine ganze Ökonomie oder Gesellschaft wirken, z. B. Profitstreben, Einkommensentwicklung, Automatisierung oder Verschleierung des Warencharakters. Diese Faktoren wirken je nach Güterarten und Gütersystemen unterschiedlich stark und interagieren auf güterspezifisch differierende Art und Weise, z. B. je nach dem jeweiligen Potenzial für Rationalisierung oder für Verfälschung eines bestimmten Gütertypus. Aus dieser Wechselwirkung zwischen den horizontalen Faktoren und den typischen Gütercharakteristika bilden sich güter(art)spezifische Versorgungssysteme; diese werden als »vertikal« bezeichnet (Fine/Leopold 1993, 32–35). Im vertikalen Ansatz von Fine und Leopold spielen horizontale Faktoren, die materielle *und* kulturelle umfassen, im Allgemeinen in jedem Versorgungssystem eine *unterschiedliche* Rolle, denn Güter werden auf systematisch unterschiedliche Art und Weise produziert und kommuniziert. Diese differenten Güterversorgungssysteme konzipieren die Autoren wie folgt:

»Consequently, a system of provision (in, for example, housing, food or fashion) is taken to denote the articulation of economic and social factors that give rise both to the level and composition of consumption (quantitative aspect) and the meanings with which it is endowed (qualitative aspects). (...)

In practise, a system of provision entails a more comprehensive chain of activities between the two extremes of production and consumption, each link of which plays a potentially significant role in the social construction of the commodity both in its material and cultural aspects. In other words, distribution, finance and marketing are all important components of provision« (Fine/Leopold 1993, 33).

Einige Beispiele mögen den vertikalen Ansatz verdeutlichen. Wie sich ein Güterversorgungssystem entwickelt, hängt mit von historischen Faktoren ab. So trägt etwa das britische »Zuckersystem« national typische Züge und durchlief markante Phasen, so genannte Zuckerregimes, die ein Ausdruck der jeweiligen Verhältnisse zwischen der Landwirtschaft als politisch vermitteltem Sektor, der Lebensmittelindustrie und dominanten Konsummustern seien; dieses Versorgungssystem wird als Exempel einer politischen Ökonomie des Lebensmittelsystems interpretiert (Fine/Heasman/Wright 1996, 77–130). Fine und Leopold zeigen beispielsweise (1993, 96–101), wie die Standardisierung und Massenfabrikation von Herrenkleidung durch die Bedürfnisse der Industrialisierung und des Militärs vorangetrieben wurde, ein Faktor, der bei Damenkleidung fehlt. Die unterschiedliche Relevanz von Information und die divergenten Rationalisierungsstrategien bei Bekleidungs- und Ernährungsgütern bewirkten differente Muster der Branchenentwicklung. Bei Lebensmitteln finde man eine relativ frühe Standardisierung, Markenpolitik und Werbeintensität, während es sehr viel länger dauerte, bis sich Konfektions- und Markenartikel im Bekleidungsbereich durchsetzten (S. 88–90). Gegensätzlich habe sich hier auch der Umgang mit »Verderblichkeit« entwickelt: während die Lebensmittelindustrie ihr Streben darauf richte, ihre Waren durch umfangreiche technologische Prozesse möglichst lange haltbar zu machen und Verderblichkeit zu reduzieren – ihr jüngster Versuch ist die Gentechnologie –, sei die Bekleidungsbranche daran interessiert, die Verderblichkeit ihrer Waren durch modische Obsoleszenz zu steigern (S. 90–92). Außerdem könne man das Nahrungsmittelsystem im Unterschied zu anderen Versorgungssystemen durch die herausragende Bedeutung organischer Faktoren am Anfang (Landwirtschaft) und Ende (Haushalt) einschließlich deren kommunikativer Interpretation und individueller Inkorporation charakterisieren (Fine/Heasman/Wright 1996, 31–39). Das Kleidungssystem dagegen habe sich von natürlichen Einflüssen am Anfang und Ende der Aktivitätskette weitgehend emanzipiert, werde aber nach-

haltig durch »natürlich« segmentierte Märkte geprägt – Baby-, Kinder-, Erwachsenen-, Männer-, Frauenkleidung –, was die Produktions- und Vermarktungskette erheblich kompliziert und Rationalisierung bremst. Weitere Beispiele finden sich im dynamischen Spannungsfeld zwischen öffentlichen und privaten Versorgungssystemen, z. B. in Form der Privatisierung oder Reorganisation öffentlicher Güterversorgung nach privatkapitalistischen Prinzipien, wobei z. B. im Gesundheitssystem die Bürger zunehmend zu atomisierten Kunden von Dienstleistungen umdefiniert wurden (Fine/Leopold 1993, 300 f.).

Auch wenn es sich hier um einen noch nicht sehr systematischen und elaborierten Ansatz handelt, der sich empirisch zudem vor allem auf britische Verhältnisse konzentriert, bietet er im Kern die Chance, analog zur konventionistischen Theorie der Produktionssysteme eine Theorie der Konsumgüterssysteme zu entwickeln. Wie der Konventionismus von Salais und Storper versucht auch der Versorgungssystem-Ansatz von Fine, Leopold und anderen, Sozialstrukturen und Sachstrukturen (konsum-)theoretisch miteinander zu verbinden und analytisch fruchtbar zu machen. Beide Ansätze motivieren sich übrigens aus einer sehr ähnlichen Kritik am Universalismus der Standardökonomik und ihrem Desinteresse gegenüber einem materialen Güterbegriff und der Eigenlogik der Artefakte. Ihr Fokus auf die Relevanz von Gütern in Sozialsystemen erlaubt es, an die Wiederentdeckung der Dinge in der Soziologie anzuschließen, wie sie jüngst etwa die Akteur-Netzwerk-Theorie forciert (vgl. Callon 1991 und 1998a; Latour 1991, 1995 und 1996; Law/Hassard 1999); Alex Preda (1999) will dieses Neudenken zu einer soziologischen Theorie der Dinge vorantreiben. Bereits vor vielen Jahren hat Hans Linde (1972) eine grundlegende Arbeit über soziologische Zugänge zu Sachen vorgelegt, die leider lange kaum rezipiert wurde.

Das Konzept der *systems of provision* ist ein ökonomisch-wirtschaftshistorischer Ansatz, der implizit in der Tradition des Amerikanischen Institutionalismus steht und Bezüge zu Soziologie, Politologie und Psychologie herstellt. Im Kern handelt es sich um eine Politische Ökonomik differenzieller Konsum-Produktions-Systeme. Der starke gütertheoretische Akzent und die güterdifferenzierende Analyse der Ökonomie bilden einen wichtigen konsumtheoretischen und sozialwissenschaftlichen Aktivposten dieses Ansatzes, der die Gütertheorie von Einheit auf Differenz umstellen will. Eine weitere wichtige Leistung besteht in der Betonung der vertikalen Perspektive für die ökonomische

Analyse und der Relevanz vertikaler Strukturen; das erhöht auch die Anschlussfähigkeit an institutionalistische und konventionistische Konzepte. Weitere Potenziale dieses Ansatzes liegen in der Multidimensionalität der berücksichtigten Faktoren, die z. B. auch naturwissenschaftliche und technische Aspekte umfasst, der Historizität und Veränderbarkeit der Versorgungssysteme, deren enge Verknüpfung mit gesellschaftlichen und politischen Faktoren, die eine Repolitisierung der Konsumtheorie erlaubt und verlangt. Zu begrüßen ist nicht zuletzt die grundständig interdisziplinäre Konzeption.

7.3 Konsumtheoretische Neuerungen oder Neue Konsumtheorie?

Der konsumtheoretisch interessierte Schnelldurchgang durch die ökonomikaffinen theoretischen Konzepte von Institutionalismus, Konventionismus und Sozioökonomik sowie durch den Versorgungssystem-Ansatz wirkt einerseits enttäuschend. Abgesehen von der institutionalistischen Konsumtheorie in der Veblenschen Tradition konnten keine hinreichend breiten und systematischen Konzepte aufgefunden werden, die *unmittelbar* als Startpunkt für eine Neue Konsumtheorie dienen könnten. Andererseits bieten die vorgestellten Theorien und Ansätze eine Fülle grundlegender Konzepte, die konsumtheoretisch außerordentlich anregend und fruchtbar sind und sich dafür eignen, die eklatanten Erklärungsdefizite der standardökonomischen Konsumtheorie zu bearbeiten. Viele der für eine Neue Konsumtheorie erforderlichen Theorieelemente sind also bereits vorhanden, weitere können konsumtheoretisch gewendet werden. Würde man in einem nächsten Schritt den Suchfokus auf soziologische und sozialpsychologische Ansätze erweitern, kämen eine ganze Reihe zusätzlicher Ideen, Modelle und Ergebnisse – allerdings auch theoretischer Probleme – hinzu.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die bereits formulierte Grundfrage noch dringender: Revision oder Neubeginn der Konsumtheorie? Soll man die standardökonomische Konsumtheorie im Prinzip beibehalten, jedoch sozialwissenschaftlich differenzieren und aufrüsten, sei es im Sinne von George Akerlofs Psycho-sozio-anthropo-Ökonomik oder etwas mutiger im Sinne des gemäßigten, auf Integration abzielenden Ich+Wir-

Paradigmas der Sozioökonomik? Soll man stattdessen paradigmatisch radikaler umstellen und die institutionalistische Konsumtheorie als Ausgangspunkt wählen? Oder soll man gar einen völligen Neubeginn wagen, der die Konsumtheorie von vornherein als interdisziplinäres oder transdisziplinäres sozialwissenschaftliches Projekt angeht? Welche Richtung man auch wählt, man wird das mentale Modell der Standardökonomien vor allem in drei Punkten modernisieren müssen: hinsichtlich des allgemeinen Desinteresses gegenüber dem Konsumbereich, hinsichtlich der Arroganz gegenüber anderen Sozialwissenschaften (und gegenüber heterodoxen ökonomischen Paradigmen!) und nicht zuletzt hinsichtlich der Ignoranz des ökonomistischen Reduktionismus.

Wendet man die Methode neuen institutionalistischen Denkens reflexiv auf die Ökonomik selbst an, muss man die Machtfrage stellen; denn es ist eine Frage der Macht, welche Richtungen einer paradigmatischen Weiterentwicklung der Ökonomik und damit auch der Konsumökonomik zugelassen werden und welche nicht. Institutionalistisch kann man die Standardökonomik als ein stabiles organisiertes soziales Feld und als ein Machtsystem auffassen, in dem die Inhaber von Machtpositionen ihren Standpunkt mittels einer Kontrollkonzeption und ihrer Regeln durchsetzen, hier den Essentials des standardökonomischen Credos; damit definieren sie den kognitiven Rahmen des Feldes auch für mögliche Herausforderer und beschränken die Optionen möglicher Entwicklungspfade (vgl. Fligstein 1998). So gesehen ist *disziplinpolitisch* eine sozialwissenschaftlich informierte Weiterentwicklung der Standardkonsumtheorie am aussichtsreichsten, die sich davor hütet, den Kern des herrschenden Credos anzugreifen. Die vorherrschende standardökonomische Strategie, unvermeidlich gewordene Modifikationen in das herrschende Theoriegebäude zu integrieren, spricht ebenfalls für dieses Vorgehen. Unter Machtgesichtspunkten scheint auch die Option, eine Neue Konsumtheorie durch Umstellung auf ein institutionalistisches Fundament voranzubringen, noch einigermaßen realistisch, da man hier an eine akademisch etablierte, wenn auch randständige Strömung anschließen kann; Konsumtheorie verortet sich dann in einem anderen sozialen Feld, der heterodoxen Ökonomik.⁴¹⁹

419 Selbstverständlich sind Orthodoxie und Heterodoxie nicht hermetisch voneinander abgeschlossen, sondern es gibt zwischen ihnen zahlreiche Beziehungen, Wechselwirkungen und Übergänge; in ihrer Entstehung, Aufrechterhaltung und Weiterentwicklung sind sie sogar notwendigerweise aufeinander angewiesen.

Sieht man von der Machtfrage ab und fragt nach der *konsumtheoretisch* aussichtsreichsten Option und danach, welches Vorgehen vor dem Hintergrund der in diesem Buch präsentierten kritischen Dekonstruktion der standardökonomischen Konsumtheorie *und* angesichts des skizzierten Potenzials alternativer Konzepte geboten erscheint, muss man einen transdisziplinären sozialwissenschaftlichen Neuanfang wagen. Das gilt ganz besonders dann, wenn man aus institutionalistischer und konventionistischer Perspektive die Erforschung des Zusammenhangs von Konsum und Produktion auf die Agenda setzt und auf gütertypische, qualitätsbezogene Differenzierungen von Produktions- und Konsumwelten abhebt. Unumgänglich wird ein sozialwissenschaftlicher Neubeginn der Konsumtheorie, wenn man es theoretisch ernst nehmen will, dass Ökonomie, ökonomisches Denken und Handeln, Konsum und Produktion sowie die Ökonomik selbst soziale Konstrukte sind, die nicht nur raum-zeitabhängig sind, sondern überdies wechselseitig aufeinander einwirken. Diese Denkrichtung dringt langsam auch in die Standardökonomik vor, in der sich zaghafte Anzeichen einer »kulturalistischen Wende« anzudeuten beginnen; der Konventionismus ist eines von mehreren Symptomen dieser Wende. Ohne sich explizit von ihr zu trennen, lässt der Konventionismus faktisch die Standardökonomik weit hinter sich, weil er die Ökonomie und ökonomisches Handeln im Grundsatz konstruktivistisch auffasst. Die Standardökonomik ist dagegen im Umgang mit zirkulärer Determination und sozialen Interpretationsprozessen kaum bewandert. Wer einen sozialwissenschaftlichen Ansatz in konstruktivistischer Perspektive entwickeln will, erhebt einen hohen theoretischen Anspruch, der nur eingelöst werden kann, wenn er die Konsumökonomik auf ein neues Fundament stellt und ihre disziplinären Engführungen überwindet (die natürlich ihre disziplinär verengten Gegenstücke z. B. in der Konsumsoziologie haben).

Zugleich verfolgt diese Option eine Strategie, die sich auf heftigen Widerstand einzustellen hat, da sie disziplin- und strömungspolitische Deutungsmonopole aufbrechen will und wird und damit standardökonomisch besetzte Machtpositionen bedroht. Dennoch lohnt sich der Versuch einer Neuen Konsumtheorie, weil er im günstigsten Fall in der Etablierung eines neuen sozialen Feldes münden kann, das sich auf komplexere und angemessenere Theorierahmen bezieht. Auch wenn dies nicht erreicht werden kann, scheint so zumindest eine teilweise Re-

vision der standardökonomischen Konzeption von Konsum angestoßen werden zu können.

Dieses Buch sollte seine Leser auf dem Wege einer konsumtheoretischen Dekonstruktion der Standardökonomik dazu motivieren, die Herausforderungen eines neuen konsumtheoretischen Denkens anzunehmen. Darüber hinaus hat es versucht, einige Orientierungen und Konzepte für den Aufbruch zu einer Neuen Konsumtheorie zu präsentieren. Vielleicht kann es der Konsumtheorie in Zukunft gelingen, auf dem produktiven Umweg transdisziplinärer konsumtheoretischer Forschung dem Konsum auch in der Ökonomik das Ausmaß an Aufmerksamkeit zukommen zu lassen, das er in Ökonomie, Politik, Gesellschaft und anderen Sozialwissenschaften längst genießt und verdient. Dafür kann man die durch meine kritische Analyse offen gelegten theoretischen Unannehmlichkeiten sicherlich vorübergehend in Kauf nehmen. Sollte die Standardökonomik ihren blinden Fleck allerdings gegen alle konsumtheoretischen Aufklärungsversuche dunkel halten und auf ihrer selbst gewählten Unwissenheit beharren, wird sie sich konsumtheoretisch selbst diskreditieren und marginalisieren – wie bisher.

Literatur

- Abolafia, Mitchel Y. (1998): Markets as cultures. An ethnographic approach. In: Callon (Hg.) (1998a), 69–85.
- Ackerman, Frank (1997): Critiques and Alternatives in Economic Theory. Overview Essay. In: Goodwin/Ackerman/Kiron (Hg.), 189–200.
- Ackerman, Frank (1997a): Foundations of Economic Theories of Consumption. Overview Essay. In: Goodwin/Ackerman/Kiron (Hg.), 149–159.
- Ackerman, Frank (1997b): Consumed in Theory. Alternative Perspectives on the Economics of Consumption. In: Journal of Economic Issues 31 (1997) 3, 651–664.
- Akerlof, George A. (1970): The Market for »Lemons«, Quality Uncertainty and the Market Mechanism. In: Quarterly Journal of Economics 84 (1970) 3, 488–500 (Nachdruck in Akerlof 1984).
- Akerlof, George A. (1980): A Theory of Social Custom, of Which Unemployment May Be One Consequence. In: Quarterly Journal of Economics 94 (1980) 4, 749–775.
- Akerlof, George A. (1982): Labor Contracts as Partial Gift Exchange. In: Quarterly Journal of Economics 97 (1982) 4, 543–569 (Nachdruck in Akerlof 1984).
- Akerlof, George A. (1984): An Economic Theorist's Book of Tales. Essays that Entertain the Consequences of New Assumptions in Economic Theory. Cambridge.
- Albert, Hans (1965): Zur Theorie der Konsumnachfrage. Die neoklassische Lösung marktsoziologischer Probleme im Lichte des ökonomischen Erkenntnisprogramms. In: Jahrbuch für Sozialwissenschaft 16 (1965) 2, 139–198.
- Albert, Hans (1977): Individuelles Handeln und soziale Steuerung. Die ökonomische Tradition und ihr Erkenntnisprogramm. In: Lenk (Hg.), 177–225.
- Albert, Hans (1994): Kritischer Rationalismus. In: Seiffert, Helmut; Radnitzky, Gerard (Hg.): Handlexikon zur Wissenschaftstheorie. München, 2. Aufl., 177–182. (dtv Wissenschaft)
- Allaire, Gilles; Boyer, Robert (Hg.) (1995): La Grande Transformation de l'Agriculture. Lectures conventionnalistes et régulationnistes. Paris. (Collection économie agricole & agro-alimentaire).
- Arndt, Helmut (1979): Irrwege der Politischen Ökonomie. Die Notwendigkeit einer wirtschaftstheoretischen Revolution. München 1979 (Beck'sche Schwarze Reihe; 187).
- Barlösius, Eva (1999): Soziologie des Essens. Eine sozial- und kulturwissenschaftliche Einführung in die Ernährungsforschung. Weinheim, München. (Grundlagentexte Soziologie).

- Baßeler, Ulrich; Heinrich, Jürgen; Koch, Walter (1995): Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft. Köln, 14. Aufl. (Didaktische Reihe Ökonomie).
- Baudrillard, Jean (1988): »Consumer Society«. In: Baudrillard, Jean: Selected Writings. Hg. v. Mark Poster. Oxford.
- Bauer, Rudolph; Grenzdörffer, Klaus (1997): Jenseits der egoistischen Ökonomie und des methodologischen Individualismus. Die Potentiale des intermediären Bereichs. In: Leviathan 25 (1997) 3, 338–361.
- Bayer, Otto; Kutsch, Thomas; Ohly, H. Peter (1999): Ernährung und Gesellschaft. Forschungsstand und Problembereiche. Opladen. (Sozialwissenschaften im Überblick).
- Beatty, Sharon E.; Talpade, Salil (1994): Adolescent Influence in Family Decision Making. A Replication with Extension. In: Journal of Consumer Research 21 (1994) Sept., 332–341.
- Becher, Ursula A. J. (1990): Geschichte des modernen Lebensstils. Essen, Wohnen, Freizeit, Reisen. München.
- Beckenbach, Frank (Hg.) (1991): Die ökologische Herausforderung für die ökonomische Theorie. Marburg. (Ökologie und Wirtschaftsforschung; 2).
- Becker, Gary S(tanley) (1982): Der ökonomische Ansatz zur Erklärung menschlichen Verhaltens. Tübingen. (Die Einheit der Gesellschaftswissenschaften; 32).
- Becker, Gary S. (1982/1973): Zur neuen Theorie des Konsumentenverhaltens. In: ders. (1982), 145–166. (Orig.: Consumption Theory. Some Criticisms and a Suggested Approach. In: Swedish Journal of Economics 75 (1973), 378–395).
- Becker, Gary S. (1982/1974): Eine Theorie sozialer Wechselwirkungen. In: ders. (1982), 282–317. (Orig. in: Journal of Political Economy 82 (1974) 6, 1063–1091).
- Becker, Gary S. (1982/1976): Altruismus, Egoismus und Genetische Eignung: Ökonomie und Soziobiologie. In: ders. (1982), 317–332. (Orig. in: Journal of Economic Literature 14 (1976) 3).
- Becker, Gary S. (1993/1965): Eine Theorie der Allokation der Zeit. In: ders., Der ökonomische Ansatz zur Erklärung menschlichen Verhaltens. Tübingen; 2. Aufl., 97–130 (Orig. in Economic Journal 75 (1965) 299, 493–517).
- Becker, Gary S. (1996): Familie, Gesellschaft und Politik. Die ökonomische Perspektive. Tübingen.
- Becker, Gary S. (1996/1992): Die ökonomische Sicht menschlichen Verhaltens. In: ders. (1996), 21–49 (Orig.: Nobelpreisvorlesung vom 9.12.1992).
- Beckert, Jens (1997): Grenzen des Marktes. Die sozialen Grundlagen wirtschaftlicher Effizienz. Frankfurt am Main, New York. (Theorie und Gesellschaft; 39).

- Behning, Ute (Hg.) (1997): Das Private ist ökonomisch. Widersprüche der Ökonomisierung privater Familien- und Haushalts-Dienstleistungen. Berlin. (Forschung aus der Hans-Böckler-Stiftung; 4).
- Beier, Udo (1993): Der fehlgeleitete Konsum. Eine ökologische Kritik am Verbraucherverhalten. Frankfurt am Main. (Fischer alternativ).
- Bélanger, Paul R. (2000): Les innovations théoriques en sociologie du travail et de l'entreprise. Le cas de la sociologie française. (Cahiers du CRISES; Working Papers (Conférence); 11). <<http://www.unites.uqam.ca/crises/c2000/c/0011PRB.PDF>> vom 13-02-2001.
- Bell, Daniel (1991): Die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus. Frankfurt/Main, New York (Orig.: The Cultural Contradictions of Capitalism. New York 1976).
- Bellebaum, Alfred; Schaaff, Herbert; Zinn, Karl Georg (Hg.) (1999): Ökonomie und Glück. Beiträge zu einer Wirtschaftslehre des guten Lebens, Opladen, Wiesbaden.
- Berger, Johannes (1999): Ist die Ökonomie eine Sozialwissenschaft? In: ders. (1999a), 307–321.
- Berger, Johannes (1999a): Die Wirtschaft der modernen Gesellschaft. Strukturprobleme und Zukunftsperspektiven. Frankfurt am Main, New York.
- Berger, Johannes (1999b): Der Konsensbedarf der Wirtschaft. In: ders. (1999a), 155–193.
- Bettman, James R.; Luce, Mary Frances; Payne, John W. (1998): Constructive Consumer Choice Processes. In: Journal of Consumer Research 25 (1998) Dez., 187–217.
- Biermann, Frank; Büttner, Sebastian, Helm, Carsten (Hg.) (1997): Zukunftsfähige Entwicklung. Herausforderungen an Wissenschaft und Politik. Festschrift für Udo E. Simonis zum 60. Geburtstag. Berlin.
- Biervert, Bernd; Held, Martin (Hg.) (1994): Das Naturverständnis der Ökonomie. Beiträge zur Ethikdebatte in den Wirtschaftswissenschaften. Frankfurt am Main, New York.
- Biervert, Bernd; Held, Martin (Hg.) (1996): Die Dynamik des Geldes. Über den Zusammenhang von Geld, Wachstum und Natur. Frankfurt/Main, New York. (Normative Grundfragen der Ökonomik).
- Biervert, Bernd; Held, Martin (1996a): Money matters – Überlegungen zum Zusammenhang von Geld, Wachstum und Natur. In: dies. (Hg.), 7–28.
- Biervert, Bernd; Wieland, Josef (1987): Der ethische Gehalt ökonomischer Kategorien. Beispiel: Der Nutzen. In: dies. (Hg.), 23–50.
- Biervert, Bernd; Wieland, Josef (1987): Ökonomische Theorie und Ethik. Frankfurt am Main, New York.
- Biesecker, Adelheid (1994): Familienökonomie als Interferenz. Eine sozial-ökonomische Theorie des Haushalts. In: dies./Grenzdörffer (Hg.), 71–89.

- Biesecker, Adelheid (1994a): Ökonomie als Raum sozialen Handelns. Ein grundbegrifflicher Rahmen. In: dies./Grenzdörffer (Hg.), 7–15.
- Biesecker, Adelheid; Grenzdörffer, Klaus (Hg.) (1994): Ökonomie als Raum sozialen Handelns. Bremen.
- Biggart, Nicole Woolsey (1994): Labor and Leisure. In: Smelser/Swedberg (Hg.) (1994a), 672–690.
- Biggart, Nicole Woolsey (1999): Conventional Wisdom. Efficiency and Social Customs. <<http://www.gsm.uci.edu/econsoc/Biggart.html>> vom 12-12-2000.
- Biggart, Nicole Woolsey; Castanias, Richard P. (2000): Collateralized Social Relations. The Social in Economic Calculation. In: American Journal of Economics and Sociology (i. E.) <http://www2.gsm.ucdavis.edu/Faculty/Profiles/biggart/Collateralized_social_relations.pdf> vom 02.11.2000.
- Binswanger, Hans Christoph (1994): Geld und Natur. In: Biervert/Held (Hg.), 175–188.
- Binswanger, Hans Christoph (1996): Geld und Wachstumszwang. In: Biervert/Held (Hg.), 113–127.
- Binswanger, Hans Christoph (1997): Die Fische des Schenja. Eine kurze Geschichte über die Dynamik des Geldes. In: Politische Ökologie 15 (1997) 53, 24–28
- Binswanger, Mathias (1995): Monetäre Dynamik und Nachhaltigkeit. In: IÖW/VÖW-Informationsdienst 10 (1995) 5–6, 9–11.
- Blosser-Reisen, Lore (Hg.) (1976): Grundlagen der Haushaltsführung. Eine Einführung in die Wirtschaftslehre des Haushalts. Baltmannsweiler: 2. Aufl.
- Bocock, Robert (1995): Consumption. London. (Key Ideas).
- Bögenholz, Dieter (2000): Konsum und soziologische Theorie. In: Rosenkranz/Schneider (Hg.), 95–116.
- Boltanski, Luc; Thévenot, Laurent (1991): De la justification. Les économies de la grandeur. Paris.
- Bombach, Gottfried; Gahlen, Bernhard; Ott, Alfred E. (Hg.) (1978): Neuere Entwicklungen in der Theorie des Konsumentenverhaltens. Tübingen. (Schriftenreihe des Wirtschaftswissenschaftlichen Seminars Ottobeuren; 7).
- Bourdieu, Pierre (1993/1979): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt am Main: 6. Aufl. (Orig.: La distinction. Critique sociale du jugement. Paris 1979).
- Böventer, Edwin von; Illing, Gerhard; Bauer, Antonie; Berger, Helge; Beutel, Jörg; John, Heimo Jürgen; Koll, Robert (1997): Einführung in die Mikroökonomie. München, Wien: 9. Aufl. (Oldenbourgs Lehr- und Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften)

- Bowles, Samuel (1998): Endogeneous Preferences. The Cultural Consequences of Markets and other Economic Institutions. In: *Journal of Economic Literature* 36 (1998) March, 75–111.
- Boyer, Robert; Orléan, André (1994): Persistance et changement des conventions. Deux modèles simples et quelques illustrations. In: Orléan (Hg.), 219–247.
- Boyer, Robert; Saillard, Yves (1995): *Théorie de la régulation: L'état des savoirs*. Paris.
- Brandes, Wolfgang; Weise, Peter (1999): Unternehmung und Arbeitsbeziehungen. In: *Ökonomie und Gesellschaft* 15. Jahrbuch 1999. Unternehmungsverhalten und Arbeitslosigkeit. Frankfurt am Main, New York, 18–76.
- Braudel, Fernand (1973): *Capitalism and Material Life 1400-1800*. New York, London.
- Brewer, John (1997): Was können wir aus der Geschichte der frühen Neuzeit für die moderne Konsumgeschichte lernen? In: Siegrist/Kaelble/Kocka, 51–74.
- Brewer, John; Porter, Roy (Hg.) (1993): *Consumption and the World of Goods*. London, New York.
- Brieskorn, Norbert; Wallacher, Johannes (Hg.) (1998): *Homo oeconomicus: Der Mensch der Zukunft?* Stuttgart, Berlin, Köln. (Globale Solidarität, Schritte zu einer neuen Weltkultur; 2).
- Brodbeck, Karl-Heinz (1998): *Die fragwürdigen Grundlagen der Ökonomie. Eine philosophische Kritik der modernen Wirtschaftswissenschaften*. Darmstadt.
- Brown, Lisa Jo (1997/1989): »Gender« und die Wirtschaftswissenschaften. Eine feministische Perspektive. In: Regenhard, Ulla; Maier, Friederike; Carl, Andrea-Hilla (Hg.): *Ökonomische Theorien und Geschlechterverhältnis. Der männliche Blick der Wirtschaftswissenschaft*. Berlin, 93–106. (fhw forschung; 23/24).
- BUND; Misereor (Hg.) (1996): *Zukunftsfähiges Deutschland. Ein Beitrag zu einer global nachhaltigen Entwicklung. Studie des Wuppertal Instituts für Klima, Umwelt, Energie*. Basel, Boston, Berlin.
- Bürgenmeier, Beat (1994): *Sozioökonomie. Für eine ethische Erweiterung der wirtschaftspolitischen Diskussion*. Marburg. (Beiträge zur Sozioökonomie; 1) (Orig.: *Plaidoyer pour une économie sociale*. Paris 1990).
- Callenbach, Ernest (1995): *Billig leben mit Stil*. Hamburg.
- Callon, Michel (1991): *Techno-Economic Networks and Irreversibility*. In: Law (Hg.), 132–164.
- Callon, Michel (Hg.) (1998a): *The Laws of the Markets*. Oxford, Malden. (Sociological Review Monographs).
- Callon, Michel (1998): Introduction. The embeddedness of economic markets in economics. In: ders. (Hg.) (1998a): 1–55.

- Callon, Michel (1999): Actor-network theory – the market test. In: Law/Has-sard (Hg.), 181–195.
- Campbell, Colin (1987): *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Con-sumerism*. Oxford.
- Campbell, Colin (1995): *The Sociology of Consumption*. In: Miller (Hg.) (1995a), 96–126.
- Coase, Ronald H. (1937): *The Firm, The Market and the Law*. Chicago.
- Coriat, Benjamin (1994): La théorie de la régulation. Origines, spécificités, perspectives. In: Sebai, F.; Vercellone, C. (Hg.): *École de la régulation et critique de la raison économique*. Paris, 101–152.
- Coriat, Benjamin; Dosi, Giovanni (1995): Évolutionnisme et régulation. Dif-férences et convergences. In: Boyer/Saillard (Hg.), 500–510.
- Crocker, David A. (1998): Consumption, Well-Being, and Capability. In: Crocker/Linden (Hg.), 366–390.
- Crocker, David A.; Linden, Toby (Hg.) (1998): *Ethics of Consumption. The Good Life, Justice, and Global Stewardship*. Lanham, Boulder, New York, Oxford. (Philosophy and the Global Context).
- Csikszentmihalyi, Mihaly; Rochberg-Halton, E. (1981): *The Meaning of Things. Domestic Symbols and the Self*. New York.
- Cyert, Richard M.; March, James G. (1963): *A Behavioral Theory of the Firm*. Englewood Cliffs. (Prentice-Hall international series in management) (Prentice-Hall behavioral sciences in business series)
- Daly, Herman E. (1987): The Economic Growth Debate: What Some Econo-mists Have Learned But Many Have Not. In: *Journal of Environmental Economics and Management* 14 (1987), 323–336.
- Daly, Herman E. (1998): Consumption. Value Added, Physical Transforma-tion, and Welfare. In: Crocker/Linden (Hg.), 19–27.
- Danto, Arthur C. (1968): *Analytical Philosophy of History*. Cambridge.
- Defalvard, Hervé (1992): Critique de l'individualisme méthodologique revu par l'économie des conventions. In: *Revue Économique* 43 (1992) 1, 127–144.
- Defalvard, Hervé (2000): *L'Économie des Conventions à l'école des instituti-ons*. (CEE (= Centre d'études de l'emploi) Document de travail; 2) <<http://www.cee-recherche.fr/publicationspdf/00doc02.pdf>> vom 07-02-2001.
- DiMaggio, Paul (1994): Culture and Economy. In: Smelser/Swedberg (Hg.) (1994a), 27–57.
- DiMaggio, Paul; Louch, Hugh (1998): Socially Embedded Consumer Transac-tions: For what Kinds of Purchases Do People Most Often Use Networks? In: *American Sociological Review* 63 (1998) 5, 619–637.
- Dittmar, Helga (1992): *The Social Psychology of Material Possessions. To Have is To Be*. Hemel Hempstead.

- Diwan, Romesh (2000): Relational wealth and the quality of life. In: *Journal of Socio-Economics* 29 (2000) 4, 305–340.
- Douglas, Mary (1966): *Purity and Danger. An Analysis of Concepts of Pollution and Taboo*. London.
- Douglas, Mary (1973): *Natural Symbols. Explorations in Cosmology*. London, 2. Aufl.
- Douglas, Mary (1982): Cultural Bias. In: dies., *In the Active Voice*. London, 183–254. (Orig. 1978).
- Douglas, Mary (1984): *Food in the Social Order*. New York.
- Douglas, Mary; Isherwood, Baron (1996): *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*. London, New York. (Orig. 1979).
- Douglas, Mary; Wildavsky, Aaron (1982): *Risk and Culture. An Essay on the Selection of Technological and Environmental Dangers*. Berkeley, Los Angeles, London.
- Dowding, Keith; Dunleavy, Patrick (1996): Production, disbursement and consumption. The modes and modalities of goods and services. In: Edgell/Hetherington/Warde (Hg.), 36–65.
- Dubberke, Hans-Achim (1958): *Betriebswirtschaftliche Theorie des privaten Haushalts*. Berlin. (Wirtschaftswissenschaftliche Abhandlungen; 7).
- Dupuy, Jean-Pierre (1989): Convention et Common knowledge. In: *Revue Économique* 40 (1989) 2, 361–400.
- Ebeling, Werner (1991): Modelle der Selbstorganisation in ökologischen und ökonomischen Systemen. In: Beckenbach (Hg.), 341–437.
- Edgell, Stephen; Hetherington, Kevin; Warde, Alan (Hg.) (1996): *Consumption matters. The production and experience of consumption*. Oxford, Cambridge/Mass. (Sociological Review Monograph; 44).
- Egner, Erich (1952): *Der Haushalt. Eine Darstellung seiner volkswirtschaftlichen Gestalt*. Berlin.
- Egner, Erich (1963): *Studien über Haushalt und Verbrauch*. Berlin. (Beiträge zur Ökonomie von Haushalt und Verbrauch; 1).
- Egner, Erich (1966): Grundsätze der Verbraucherschutzpolitik. In: *Zeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen* 6 (1956), 173–230. Abgedruckt in Streissler/Streissler (Hg.), 445–469.
- Egner, Erich (1976): *Der Haushalt. Eine Darstellung seiner volkswirtschaftlichen Gestalt*. Berlin: 2. Aufl. (Orig. 1952).
- Elias, Norbert (1979): *Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. Zweiter Band: Wandlungen der Gesellschaft. Entwurf zu einer Theorie der Zivilisation*. Frankfurt am Main, 6. Aufl. (Orig.: 2. Aufl., Bern 1969; 1. Aufl. Basel 1939).

- Elias, Norbert (1980): *Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. Erster Band: Wandlungen des Verhaltens in den weltlichen Oberschichten des Abendlandes.* Frankfurt am Main, 7. Aufl. (Orig.: 2. Aufl. Bern 1969; 1. Aufl. Basel 1939)
- Elliot, John (1996): *Philosophical Foundations of Social Economics: Marx, Schumpeter and Keynes.* In: O'Boyle (Hg.).
- Elsner, Wolfram; Engelhardt, Werner Wilhelm; Glastetter, Werner (Hg.) (1998): *Ökonomie in gesellschaftlicher Verantwortung. Sozialökonomik und Gesellschaftsreform heute.* Berlin.
- Elster, Jon (1989): *Social Norms and Economic Theory.* In: *Journal of Economic Perspectives* 3 (1989) 4, 99–117.
- Elster, Jon (1998): *Emotions and Economic Theory.* In: *Journal of Economic Literature* 36 (1998) March, 47–74.
- Engelhardt, Werner Wilhelm (1998): *Ökonomische Denktraditionen, Ökonomismus versus Ethik und die kulturellen Aufgaben der Zukunft.* In: Elsner/Engelhardt/Glastetter (Hg.), 19–43.
- Etzioni, Amitai (1996): *Die faire Gesellschaft. Jenseits von Sozialismus und Kapitalismus.* Frankfurt am Main (Orig.: *The Moral Dimension. Towards a New Economics.* New York 1988).
- Etzioni, Amitai (1998): *The Methodology of Economics.* Rede zur 9. SASE International Conference on Socio-Economics. In: *Journal of Socio-Economics* 27 (1998) 5, 540–549.
- Etzioni, Amitai (1999): *Essays in Socio-Economics.* Berlin, Heidelberg, New York. (Studies in economic ethics and philosophy).
- Etzioni, Amitai (1999a): *Voluntary Simplicity. Characterization, Select Psychological Implications, and Societal Consequences.* In: ders. (1999), 1–26.
- Etzioni, Amitai (1999b): *A Communitarian Note on Stakeholder Theory.* In: ders. (1999), 27–42.
- Etzioni, Amitai (1999c): *Opening the Preferences. A Socio-Economic Research Agenda.* In: ders. (1999), 43–61.
- Etzioni, Amitai (1999d): *Whose Morality? Which Community? What Interests? Socio-Economic and Communitarian Perspectives.* In: ders. (1999), 157–182.
- Eymard-Duvernay, François (1986): *Qualification des produits.* In: Salais/Thévenot (Hg.), 239–247.
- Eymard-Duvernay, François (1989): *Conventions de qualité et formes de coordination.* In: *Revue Économique* 40 (1989) 2, 329–359.
- Eymard-Duvernay, François (1994): *Coordination des échanges par l'entreprise et qualité des biens.* In: Orléan (Hg.), 307–334.
- Falk, Pasi (1994): *The Consuming Body.* London, Thousand Oaks, New Delhi.

- Farrell, Michael J(ames) (1966): Die neuen Theorien der Konsumfunktion. In: Streissler/Streissler (Hg.), 338–359 (Orig.: The New Theories of the Consumption Function. In: *Economic Journal* 69 (1959), 678–696).
- Favereau, Olivier (1989): Marchés internes, marchés externes. In: *Revue Économique* 40 (1989) 2, 273–328.
- Favereau, Olivier (1994): Règles, organisation et apprentissage collectif. Un paradigme non standard pour trois théories hétérodoxes. In: Orléan (Hg.), 113–138.
- Featherstone, Mike (1991): *Consumer Culture and Postmodernism*. London, Thousand Oaks, New Delhi.
- Feess, Eberhard (1997): *Mikroökonomie. Eine spieltheoretisch- und anwendungsorientierte Einführung*. Marburg, (Grundlagen der Wirtschaftswissenschaft; 6).
- Fine, Ben (1995): From Political Economy to Consumption. In: Miller (Hg.) (1995a), 217–163.
- Fine, Ben (1999): A question of economics: is it colonizing the social sciences? In: *Economy and Society* 28 (1999) 3, 403–425.
- Fine, Ben; Heasman, Michael; Wright, Judith (1996): *Consumption in the Age of Affluence. The World of Food*. London, New York.
- Fine, Ben; Leopold, Ellen (1990): Consumerism and the Industrial Revolution. In: *Social History* 15 (1990) 1, 151–179.
- Fine, Ben; Leopold, Ellen (1993): *The World of Consumption*. London, New York.
- Fischer-Winkelmann, Wolf F. (1972): *Marketing. Ideologie oder operable Wissenschaft?* München.
- Fligstein, Neil (1990): *The Transformation of Corporate Control*. Cambridge/Mass.
- Fligstein, Neil (1998): Fields, Power, and Social Skill. A Critical Analysis of The New Institutionalisms. <<http://sociology.berkeley.edu/faculty/fligstein/fieldspower.pdf>> vom 16.11.2000.
- Forschungsgruppe Konsum und Verhalten (Hg.) (1994): *Konsumentenforschung. Gewidmet Werner Kroeber-Riel zum 60. Geburtstag*. München.
- Frank, Robert H. (1999): *Luxury Fever. Why Money Fails to Satisfy in an Era of Excess*. New York.
- Frenzen, Jonathan K.; Davis, Harry L. (1990): Purchasing Behavior in Embedded Markets. In: *Journal of Consumer Research* 17 (1990) June, 1–12.
- Frenzen, Jonathan; Hirsch, Paul M.; Zerillo, Philip C. (1994): Consumption, Preferences, and Changing Lifestyles. In: Smelser/Swedberg (Hg.) (1994a), 403–425.
- Frey, Bruno S. (1982): Wohlfahrtsökonomik III: Wahlverfahren. In: *HdWW*, Bd. 9, 494–502.

- Friedman, Milton (1953): The Methodology of Positive Economics. In: ders. (Hg.): *Essays in Positive Economics*. Chicago, London, 3–43.
- Friese, Susanne (1998): Zum Zusammenhang von Selbst, Identität und Konsum. In: Neuner/Reisch (Hg.), 35–53.
- Fürst, Elisabeth L.; Prättälä, Ritva; Ekström, Marianne; Holm, Lotte; Kjaernes, Unni (Hg.) (1991): *Palatable Worlds. Sociocultural food studies*. Oslo.
- Gabler (1998): *Gabler Wirtschaftslexikon*. Wiesbaden: 14. Aufl. (CD-ROM).
- Gabriel, Yiannis; Lang, Tim (1995): *The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and its Fragmentations*. London.
- Ganßmann, Heiner (1995): Geld, Arbeit und Herrschaft. In: Schelkle/Nitsch (Hg.), 125–143.
- Geindre, Sébastien (2001): *L'économie des conventions comme fondement théorique des réseaux stratégiques. Une application aux réseaux de P.M.E.* <<http://www.airepme.univ-metz.fr/comm/Geindre.pdf>> vom 07-02-2001.
- Geisenberger, Siegfried; Kösel, Edmund (1978): *Der Haushalt in der Volkswirtschaft*. Tübingen. (Fernstudienlehrgang Arbeitslehre, Studienbrief zum Fachgebiet Haushalt).
- Georgescu-Roegen, Nicola (1971): *The Entropy Law and the Economic Process*. Cambridge.
- Ghez, Gilbert R.; Becker, Gary S. (1975): *The Allocation of Time over the Life Cycle*. New York, London.
- Gill, Flora (1999): The meaning of work. Lessons from sociology, psychology, and political theory. In: *Journal of Socio-Economics* 28 (1999) 6, 725–743.
- Gomez, Pierre-Yves (1994): *Qualité et Théorie des Conventions*. Paris.
- Goodman, David; Redclift, Michael (1991): *Refashioning Nature. Food, Ecology and Culture*. London, New York.
- Goodman, David; Redclift, Michael (1994): Constructing a Political Economy of Food. In: *Review of International Political Economy* 1 (1991) 3, 547–552.
- Goodwin, Neva R. (1997): Visions of an Alternative. Overview Essay. In: Goodwin/Ackerman/Kiron (Hg.), 333–343.
- Goodwin, Neva R.; Ackerman, Frank; Kiron, David (Hg.) (1997): *The Consumer Society*. Washington, Covelo. (Frontier Issues in Economic Thought; 2).
- Gossen, Hermann Heinrich (1854): *Entwicklung der Gesetze des menschlichen Verkehrs und der daraus fließenden Regeln für menschliches Handeln*. Braunschweig.
- Granovetter, Mark (1985): Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. In: *American Journal of Sociology* 91 (1985) 3, 481–510.

- Granovetter, Mark (1999): On Economic Sociology in Europe. In: Economic Sociology. European Electronic Newsletter. (Interview) <<http://www.siswo.uva.nl/ES/ESoct99.pdf>> vom 25-02-2001.
- Granovetter, Mark; Soong, Roland (1986): Threshold Models of Interpersonal Effects in Consumer Demand. In: Journal of Economic Behavior and Organization 7 (1986), 83–89.
- Gröppel, Andrea (1990): Erlebnisbetontes Handelsmarketing. In: Handelsforschung 1990. Wiesbaden, 121–137.
- Gruchy, Allan G. (1987): The Reconstruction of Economics. An Analysis of the Fundamentals of Institutional Economics. New York, Westport, London. (Contributions in Economics and Economic History; 71).
- Grunert, Klaus G. (1998): Qualitätserwartung und Qualitätserlebnis bei Lebensmitteln. In: Neuner/Reisch (Hg.), 101–111.
- Hack-Unterkircher, Elke (1976): Der organisierbare Haushalt. Grundlagen der Einzelwirtschaftslehre des privaten Haushalts. Essen. (Schwerpunkt Marketing).
- Halal, William E.; Taylor, Kenneth B. (Hg.) (1999): Twenty-First Century Economics. Perspectives of Socioeconomics for a Changing World. Houndmills, Basingstoke, London.
- Halbwachs, Maurice (1905): Remarques sur la position du problème sociologique des classes. Revue de Métaphysique et Morale 12 (1905), S.890–905.
- Hamilton, David (1987): Institutional Economics and Consumption. In: Journal of Economic Issues 21 (1987) 4, 1531–1554.
- Hansen, Ursula; Schrader, Ulf (1997): A Modern Model of Consumption for a Sustainable Society. In: Journal of Consumer Policy 20 (1997) 4, 443–468.
- Hanusch, Horst; Kuhn, Thomas (1998): Einführung in die Volkswirtschaftslehre. Berlin, Heidelberg, New York, 4. Aufl.
- Hardes, Heinz-Dieter; Mertes, Jürgen; Schmitz, Frieder (1998): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, München, Wien, 6. Aufl.
- Harrod, Roy Forbes (1958): The Possibility of Economic Satiation. Use of Economic Growth for Improving the Quality of Education and Leisure. In: Committee for Economic Development (CED) (Hg.): Problems of United States Economic Development, Bd. 1. New York, 207–213.
- Harsanyi, John C. (1955): Cardinal Welfare, Individualistic Ethics, and Interpersonal Comparisons of Utility. In: Journal of Political Economy 63 (1955) 4, 309–321.
- Hartwick, Richard (1999): The future paradigm for socio-economics. Three visions and a call for papers. In: Journal of Socio-Economics 28 (1999) 4, 511–532.
- Häuser, Karl (1974): Bedürfnis, Bedarf, Gut, Nutzen. In: Handwörterbuch der Betriebswirtschaft. Stuttgart, 4. Aufl., 449–463.

- Hausman, Daniel M. (1981): *Capital, Profits, and Prices. An Essay in the Philosophy of Economics*. New York. (Diss.)
- Hausman, Daniel M.; McPherson, Michael S. (1996): *Economic Analysis and Moral Philosophy*. Cambridge. (Cambridge surveys of economic literature).
- Hawrylyshyn, Oli (1976): The Value of Household Services: A Survey of Empirical Estimations. In: *The Review of Income and Wealth*, 22 (1976) Juni, 101–131.
- Hawtrey, Ralph G. (1925): *The Economic Problem*. London.
- HdSW = Handwörterbuch der Sozialwissenschaften; zugleich: Neuauflage des Handwörterbuchs der Staatswissenschaften. Stuttgart, Tübingen, Göttingen: 1956 (Bd. 1), 1965 (Bd. 4).
- HdWW = Handwörterbuch der Wirtschaftswissenschaft (Ungek. Studienausgabe); zugleich: Neuauflage des Handwörterbuchs der Sozialwissenschaften. Stuttgart, New York. Bd. 4: 1978/1988; Bd. 5: 1980/1988; Bd. 9: 1982/1988.
- Hedtke, Reinhold (1996): *Der Einzelhandel in der Umweltkrise. Ökologische Strategien und Politiken von Einzelhandelsbetrieben*. Frankfurt am Main, New York.
- Hedtke, Reinhold (1999): Ökologischer Konsum als sozialer Grenzgänger. Wie verändert ökologischer Konsum gesellschaftliche Grenzen? In: Honegger, Claudia; Hradil, Stefan; Traxler, Franz (Hg.): *Grenzenlose Gesellschaft? Verhandlungen des 29. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, des 16. Kongresses der Österreichischen Gesellschaft für Soziologie, des 11. Kongresses der Schweizerischen Gesellschaft für Soziologie in Freiburg i. Br. 1998. Teil 2*. Opladen, 339–355.
- Hedtke, Reinhold (1999a): Nachhaltigkeit und Konsum. Sozialwissenschaftliche Konzepte und ihre Relevanz für die Lehrerbildung. In: Fischer, Andreas (Hg.): *Herausforderung Nachhaltigkeit. Perspektivenwechsel in der Ausbildung von Wirtschaftslehrer/-innen*. Frankfurt am Main, 145–178.
- Hermann, Friedrich Benedict Wilhelm von (1870): *Staatswirtschaftliche Untersuchungen*. München, 2. Aufl.
- Hesse, Klaus (1988): Der »Verlust der alten Ökonomik« und der »Gewinn« durch die New Home Economics. In: *Hauswirtschaft und Wissenschaft* 36 (1988) 5, 238–243.
- Heubach, Friedrich Wolfram (1992): Produkte als Bedeutungsträger: Die heraldische Funktion von Waren. Psychologische Bemerkungen über den kommunikativen und imaginativen Gebrauchswert industrieller Produkte. In: Eisendle, Reinhard; Miklaurt, Elfie (Hg.): *Produktkulturen. Dynamik und Bedeutungswandel des Konsums*. Frankfurt am Main, New York, 177–197.

- Hicks, John R.; Allen, Roy G. D. (1934): A Reconsideration of the Theory of Value. In: *Economica* 1 (1934), Teil 1: 52–76, Teil 2: 196–219 (deutsch: Eine erneute Betrachtung der Werttheorie (1. Teil), Eine mathematische Theorie der individuellen Nachfragefunktion (2. Teil). In: Ott (Hg.) (1965), 137–161.
- Hirsch, Fred (1980): Die sozialen Grenzen des Wachstums. Eine ökonomische Analyse der Wachstumskrise. Reinbek (Orig.: *Social Limits to Growth*. Cambridge/Mass. 1976).
- Hirsch, Paul; Michaels, Stuart; Friedman, Ray (1990): Clean models vs. dirty hands. Why economics is different from sociology. In: Zukin, Sharon; DiMaggio, Paul (Hg.): *Structures of capital. The social organization of the economy*. Cambridge, New York, Port Chester u. a., 39–56.
- Hirsch, Joachim (1991): Fordism and post-Fordism. The present social crisis and its consequences. In: Bonefeld, Werner; Holloway, John (Hg.): *Post-Fordism and social form. A Marxist Debate on the post-Fordist state*. Basingstoke.
- Hodgson, Geoffrey M. (1994): The Return of Institutional Economics. In: Smelser/Swedberg (Hg.) (1994a), 58–76.
- Hodgson, Geoffrey M. (1998): The Approach of Institutional Economics. In: *Journal of Economic Literature* 36 (1998) March, 166–192.
- Hodgson, Geoffrey M. (2000): What Is the Essence of Institutional Economics? In: *Journal of Economic Issues* 34 (2000) 2, 317–329.
- Homann, Karl; Suchanek, Andreas (2000): *Ökonomik. Eine Einführung (Neue ökonomische Grundrisse)*. Tübingen.
- Horowitz, Roger; Mohun, Arwen (Hg.) (1998): *His and Hers. Gender, Consumption, and Technology*. Charlottesville, London.
- Hunt, Alan (1996): *Governance of the Consuming Passions. A History of Sumptuary Law*. Basingstoke.
- Hutter, Michael (1992): Organismus als Metapher in der deutschsprachigen Wirtschaftstheorie. In: Krohn/Krug/Küppers (Hg.), 87–112.
- Hutter, Michael; Teubner, Gunther (1994): Der Gesellschaft fette Beute. Homo juridicus und homo oeconomicus als kommunikationserhaltenden Fiktionen. In: Fuchs, Peter; Göbel, Andreas (Hg.): *Der Mensch – das Medium der Gesellschaft?* Frankfurt am Main, 110–145.
- Isaac, Henri (1996): A propos de l'épistémologie et de la méthodologie de l'ouvrage de L. Boltanski & L. Thévenot «De la justification. Les économies de la grandeur». (Cahier de recherche; 34) <<http://www.dauphine.fr/cip/pages/isaac/crepa.pdf>> vom 13-02-2001.
- Issing, Otmar (Hg.) (1994): *Geschichte der Nationalökonomie*. München: 3. Aufl.
- Jackson, Stevi; Moores, Shaun (Hg.) (1995): *The Politics of Domestic Consumption. Critical Readings*. London, New York, Toronto u. a.

- James, Jeffrey (2000): Do Consumers in Developing Countries Gain or Lose from Globalization? In: *Journal of Economic Issues* 34 (2000) 3, 537–551.
- Janich, Peter (1996): *Konstruktivismus und Naturerkenntnis. Auf dem Weg zum Kulturalismus*. Frankfurt am Main.
- Japp, Klaus Peter (1996): *Soziologische Risikotheorie. Funktionale Differenzierung, Politisierung, Reflexion*. Weinheim, München. (Grundlagentexte Soziologie).
- Jevons, William Stanley (1871): *The Theory of Political Economy*. London, New York.
- Kaas, Klaus Peter (1994): Ansätze einer institutionenökonomischen Theorie des Konsumentenverhaltens. In: *Forschungsgruppe Konsum und Verhalten* (Hg.), 245–260.
- Kambarrel, Friedrich (1975): Bemerkungen zum normativen Fundament der Ökonomie. In: *Mittelstraß, Jürgen* (Hg.): *Methodologische Probleme einer normativ-kritischen Gesellschaftstheorie*. Frankfurt am Main, 107–125.
- Kapp, K. William (1976): The Nature and Significance of Institutional Economics. In: *Kyklos* 29 (1976), 209–232.
- Kapp, K. William (1988/1963): *Soziale Kosten der Marktwirtschaft. Das klassische Werk der Umwelt-Ökonomie*. Frankfurt am Main (Übersetzung von *Social Costs of Business Enterprise*. Bombay, London 1963).
- Katterle, Siegfried (1990): Der Beitrag der institutionalistischen Ökonomik zur Wirtschaftsethik. In: *Ulrich* (Hg.), 121–144.
- Katterle, Siegfried (1991): Methodologischer Individualismus and Beyond. In: *Biervert, Bernd; Held, Martin* (Hg.): *Das Menschenbild der ökonomischen Theorie. Zur Natur des Menschen*. Frankfurt am Main, New York 1991.
- Katterle, Siegfried (1995): Markt und Regulierung in der gemischten Wirtschaft. In: *Neumann, Lothar F.; Schulz-Nieswandt, Frank* (Hg.): *Sozialpolitik und öffentliche Wirtschaft. In memoriam Theo Thiemeyer*. Berlin, 115–137.
- Katterle, Siegfried (1998): Gerhard Weissers Beitrag zur Theorie der Wirtschaftspolitik. In: *Henkel, Heinrich A.; Neumann, Lothar F.; Romahn, Hajo* (Hg.): *Gegen den gesellschaftspolitischen Imperialismus der reinen Ökonomie. Gedächtnisschrift für Gerhard Weisser*. Marburg, 63–85.
- Kaufmann, Franz-Xaver (1982): *Wirtschaftssoziologie I: Allgemeines*. In: *HdWW*, Bd. 9, 239–267.
- Kaufmann, Franz-Xaver (1997): *Herausforderungen des Sozialstaates*. Frankfurt am Main.
- Kim-Wawrzinek, Utta; Müller, Johann Baptist (1972): Bedürfnis. In: *Brunner, Otto; Conze, Werner; Koselleck, Reinhart* (Hg.): *Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon zur politisch-sozialen Sprache in Deutschland*. Bd. 1. Stuttgart, 440–489.

- Kirchler, Erich (1989): Kaufentscheidungen im privaten Haushalt. Ein sozialpsychologische Analyse des Familienalltags. Göttingen.
- Kleinewefers, Henner; Jans, Armin (1983): Einführung in die volkswirtschaftliche und wirtschaftspolitische Modellbildung. München. (Vahlens Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften).
- Kleinhenz, Gerhard (1995): Dienstleistungen. In: Staatslexikon (1995), 48–55.
- Knight, Frank H. (1951): Ethics and the Economic Interpretation. In: ders., The Ethics of Competition, London.
- Knobloch, Ulrike (1994): Theorie und Ethik des Konsums. Reflexion auf die normativen Grundlagen sozialökonomischer Konsumtheorien. Bern, Stuttgart, Wien. (St. Galler Beiträge zur Wirtschaftsethik; 11).
- Knorr-Cetina, Karin (1991): Die Fabrikation von Erkenntnis. Zur Anthropologie der Naturwissenschaft. Frankfurt am Main (Orig.: The Manufacture of Knowledge. An Essay on the Constructivist and Contextual Nature of Science. Oxford 1981).
- Kolb, Gerhard (1997): Geschichte der Volkswirtschaftslehre. Dogmenhistorische Positionen des ökonomischen Denkens. München.
- Kollmann, Karl (1993): Neuorientierte Verbraucherpolitik. Eine Redimensionierung für Theorie und Praxis. Wien. (Verbraucherrecht, Verbraucherpolitik; 10).
- König, Heinz (1978): Konsumfunktionen. In: HdWW, Bd. 4, 513–528.
- Koslowski, Peter (1988): Prinzipien der ethischen Ökonomie. Grundlegung der Wirtschaftsethik und der auf die Ökonomie bezogenen Ethik. Tübingen.
- Kötter, Rudolf (1979): Zu einigen methodologischen Problemen der mikroökonomischen Gleichgewichtstheorie. In: Mittelstraß (Hg.), 409–438.
- Krelle, Wilhelm (1953): Theorie wirtschaftlicher Verhaltensweisen. Meisenheim-Wien.
- Kroeber-Riel, Werner; Weinberg, Peter (1996): Konsumentenverhalten. München: 6. Aufl.
- Krohn, Wolfgang; Krug, Hans-Jürgen; Küppers, Günter (1992): Konzepte von Chaos und Selbstorganisation in der Geschichte der Wissenschaften. Berlin. (Selbstorganisation. Jahrbuch für Komplexität in den Natur-, Sozial- und Geisteswissenschaften; Bd. 3).
- Kromphardt, Jürgen (1982): Wirtschaftswissenschaft II: Methoden und Theorienbildung in der Volkswirtschaftslehre. In: HdWW, Bd. 9, 904–936.
- Kromphardt, Jürgen; Clever, Peter; Klippert, Heinz (1979): Methoden der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Eine wissenschaftskritische Einführung. Wiesbaden. (Lehrmaterial der Fernuniversität Hagen).
- Kuhlmann, Eberhard (1990): Verbraucherpolitik. Grundzüge ihrer Theorie und Praxis. München. (Vahlens Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften).

- Kutsch, Thomas (1993): Ernährungssoziologie. In: ders. (Hg.): Ernährungsforschung – interdisziplinär. Darmstadt, 98–135.
- Kutsch, Thomas (1997): Haushaltssoziologie. In: Kutsch/Piorkowsky/Schätzke, 185–318.
- Kutsch, Thomas; Piorkowsky, Michael-Burkhard; Schätzke, Manfred (1997): Einführung in die Haushaltswissenschaft. Haushaltsökonomie, Haushaltssoziologie, Haushaltstechnik. Stuttgart 1997.
- Lamoureux, Josée (1996): Naissance et transformation des institutions: apports de la théorie de la régulation, de la théorie des conventions et de J. R. Commons. (CRISES (= Collectif de recherche sur les innovations sociales dans les entreprises et les syndicats, Cahier de recherche; 9608) <<http://www.unites.uqam.ca/crises/9608.htm>> vom 13.02.2001.
- Lancaster, Kelvin (1966): Allocation and Distribution Theory. Technological Innovation and Progress. Change and Innovation in the Technology of Consumption. In: American Economic Review/Supplement 56 (1966) May, 14–23.
- Lancaster, Kelvin (1966a): A New Approach to Consumer Theory. In: Journal of Political Economy 74 (1966), 132–157.
- Lancaster, Kelvin (1971): Consumer Demand. A New Approach. New York u. a.
- Lancaster, Kelvin (1991): Moderne Mikroökonomie. Frankfurt am Main, New York: 4. Aufl. (Orig.: Introduction to Modern Microeconomics. Chicago 1974).
- Lancaster, Kelvin J. (Hg.) (1999): Consumer Theory. Cheltenham u. a. (The International Library of Critical Writings in Economics; 100).
- Lane, Robert E. (1991): The Market Experience. Cambridge.
- Lange, Elmar (1994): Jugendkonsum – Demonstration und Kompensation. In: Reinhold (Hg.), 43–78.
- Lange, Elmar (1997): Jugendkonsum im Wandel. Konsummuster, Freizeitverhalten, soziale Milieus und Kaufsucht 1990 und 1996. Opladen.
- Lash, Scott; Urry, John (1994): Economies of Signs and Space. London, Thousand Oaks, New Delhi. (Theory, Culture & Society).
- Latour, Bruno (1991): Technology Is Society Made Durable. In: Law (Hg.), 103–131.
- Latour, Bruno (1995): Wir sind nie modern gewesen. Versuch einer symmetrischen Anthropologie. Berlin. (Orig.: *Nou n'avons jamais été modernes. Essai d'anthropologie symétrique*. Paris 1991).
- Latour, Bruno (1996): On actor network theory. A few clarifications. In: Soziale Welt 47 (1996) 4, 369–381.
- Latour, Bruno (1999): On recalling ANT [actor-network theory; RH]. In: Law/Hassard (Hg.), 15–25.
- Law, John (Hg.) (1991): A Sociology of Monsters. Essays on Power, Technology, and Domination. London. (Sociological Review Monograph; 38)

- Law, John; Hassard, John (Hg.) (1999): *Actor Network Theory and After*. Oxford, Malden. (Sociological Review Monographs).
- Leiss, William (1976): *The Limits to Satisfaction. An essay on the problem of needs and commodities*. Toronto, Buffalo.
- Lenk, Hans (1977): Struktur- und Verhaltensaspekte in Theorien sozialen Handelns. In: ders (Hg.), 157-175.
- Lenk, Hans (Hg.) (1977): *Handlungstheorien interdisziplinär IV. Sozialwissenschaftliche Handlungstheorien und spezielle systemwissenschaftliche Ansätze*. München.
- Lévesque, Benoît; Bourque, Gilles L.; Forgues, Éric (1997): *Renouveau de la sociologie économique de langue française. Originalité et diversité des approches*. (CRISES Collectif de recherche sur les innovations sociales dans les entreprises et les syndicats; Cahier de recherche; 9701). <<http://www.unites.uqam.ca/crises/9701.html>> vom 19-11-2000.
- Lewin, Shira B. (1996): Economics and Psychology. Lessons For Our Own Day From the Early Twentieth Century. In: *Journal of Economic Literature* 24 (1996) 9, 1293-1323.
- Lichtenberg, Judith (1998): Consuming Because Others Consume. In: Crocker/Linden (Hg.), 155-175.
- Linde, Hans (1972): *Sachdominanz in Sozialstrukturen*. Tübingen. (Gesellschaft und Wissenschaft; 4).
- Linder, Staffan B. (1970): *The Harried Leisure Class*. New York.
- Lipietz, Alain (1995): De la régulation aux conventions. Le grand bond en arrière? Original in: *Actuel Marx* (1995) 15. <http://perso.club-internet.fr/lipietz/MET/MET_Bond_Actuel_marx.html> vom 07-02-2001.
- Lippe, Peter Michael von der (1996): *Wirtschaftsstatistik. Amtliche Statistik und Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen*. Stuttgart, 5. Aufl.
- Little, I[an] M. D. (1966/1949): Eine Neuformulierung der Theorie des Konsumentenverhaltens. In: Streissler/Streissler (Hg.), 173-186 (Orig.: A Reformulation of the Theory of Consumer's Behavior. In: *Oxford Economic Papers*, N. F. 1 (1949), 90-99).
- Loader, Ian (1999): Consumer Culture and the Commodification of Policing and Security. In: *Sociology* 33 (1999) 2, 373-392.
- Logue, Alexandra W. (1995): *Die Psychologie des Essens und Trinkens*. Heidelberg, Berlin, Oxford.
- Luban, David (1998): The Political Economy of Consumption. In: Crocker/Linden (Hg.), 113-130.
- Lubar, Steven (1998): Men/Women/Production/Consumption. In: Horowitz/Mohun (Hg.), 7-37.
- Luckenbach, Helga (1975): *Theorie des Haushalts*. Göttingen. (Grundriss der Sozialwissenschaft; 27).

- Luckenbach, Helga (1978): Neuere Ansätze in der mikroökonomischen Konsumtheorie. In: Bombach/Gahlen/Ott (Hg.), 211–235.
- Luckenbach, Helga (1980): Nachfrage des Haushalts. In: HdWW, Bd. 5, 300–314.
- Lüdemann, Christian (1997): »Bounded« oder »unbounded rationality«? Ein empirischer Theorienvergleich im Bereich der Verkehrsmittelwahl. In: Schweizerische Zeitschrift für Soziologie 23 (1997) 3, 567–592.
- Luhmann, Niklas (1986): Ökologische Kommunikation. Kann die moderne Gesellschaft sich auf ökologische Gefährdungen einstellen? Opladen, 3. Aufl. 1990.
- Luhmann, Niklas (1989): Die Wirtschaft der Gesellschaft. Frankfurt am Main, 2. Aufl.
- Luhmann, Niklas (1997): Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt am Main.
- Lupton, Deborah (1996): Food, the Body and the Self. London, Thousand Oaks, New Delhi.
- Lury, Celia (1996): Consumer Culture. Cambridge.
- Lynn, Gary D. (1999): Divided self models of the socioeconomic person. The metaeconomics approach. In: Journal of Socio-Economics 28 (1999) 3, 267–288.
- Mankiw, N. Gregory (1999): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Stuttgart.
- Marsden, Terry; Flynn, Andrew; Harrison, Michelle (2000): Consuming Interests. The Social Provision of Foods. London. (Consumption and space).
- Marshall, Alfred (1920): Principles of Economics. London, 8. Aufl.
- Marx, Karl (1976): Ökonomische Manuskripte 1857/58. Text, Teil 1 (= Karl Marx, Friedrich Engels: Gesamtausgabe (MEGA), Zweite Abteilung: »Das Kapital« und Vorarbeiten, Bd. 1.). Ost-Berlin.
- Maslow, Abraham H. (1975): Motivation and Personality. In: Levine, F. M. (Hg.): Theoretical Readings in Motivation. Perspectives on Human Behavior. Chicago, 358–379.
- Mason, Roger (2000): The Social Significance of Consumption. James Duesenberry's Contribution to Consumer Theory. In: Journal of Economic Issues 34 (2000) 3, 553–572.
- Maxwell, Sarah (1999): The Social Norms of Discrete Consumer Exchange: Classification and Quantification. In: American Journal of Economics and Sociology 58 (1999) 3, 999–1018.
- Mayring, Philipp (1999): Lehren der neueren Psychologie für die Ökonomie: Welchen Stellenwert hat die Ökonomie für das menschliche Lebensglück wirklich? In: Bellebaum/Schaaff/Zinn (Hg.), 157–169.
- McCracken, Grant (1985): Dress Colour at the Court of Elizabeth I. An Essay in Historical Anthropology. In: Canadian Review of Sociology and Anthropology 22 (1985) 4.

- McCracken, Grant (1988): *Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington, Indianapolis.
- McCracken, Grant (1992/1987): Die Geschichte des Konsums. Ein Literaturüberblick und Lese Führer. In: Rosenberger (Hg.), 25-53. (Orig. in: *Journal of Consumer Policy*, 10 (1987) 2, 139-166).
- McIntosh, William Alex (1996): *Sociologies of Food and Nutrition*. New York.
- McKendrick, Neil (1982): The Consumer Revolution of Eighteenth Century England. In: McKendrick/Brewer/Plumb (Hg.), 9-33.
- McKendrick, Neil (1997): Die Ursprünge der Konsumgesellschaft. Luxus, Neid und soziale Nachahmung in der englischen Literatur des 18. Jahrhunderts. In: Siegrist/Kaelble/Kocka (Hg.), 75-108.
- McKendrick, Neil; Brewer, John; Plumb, Jack H. (Hg.) (1982): *The Birth of a Consumer Society. Commercialisation of Eighteenth-Century England*. London.
- McKenzie, Richard B.; Tullock, Gordon (1984): *Homo oeconomicus. Ökonomische Dimensionen des Alltags*. Frankfurt am Main, New York.
- Meckling, William H. (1976): Values and the choice of the model in the social sciences. In: *Schweizerische Zeitschrift für Volkswirtschaft und Statistik* 112 (1976) 4, 545-560.
- Meier, Ura (Hg.) (1997): *Vom Oikos zum modernen Dienstleistungshaushalt. Der Strukturwandel privater Haushaltsführung*. Festschrift für Rosemarie von Schweitzer. Frankfurt am Main, New York. (Reihe Stiftung Der Private Haushalt; 32).
- Meigs, Anna (1988): Food as Cultural Construction. In: *Food and Foodways* (1988) 2, 341-357.
- Menger, Carl (1968): *Grundsätze der Volkswirtschaftslehre* = Carl Menger: *Gesammelte Werke*. Bd. I: *Grundsätze der Volkswirtschaftslehre*. 2. Aufl., Tübingen 1968. (1. Aufl., Wien 1871).
- Mennell, Stephen; Murcott, Anne; Otterloo, Anneke H. van (1992): *The Sociology of Food: Eating, Diet and Culture*. = *Current Sociology/La sociologie contemporaine* 40 (1992) 2.
- Meyer, Marshall W.; Zucker, Lynne G. (1989): *Permanently Failing Organizations*. Newbury Park.
- Miller, Daniel (1995): Consumption as the Vanguard of History. A Polemic by Way of an Introduction. In: ders. (Hg.), 1-57.
- Miller, Daniel (Hg.) (1995a): *Acknowledging Consumption. A Review of New Studies*. London, New York. (Material Cultures. Interdisciplinary studies in the material construction of social worlds).
- Mirowski, Philip (1988): *Against Mechanism. Protecting Economics from Science*. Lanham.

- Mirowski, Philip (1989): *More Heat than Light, Economics as Social Physics, Physics as Nature's Economics*. Cambridge, New York, Melbourne.
- Mishan, E(dward) J. (1966): Theorien des Konsumentenverhaltens: eine zynische Betrachtung. In: Streissler/Streissler (Hg.), 203–216 (Orig.: Theories of Consumer's Behavior. A Cynical View. In: *Economica* 28 (1961), 1–11).
- Mittelstraß, Jürgen (Hg.) (1979): *Methodenprobleme der Wissenschaften vom gesellschaftlichen Handeln*. Frankfurt am Main.
- Mittelstraß, Jürgen (1990): Wirtschaftsethik oder der erklärte Abschied vom Ökonomismus auf philosophischen Wegen. In: Ulrich (Hg.), 17–38.
- Modigliani, Franco; Brumberg, Richard (1966): Nutzenanalyse und Konsumfunktion. In: Streissler/Streissler (Hg.), 319–337 (Auszug aus Orig.: Utility Analysis and the Consumption Function. An Interpretation of Cross-section Data. In: Kurihara, Kenneth (Hg.): *Post-Keynesian Economics*. New Brunswick, N. J., 1954, 388–436).
- Müller, J. Heinz (1995): Güter, wirtschaftliche. In: *Staatslexikon* (1995/1986), Bd. 2, 1155–1158.
- Müller, J. Heinz; Stüsser, Rolf; Wallraff, Hermann J. (1957): Bedürfnis und Bedarf. In: *Staatslexikon Recht, Wirtschaft, Gesellschaft*, Bd. 1. Freiburg, 974–984.
- Musgrave, Richard A. (1969/1959) *Finanztheorie*. Tübingen, 2. Aufl. (Orig.: *The Theory of Public Finance. A Study in Public Economy*. Tokyo u. a. 1959)
- Musgrave, Richard A.; Musgrave, Peggy B. (1978): *Die öffentlichen Finanzen in Theorie und Praxis*. Tübingen, 2. Aufl.
- Nash, James A. (1998): On the Subversive Virtue of Frugality. In: Crocker/Linden (Hg.), 416–436.
- Neumann, Manfred (1980): Nutzen. In: *HdWW*, Bd. 5, 349–361.
- Neumann, Manfred (1994): Neoklassik. In: Issing (Hg.), 255–269.
- Neuner, Michael; Reisch, Lucia A. (Hg.) (1998): *Konsumperspektiven. Verhaltensaspekte und Infrastruktur*. Gerhard Scherhorn zur Emeritierung. Berlin.
- Nicklisch, Heinrich (1932): *Die Betriebswirtschaft*. Berlin, 7. Aufl.
- Nicolas, François; Valceschini, Egizio (Hg.) (1995): *Agro-Alimentaire, Une Economie de la Qualité*. Institut National de la Recherche Agronomique (INRA). Paris.
- Norris, Ruby Turner (1947). *The Theory of Consumer's Demand*. New Haven, 2. Aufl. (Orig. 1941).
- O'Boyle, Edward J. (1996): *Social Economics. Premises, Findings and Policies*. London.
- O'Boyle, Edward J. (1998): *Personalist Economics. Moral Convictions, Economic Realities, and Social Action*. Boston.

- O'Boyle, Edward J. (Hg.) (1999): Teaching the Social Economics Way of Thinking. Selected Papers from the Ninth World Congress of Social Economics. Lewiston u. a. (Mellen studies in economics; 4).
- Orléan, André (1986): Le rôle des conventions dans la logique monétaire. In: Salais/Thévenot (Hg.), 219–238.
- Orléan, André (1989): Pour une approche cognitive des conventions économiques. In: Revue Economique 40 (1989) 2, 241–272.
- Orléan, André (1992): Contagion des opinions et fonctionnement des marchés financiers. In: Revue Economique 43 (1992) 4, 685–697.
- Orléan, André (Hg.) (1994): Analyse économique des conventions. Paris.
- Orléan, André (1994a): Vers un modèle général de la coordination économique par les conventions. In: ders. (Hg.) (1994), 9–42.
- Ott, Alfred E. (Hg.) (1965): Preistheorie, Köln; Berlin.
- Ott, Norburga (1997): Beruf, Kinder, Familie. Ein Spannungsfeld aus ökonomischer Sicht. In: Behning (Hg.), 41–66.
- Pahl, Jan (1990): Household Spending, Personal Spending and the Control of Money in Marriage. In: Sociology 24 (1990) 1, 119–138. Nachdruck in: Jackson/Moores (Hg.) (1995), 53–66.
- Patten, Simon N. (1901): Consumption of Wealth. 2. Aufl. (Publications of the University of Pennsylvania. Pol. Econ. & Pub. Law Series; 4).
- Piorkowsky, Michael-Bernd (1997): Haushaltsökonomie. In: Kutsch/Piorkowsky/Schätzke, 13–138.
- Pollak, Robert A. (1985): A Transaction Cost Approach to Families and Households. In: Journal of Economic Literature 23 (1985) Juni, 581–608.
- Prahl, Hans-Werner; Setzwein, Monika (1999): Soziologie der Ernährung. Opladen (Fragen der Gesellschaft).
- Preda, Alex (1999): The Turn to Things. Arguments for a Sociological Theory of Things. In: The Sociological Quarterly 40 (1999) 2, 347–366.
- Pribram, Karl (1992): Geschichte des ökonomischen Denkens. Frankfurt am Main (Orig.: A History of Economic Reasoning. 1983)
- Priddat, Birger P. (1988): Ökonomie und/oder Natur. Zur Abschätzung ökonomischer Reichweiten ökologischer Ideen. Berlin. (Schriftenreihe des IÖW; 11/88).
- Priddat, Birger P. (1998): Moral Based Rational Man. Über die implizite Moral des *homo oeconomicus*. In: Brieskorn/Wallacher (Hg.), 1–46.
- Raffée, Hans (1969): Konsumenteninformation und Beschaffungsentscheidung des privaten Haushalts. Stuttgart. (Betriebswirtschaftliche Abhandlungen, Neue Folge; 20).
- Raffée, Hans (1993): Haushalte, private. In: Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, Teilbd. 1. Stuttgart: 5. Aufl., 1644–1663.

- Rallet, Alain (1993): *La Théorie des Conventions chez les Economistes*. (Réseaux Nr. 62, CNET) <<http://www.enssib.fr/autres-sites/reseau-cnet/62/03-ralle.pdf>> vom 08-02-2001.
- Regenhard, Ulla (1998): *Gender & Ökonomie. Zur Geschlechterhierarchie in den Wirtschaftswissenschaften*. In: dies. (Hg.), 111–150.
- Regenhard, Ulla (Hg.) (1998): *Die männliche Wirtschaft. Geschlechtertrennung und Konzepte zur Frauenintegration*. Berlin. (fhw-Forschung; 32/33).
- Reichenau, Charlotte von (1979): *Von der Konsumtheorie zur Haushaltsökonomik. Gesammelte Abhandlungen*. Berlin. (Beiträge zur Ökonomie von Haushalt und Verbrauch; 14).
- Reinbold, Klaus-Jürgen (Hg.) (1994): *Konsumrausch. Der heimliche Lehrplan des Passivismus*. Freiburg. (Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft für Gefährdetenhilfe und Jugendschutz der Erzdiözese Freiburg, AGJ; 18).
- Reisch, Lucia A.; Scherhorn Gerhard (1999): *Güterwohlstand und Zeitwohlstand. »Ich wär' so gern ein Zeitmillionär«*. In: *Politische Ökologie* 19 (1999) 57/58, 52–56.
- Reuter, Norbert (1994): *Institutionalismus, Neo-Institutionalismus, Neue Institutionelle Ökonomie und andere »Institutionalismen«*. Eine Differenzierung konträrer Konzepte. In: *Zeitschrift für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften* 114 (1994) 1, 5–23.
- Reuter, Norbert (1996): *Der Institutionalismus. Geschichte und Theorie der evolutionären Ökonomie*. Marburg.
- Richter, Rudolf (1994): *Institutionen ökonomisch analysiert. Zur jüngeren Entwicklung auf einem Gebiet der Wirtschaftstheorie*. Tübingen.
- Richter, Rudolf; Furubotn, Eirik (1996): *Neue Institutionenökonomik. Eine Einführung und kritische Würdigung*. Tübingen.
- Rieter, Heinz (1992): *Mechanistische und organismische Ansätze in der Wirtschaftswissenschaft*. In: Krohn/Krug/Küppers (Hg.), 51–85.
- Ritsert, Jürgen (1996): *Einführung in die Logik der Sozialwissenschaften*. Münster.
- Ritzer, George (1999): *Enchanting a Disenchanted World. Revolutionizing the Means of Consumption*. Thousand Oaks, London, New Delhi.
- Robbins, Lionel (1984): *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*. London, Basingstoke, 3. Aufl. (Orig. 1932).
- Rosenberger, Günther (Hg.) (1992): *Konsum 2000. Veränderungen im Verbraucheralltag*. Frankfurt am Main, New York.
- Rosenkranz, Doris; Schneider, Norbert F. (Hg.) (2000): *Konsum. Soziologische, ökonomische und psychologische Perspektiven*. Opladen. (Lehrtexte Soziologie).
- Roth, Timothy P. (1989): *The Present State of Consumer Theory*. Lanham, New York, London, 2. Aufl.

- Rothenberg, Jerome (1966): Wiedersehen mit der Konsumentensouveränität und Entdeckung der Vorteile der Wahlfreiheit. In: Streissler/Streissler (Hg.), 470–485 (Orig.: Consumers' Sovereignty Revisited and the Hospitality of Freedom of Choice. In: *American Economic Review* 52 (1962), Papers and Proceedings, 269–283).
- Rudmin, Floyd (Hg.) (1991): To Have Possessions. A Handbook on Ownership and Property (Special Issue of the *Journal of Social Behavior and Personality* 6 (1991) 6).
- Salabian, David (1993): Die Produktion von Sinn beim Konsum der Dinge. In: Ruppert, Wolfgang (Hg.): *Fahrrad, Auto, Fernsehschrank. Zur Kulturgeschichte der Alltagsdinge*. Frankfurt am Main, 37–51.
- Salais, Robert (1994): Incertitude et interactions de travail. Des produits aux conventions. In: Orléan (Hg.), 371–403.
- Salais, Robert; Storper, Michael (1992): The four «worlds» of contemporary industry. In: *Cambridge Journal of Economics* 16 (1992) 2, 169–193.
- Salais, Robert; Storper, Michael (1993): Les mondes de production. Enquête sur l'identité économique de la France. Paris. (Civilisations et sociétés; 88).
- Salais, Robert; Thévenot, Laurent (Hg.) (1986): *Le travail. Marchés, règles, conventions*. Paris.
- Samuels, Warren J. (Hg.) (1988): *Institutional Economics*. 3 Bde. Aldershot. (Schools of Thought in Economics; 5).
- Samuels, Warren J. (Hg.) (1998): *The Founding of Institutional Economics. The Leisure Class and Sovereignty*. Routledge. (Routledge Studies in the History of Economics; 23).
- Samuels, Warren J. (2000): Institutional Economics after One Century. In: *Journal of Economic Issues* 34 (2000) 2, 305–315.
- Samuelson, Paul A. (1938): A Note on the Pure Theory of Consumer's Behavior. In: *Economica* 5 (1938) February, 61–71.
- Samuelson, Paul A.; Nordhaus, William D. (1998): *Volkswirtschaftslehre*. Wien.
- SASE (2001) = Society for the Advancement of Socio-Economics: About SASE. <<http://www.sase.org/aboutsase/aboutsase.html>> vom 25-02-2001.
- Saxenian, Anna Lee (1994): *Regional Advantage. Culture and Competition in Rt. 128 and Silicon Valley*. Cambridge.
- Schefold, Bertram (1987): Über Änderungen in der Zusammensetzung der Nachfrage. In: *Postkeynesianismus. Ökonomische Theorie in der Tradition von Keynes, Kalecki und Sraffa*. Marburg, 119–164. (Postkeynesianische Ökonomie; 1).
- Schelkle, Waltraud; Nitsch, Manfred (Hg.) (1995): *Rätsel Geld. Annäherungen aus ökonomischer, soziologischer und historischer Sicht*. Marburg.

- Scherhorn, Gerhard (1994): Die Unersättlichkeit der Bedürfnisse und der kalte Stern der Knappheit. In: Biervert, Bernd; Held, Martin (Hg.): *Das Naturverständnis der Ökonomik. Beiträge zur Ethikdebatte in den Wirtschaftswissenschaften*. Frankfurt am Main, New York, 224–240.
- Scherhorn, Gerhard (1994a): Konsum als Kompensation. In: Reinbold, Klaus-Jürgen (Hg.), *Konsumrausch. Der heimliche Lehrplan des Passivismus*. Freiburg/Br., 7–41.
- Scherhorn, Gerhard (1994b): Die Wachstumsillusion im Konsumverhalten. In: Binswanger, Hans Christoph; Flotow, Paschen von (Hg.), *Geld und Wachstum. Zur Philosophie und Praxis des Geldes*. Stuttgart, 213–230.
- Scherhorn, Gerhard (1995): Das Vordringen der Ersatzbedürfnisse. Zur Relativierung des positivistischen Denkens in der Ökonomie. In: *Sozialwissenschaftliche Informationen*, 24 (1995) 4, 258–264.
- Scherhorn, Gerhard; Augustin, Elke; Brune, Heinrich Gustav; Eichler, Gerd; Hoffmann, Annemarie; Schumacher, Harald; Werner, Claus Henning; Wieken, Klaus (1975): *Verbraucherinteresse und Verbraucherpolitik*. Göttingen. (Kommission für wirtschaftlichen und sozialen Wandel; 17).
- Scherhorn, Gerhard; Reisch, Lucia A.; Raab, Gerhard (1990): Addictive Buying in West Germany. An Empirical Study. In: *Journal of Consumer Policy* 13 (1990), 355–387.
- Schimank, Uwe; Volkmann, Ute (Hg.) (2000): *Soziologische Gegenwartsdiagnosen I. Eine Bestandsaufnahme*. Opladen.
- Schlicht, Ekkehard (1993): On Custom. In: *Journal of Institutional and Theoretical Economics/Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft* 149 (1993) 1, 178–203.
- Schlösser, Hans Jürgen (1992): *Das Menschenbild in der Ökonomie. Die Problematik von Menschenbildern in den Sozialwissenschaften – Dargestellt am Beispiel des homo oeconomicus in der Konsumtheorie*. Köln.
- Schmid, Hans; Dosky, Doris von; Braumann, Benedikt (1996): *Ökonomik des Arbeitsmarktes. Band 1: Arbeitsmarkttheorien*. Bern, Stuttgart, Wien, 2. Aufl.
- Schmidbauer, Wolfgang (1996): Jetzt haben, später zahlen. Die seelischen Folgen der Konsumgesellschaft. Reinbek.
- Schmucker, Helga (1978): Haushalte, private III: Haushaltsrechnungen und Verbrauchsstatistik. In: *HdWW*, Bd. 4, 63–68.
- Schneider, Norbert F. (2000): Konsum und Gesellschaft. In: Rosenkranz/Schneider (Hg.), 9–22.
- Schor, Juliet (1992): *The Overworked American*. New York.
- Schor, Juliet (1998): A New Economic Critique of Consumer Society. In: Crocker/Linden (Hg.), 131–154.
- Schumann, Jochen (1971): *Grundzüge der mikroökonomischen Theorie*. Berlin, Heidelberg, New York.

- Schwarz, Rainer (1998): Rezension »Birger P. Priddat, Gerhard Wegner (Hg.): Zwischen Evolution und Institution. Neue Ansätze in der ökonomischen Theorie. Marburg: Metropolis 1996, 405 S., DM 58,-« In: Politische Vierteljahresschrift 39 (1998) 4, 934–936.
- Schweitzer, Rosemarie von (1968): Haushaltsanalyse und Haushaltsplanung. Versuch einer systematischen Darstellung des haushälterischen Handelns. Berlin. (Beiträge zur Ökonomie von Haushalt und Verbrauch; 5).
- Schweitzer, Rosemarie von (1978): Haushalte. In: HdWW, Bd. 4, 27.
- Schweitzer, Rosemarie von (1978a): Haushalte, private I: Gesellschaftspolitische Bedeutung. In: HdWW, Bd. 4, 27–51.
- Schweitzer, Rosemarie von (1978b): Haushalte, private II: Haushaltsökonomik. In: HdWW, Bd. 4, 51–62.
- Schweitzer, Rosemarie von (1988): Lehren vom Privathaushalt. Eine kleine Ideengeschichte. Frankfurt am Main, New York. (Campus Forschung; 576. Reihe Stiftung Der Private Haushalt; 3).
- Schweitzer, Rosemarie von (1991): Einführung in die Wirtschaftslehre des privaten Haushalts. Stuttgart.
- Schwerdtfeger, Gertrud (1977): Haushalt heute. Handbuch für moderne Haushaltsführung. Grafenau: 2. Aufl.
- Scitovsky, Tibor (1966): Zum Prinzip der Konsumentensouveränität. In: Streissler/Streissler (Hg.), 486–494 (Orig.: On the Principle of Consumers' Sovereignty. In: American Economic Review 52 (1962), Papers and Proceedings, 262–268).
- Scitovsky, Tibor (1989/1976): Psychologie des Wohlstand. Die Bedürfnisse des Menschen und der Bedarf des Verbrauchers. Frankfurt am Main, New York. (Reihe Campus; 1029). (Orig.: The Joyless Economy. New York, London, Toronto 1976).
- Seel, Barbara (1992): Standardmodell zur Analyse und Planung ökonomischer Problemlagen privater Haushalte. Frankfurt am Main, Bern, New York, Paris. (Studien zur Haushaltsökonomie; 4).
- Seel, Barbara (1997): Individuum oder Haushalt? Wandel der Referenzsysteme wohlfahrtstheoretischer Erwägungen. In: Meier (Hg.), 66–84.
- Segal, Jerome M. (1998): Consumer Expenditures and the Growth of Need-Required Income. In: Crocker/Linden (Hg.), 176–197.
- Seifert, Eberhard K.; Priddat, Birger (1995): Neuorientierungen in der ökonomischen Theorie. Zur moralischen, institutionellen, evolutorischen und ökologischen Dimension des Wirtschaftens. In: dies. (Hg.), Neuorientierungen in der ökonomischen Theorie. Marburg, 7–54.
- Sen, Amartya K. (1977): Rational Fools. A Critique of the Behavioral Foundations of Economic Theory. In: Philosophy & Public Affairs 6 (1977) 4, 317–344.

- Sen, Amartya [K.] (1998): The Living Standard. In: Crocker/Linden (Hg.), 287–311.
- Sen, Amartya [K.] (1999): Ökonomie für den Menschen. Wege zu Gerechtigkeit und Solidarität in der Marktwirtschaft. München, Wien. (Orig.: Development as Freedom. New York 1999).
- Setzwein, Monika (1997): Zur Soziologie des Essens: Tabu, Verbot, Meidung. Opladen.
- Shanahan, Suzanne Elise; Tuma, Nancy Brandon (1994): The Sociology of Distribution and Redistribution. In: Smelser/Swedberg (Hg.) (1994a), 733–765.
- Shilling, Chris (1993): The Body and Social Theory. (Theory, Culture & Society). London, Newbury Park, New Delhi.
- Siebenhüner, Bernd (1997): Vom homo oeconomicus zum homo oecologicus. Zum Menschenbild der ökologischen Ökonomik. In: Biermann/Büttner/Helm (Hg.), 53–69.
- Siegrist, Hannes (1997): Konsum, Kultur und Gesellschaft im modernen Europa. In: Siegrist/Kaelble/Kocka (Hg.), 13–48.
- Siegrist, Hannes; Kaelble, Hartmut; Kocka, Jürgen (Hg.) (1997): Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert). Frankfurt/Main.
- Simon, Herbert A. (1957): Models of Man. New York.
- Simon, Herbert A. (1978): Rationality as Process and as Product of Thought. In: The American Economic Review, Papers and Proceedings 68 (1978), 1–16 (Menasha).
- Simon, Herbert A. (1986): The Failure of Armchair Economics (Interview). In: Challenge 29 (1986) Nov.-Dec., 18–25.
- Slutsky, Eugen(io) E. (1915): Sulla teoria del bilancio del consummatore. In: Giornale degli Economisti e Annali di Economia 3 (1915). Deutsche Übersetzung: Zur Theorie der Verbraucherbudgets. In: Ott (Hg.) (1965), 87–116.
- Smelser, Neil J.; Swedberg, Richard (1994): The Sociological Perspective on the Economy. In: dies. (Hg.) (1994a), 3–26.
- Smelser, Neil J.; Swedberg, Richard (Hg.) (1994a): The Handbook of Economic Sociology. Princeton, New York.
- Smith, Adam (1978): Der Wohlstand der Nationen. Eine Untersuchung seiner Natur und seiner Ursachen. München (Orig. 1776).
- Sombart, Werner (1927): Der moderne Kapitalismus. Historisch-systematische Darstellung des gesamteuropäischen Wirtschaftslebens von seinen Anfängen bis zur Gegenwart. Dritter Band: Das Wirtschaftsleben im Zeitalter des Hochkapitalismus. Zweiter Halbband: Der Hergang der hochkapitalistischen Wirtschaft, Die Gesamtwirtschaft. München, Leipzig.

- Sprondel, Walter M. (1986): Kulturelle Modernisierung durch antimodernistischen Protest. Der lebensreformerische Vegetarismus. In: Neidhardt, Friedhelm; Lepsius, M. Rainer; Weiß, Johannes (Hg.): Kultur und Gesellschaft (Sonderband 27 der KZfSS). Opladen, 314-330.
- Staatslexikon Recht, Wirtschaft, Gesellschaft (1995). 7 Bde., hg. von der Görres-Gesellschaft, Sonderausgabe der 7. Aufl. 1986. Freiburg, Basel, Wien.
- Stanfield, James Ronald (1999): The Scope, Method, and Significance of Original Institutional Economics. In: *Journal of Economic Issues* 33 (1999) 2, 231-255.
- Stein, Otto (1956): Bedarf und Bedürfnis. In: HdSW, Bd. 1., 707-718.
- Stephan, Gunter (1991): Ökologisch-orientierte Wirtschaftsforschung heute: Was kann ein entropie-theoretischer Ansatz leisten? In: Beckenbach (Hg.), 323-340.
- Stern, Paul C.; Dietz, Thomas (1994): The Value Basis of Environmental Concern. In: *Journal of Social Issues* 50 (1994) 3, 65-84.
- Stern, Paul C.; Dietz, Thomas; Kalof, Linda; Guagnano, Gregory A. (1995): Values, Beliefs, and Proenvironmental Action: Attitude Formation Toward Emergent Attitude Objects. In: *Journal of Applied Social Psychology* 25 (1995) 18, 1611-1636.
- Stiftung Verbraucherinstitut (Hg.) (1996): »Nachhaltiger Konsum«. Dokumentation eines Workshops der Stiftung Verbraucherinstitut. Berlin.
- Stigler, George J.; Becker, Gary S. (1996/1977): De Gustibus Non Est Disputandum. In: Becker, Gary S.: Familie, Gesellschaft und Politik – die ökonomische Perspektive. Tübingen 1996, 50-76 (orig. 1977).
- Stihler, Ariane (1998): Die Entstehung des modernen Konsums. Darstellung und Erklärungsansätze. Berlin. (Beiträge zur Verhaltensforschung; 35).
- Stihler, Ariane (1998a): Die Bedeutung der Konsumsymbolik für das Konsumverhalten. In: Neuner/Reisch (Hg.), 55-71.
- Storper, Michael; Salais, Robert (1997): *Worlds of Production. The Action Frameworks of the Economy*. Cambridge/Mass., London. (Orig.: Salais/Storper 1993).
- Strangmeier, Reinhard (2000): Die steuerliche Betriebsprüfung und die Unbestimmtheit des ökonomischen Erfolges. Eine wirtschaftssoziologische Studie mit einer Analyse der Groß- und Konzernbetriebsprüfung. Bielefeld (zugl. Diss. 1999).
- Strangmeier, Reinhard (2000a): Erfolg und Ungewissheit. Zu den Grundlagen und der Positionierung der Wirtschaftssoziologie. In: Dombrowsky, Wolf R.; Endruweit, Günter (Hg.): Ein Soziologe und sein Umfeld. Lars Clausen zum 65. Geburtstag. Kiel, 229-238.
- Streeten, Paul (1997): Contemporary Economics: A Critique. In: Biermann/Büttner/Helm (Hg.), 33-52.
- Streissler, Erich und Monika (1966): Einleitung. In: dies. (Hg.), 13-117.

- Streissler, Erich; Streissler, Monika (Hg.) (1966): Konsum und Nachfrage. Köln, Berlin. (Neue Wissenschaftliche Bibliothek, Wirtschaftswissenschaften; 13).
- Streissler, Monika (1974): Theorie des Haushalts. Stuttgart.
- Swedberg, Richard (1990): Economics and Sociology. Redefining their Boundaries: Conversations with Economists and Sociologists. Princeton.
- Swedberg, Richard (1994): Markets as Social Structures. In: Smelser/Swedberg (Hg.) (1994a), 255–282.
- Swedberg, Richard (1998): Max Weber and the Idea of Economic Sociology. Princeton. (Contributions in economic sociology).
- Swedberg, Richard (1999): Max Weber as an Economist and as a Sociologist. Towards a Fuller Understanding of Weber's View of Economics. In: American Journal of Economics and Sociology 58 (1999) 4, 561–582.
- Teuteberg, Hans Jürgen; Neumann, Gerhard; Wierlacher, Alois (Hg.) (1997): Essen und kulturelle Identität. Europäische Perspektiven. Berlin.
- Thompson, Grahame (1999): How far should we be afraid of conventional economics? A response to Ben Fine. In: Economy and Society 28 (1999) 3, 426–433.
- Tschammer-Osten, Berndt (1973): Der private Haushalt in einzelwirtschaftlicher Sicht. Prolegomena zur einzelwirtschaftlichen Dogmengeschichte und Methodologie. Berlin. (Beiträge zur Ökonomie von Haushalt und Verbrauch; 7).
- Tsujimura, Katano; Frenzel, Gottfried (1973): Konsum. In: Kernig, C. D. (Hg.): Marxismus im Systemvergleich, Ökonomie, Bd. 2. Freiburg, 322–340.
- Ulrich, Peter (Hg.) (1990): Auf der Suche nach einer modernen Wirtschaftsethik. Bern, Stuttgart. (St. Galler Beiträge zur Wirtschaftsethik; 4).
- Ulrich, Peter (1993): Transformation der ökonomischen Vernunft. Fortschrittsperspektiven der modernen Industriegesellschaft. Bern, Stuttgart, Wien, 3. Aufl.
- Ulrich, Peter (1998): Integrative Wirtschaftsethik. Grundlagen einer lebensdienlichen Ökonomie. Bern, Stuttgart, Wien, 2. Aufl.
- Ulrich, Peter (1998a): Wider die totale Marktgesellschaft. Zur Ideologiekritik des neoliberalen Ökonomismus aus der Perspektive der integrativen Wirtschaftsethik. In: Elsner/Engelhardt/Glastetter (Hg.), 121–143.
- Veblen, Thorstein (1986): Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen. Frankfurt am Main. (Orig.: The Theory of the Leisure Class. An Economic Study of Institutions. New York 1899).
- Veen, Hanneke van; Eeden, Rob van (1997): Geld oder Leben. Finanziell unabhängig und glücklich mit der Philosophie der Profis. Landsberg/Lech.
- Wagner, Adolf (1997): Mikroökonomik (Volkswirtschaftliche Strukturen: I). Stuttgart: 4. Aufl.

- Walras, Léon (1874, 1877): *Eléments d'économie politique pure ou théorie de la richesse sociale*. 2 Bde. Lausanne, Paris, Basel.
- Walsh, Vivian Charles (1970): *Introduction to Contemporary Microeconomics*. New York, San Francisco, St. Louis u. a.
- Warde, Alan (1997): *Consumption, Food & Taste. Culinary Antinomies and Commodity Culture*. London.
- Weber, Max (1973/1904): Die »Objektivität« sozialwissenschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis. In: ders., *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*. Hg. v. Johannes Winckelmann. Tübingen, 146–214. (Orig. in: *Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik* 19 (1904)).
- Weber, Max (1980/1921): *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie*. Studienausgabe. Tübingen: 5. Aufl. (Orig.: 1921)
- Weber, Wilhelm (1965): Gut. In: *HdSW*, Bd. 4, 735–741.
- Weinberg, Peter (1992): *Erlebnismarketing*. München.
- Weinbrenner, Peter (1989): Von Otto Normalverbraucher zu Öko-Paul. Auf der Suche nach dem neuen Konsumenten. In: *Der berufliche Bildungsweg* (1989) 2, 16–23.
- Weinbrenner, Peter (1996): Wege zu einem globalen umwelt- und sozialverträglichen Konsum. Aufgezeigt an der Produktlinie eines Lebensmittels. Berlin.
- Weise, Peter (1989): Homo oeconomicus und homo sociologicus. Die Schreckensmänner der Sozialwissenschaften. In: *Zeitschrift für Soziologie* 18 (1989) 2, 148–161.
- Weise, Peter (1996): Geld und Wachstumszwang. In: Biervert/Held (Hg.), 198–219.
- Weise, Peter; Brandes, Wolfgang; Eger, Thomas; Kraft, Manfred (1993): *Neue Mikroökonomie*. Heidelberg: 3. Aufl.
- Wicksteed, Philip Henry (1914): The Scope and Method of Political Economy in Light of the »Marginal« Theory of Value and of Distribution. In: *Economic Journal* 24 (1914).
- Wildt, Michael (1994): Am Beginn der »Konsumgesellschaft«. Mangelserfahrung, Lebenshaltung, Wohlstandshoffnung in Westdeutschland in den fünfziger Jahren. Hamburg. (Forum Zeitgeschichte, Bd. 3, Hg. von der Forschungsstelle für die Geschichte des Nationalsozialismus in Hamburg).
- Wildt, Michael (1997): Die Kunst der Wahl. Zur Entwicklung des Konsums in Westdeutschland in den 1950er Jahren. In: Siegrist/Kaelble/Kocka, 307–325.
- Wilkinson, John (1997): A new paradigm for economic analysis? Recent convergences in French social science and an exploration of the convention theory approach with a consideration of its application to the analysis of the agrofood system. In: *Economy and Society* 26 (1997) 3, 305–339.

- Williams, Rosalind H. (1982): *Dream Worlds. Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France*. Berkeley, Los Angeles, London.
- Williamson, Oliver E. (1985): *The Economic Institutions of Capitalism*. New York.
- Wilson, Gail (1995): Money: Patterns of responsibility and irresponsibility in marriage. In: Jackson/Moores (Hg.), 67–80.
- Wiswede, Günter (1973): *Motivation und Verbraucherverhalten. Grundlagen der Motivforschung*. München, Basel; 2. Aufl.
- Wiswede, Günter (2000): Konsumsoziologie. Eine vergessene Disziplin. In: Rosenkranz/Schneider (Hg.), 23–72.
- Woll, Artur (1974): *Allgemeine Volkswirtschaftslehre (Vahlens Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften*. München; 4. Aufl.
- Zafirovski, Milan (1998): Socio-Economics and Rational Choice Theory. Specifications of Their Relations. In: *Journal of Socio-Economics* 27 (1998) 2, 165–205.
- Zafirovski, Milan (1999a): Unification of Sociological Theory by the Rational Choice Model. Conceiving the Relationship between Economics and Sociology. In: *Sociology* 33(1999) 3, 495–514.
- Zafirovski, Milan; Levine, Barry B. (1999): A socio-economic approach to market transactions. In: *Journal of Socio-Economics* 28 (1999) 3, 309–334.
- Zelizer, Viviana A. (1996): Payments and Social Ties. In: *Sociological Forum* 11 (1996) 3, 481–495.
- Zinn, Karl Georg (1998): *Wie Reichtum Armut schafft. Verschwendung, Arbeitslosigkeit und Mangel*. Köln.
- Zinn, Karl Georg (1999): Bedürfnisse als Basis des Wirtschaftens. Entwicklung im sozialökonomischen Denken und Bedeutung für eine neue ökonomische Wissenschaft. In: Bellebaum/Schaaff/Zinn (Hg.), 125–156.

Register

- A**
- Ackerman, Frank 39
Agrarindustrie 252
Agrarsektor 262, 279
Akerlof, George A. 246, 270
Akkulturation 250
Akteur 19
 altruistischer 71, 82, 170
 atomisierter 257
 egoistischer 72, 170
 gespaltener 95
 heterogener 80
 homogener 79, 81 f., 188
 individueller 259
 institutionaler 249, 259
 kollektiver 85
 korporativer 84
 kultureller 249
 multimotivierter 273
 ökonomischer 275
 Selbstkonstruktion 264
 Typen 264
 universaler 203, 211
Akteur-Sache-Netzwerk 269
Aktor-Netzwerk-Theorie 262, 280
Albert, Hans 16 f., 21 f., 28, 105,
 110, 145, 150, 154, 156
Allen, Roy G. D. 159
Alltagskommunikation 215
Althaler, Karl S. 272
Altruismus 232, 273
Angemessenheit
 des Konsums 268
 kulturelle 250
Aptiorismus 32
Arationalhandeln 91 f.
Arbeit 47, 65, 107–109, 124, 222
Arbeitsangebotstheorie 70
Arbeitsgenuss 107 f.
Arbeitsleid 65, 107
Arbeitsleistung 222
Arbitrage, kollektive 259
Askese 135
Aufmerksamkeit 222
Authentizität, konsumtive 251
- B**
- Becker, Gary 19, 22 f., 28, 41, 42,
 55, 57, 59, 61 f., 66, 71 f., 74, 78,
 81 f., 92, 96, 157, 160, 163,
 193–197, 200, 201–211, 216,
 221–223, 228, 229, 231, 233,
 237
Bedarf 102
 elastischer 180
 unelastischer 180
Bedürfnis
 -armut 130
 authentisches 135
 -befriedigung 103
 Definition 101
 -entstehung 103
 -evaluation 124, 133
 Exogenisierung 110, 121, 124
 Kommerzialisierung 118
 Kontrolle 97, 136
 -kritik 131
 Modifikation 44
 -politik 116, 136
 -produktion 123, 131
 Projektion 103
 Rationalität 95, 132

Reflexion 128, 130, 132, 134,
 137
 relatives 127
 Soziabilität 118, 120
 Transformation 104, 112,
 122
 Unbegrenztheit 106, 107, 126
 Bedürfnismanagement 113
 Bedürfnisökonomie 111 f., 128 f.,
 136, 172
 Bedürfnispathologie 129
 Behaviorismus 158, 159
 Bekleidungsbranche 279
 Bentham, Jeremy 163
 Betriebswirtschaftslehre 23, 33, 43,
 57, 63, 80, 83, 86
 Bewertungsmaßstab 205
 Beziehung, soziale 257
 Erosion 81
 Biggart, Nicole Woolsey 257
 Bindung, personale 85
 Biologie 249
 Boltanski, Luc 255, 261
 Boulding, Kenneth 272
 Boyer, Robert 255, 272
 Branchenentwicklung 279
 Braudel, Fernand 115
 Brückendisziplin 277
 Budgetrestriktion 65, 71, 73, 88,
 184, 195, 200 f.
 Bürgenmeier, Bear 272
 Bush, Paul D. 247

C

Callon, Michel 262
 Castanias, Richard 257
 cité 261
 Clark, John Maurice 246
 Commons, John R. 246
 Croce, Benedetto 28

D

Danto, Arthur 29, 30
 Davis, Harry 24
 Defalvard, Hervé 259
 Demokratie, ökonomische 248
 deontologisches Paradigma 272
 Desumtion 53
 Dienstleistung 179
 Differenzierung, soziale 216, 218,
 251
 Distributionswelt 269
 Douglas, Mary 266 f.
 Drittpersonen-Kriterium 57
 Dugger, William M. 247

E

économies de la grandeur 261
 Edgeworth, Francis Ysidro 143
 Effekt, externer 177–179, 184–
 186
 Effizienz 87, 178, 225, 227
 -erwartungen 256
 Konsum- 196, 204, 225
 ökonomische 197 f., 221, 227
 soziale 227
 Effizienzproblem 197 f., 256
 Egalitarismus 266
 Egner, Erich 46 f.
 Eigennutz 273
 Eigenproduktion 67
 Eigentumsrechte 177
 Eigenwertigkeit 64, 67 f.
 Eigenwert-Kriterium 58
 Einbettung 24, 236, 272
 institutionale 272
 kulturelle 249
 relationale 272
 Einkommen, Volles 201, 209
 Einkommenseffekt 180

Einzelhandel 254
 Elías, Norbert 136
 Emanzipation 132
 Empathie 222
 Engagement 166, 170f.
 Entscheidungsfindung 83
 Erfolg, Unbestimmtheit 76
 Erfolgsorientierung 85
 Erkenntnisinteresse 26
 Erklärungsanspruch 32, 37, 238
 Ernährung 252
 Erwartung 258, 260
 Erwerbsorientierung 102
 Etzioni, Amitai 27, 270–274
 Evaluation 171
 Evolution 27, 271
 Evolutionstheorie 205
 Exogenisierung 172, 236
 Exogenitätsannahme 109, 123
 Externalisierung 68
 asymmetrische 186
 Exzentrik 78
 Eymard-Duvernay, François 255

F

Familie 71, 80f.
 Fatalismus 266
 Favereau, Olivier 255
 Feess, Eberhard 106, 179
 Feld, soziales 282
 Finanzmarkt 259
 Finanzsoziologie 259
 Fine, Ben 54, 118, 277–279
 Fligstein, Neil 87, 272
 Fordismus 121
 Formalismuspräferenz 28, 37, 230
 Fremdbezug 67, 228
 Frenzen, Jonathan 24
 Friedman, Milton 31

G

Galbraith, John Kenneth 246, 272
 Galiani, Ferdinando 140
 Gedankenexperiment 29, 32
 Gemeinschaft 272
 Gesellschaftsbegriff 24
 Gesundheitsökonomie 259
 Gewohnheit 248, 252, 257
 Gleichgewicht 27
 Gossen, Hermann Heinrich 65,
 72, 106, 126, 140
 Granovetter, Mark 24f., 258
 Grenznutzen 138f., 141f., 178f.
 -analyse 139–143, 173
 -theorie 27, 54, 73, 102, 107,
 141, 144, 153, 157
 grid-group-Schema 266
 Grundnutzen 182
 Gut
 Basis- 193
 defensives 122, 181, 185
 Doppelnatur 176
 Erfahrungs- 181
 freies 187
 Gebrauchs- 180
 Giffen- 180
 Groß- 241
 haushaltsöffentliches 188, 189
 inferiores 180
 Inspektions- 181
 kreatives 124
 materielles 44
 meritorisches 63, 178, 212
 öffentliches 44, 58, 63, 177f.,
 187f., 212
 privates 63, 72, 103, 177f.,
 186, 188
 Produktions- 179
 Sach- 179
 soziale Konstruktion 262

- superiores 180
- Verbrauchs- 180
- Vertrauens- 181
- wirtschaftliches 176f., 187
- Güter
 - charakteristika 193–197, 213, 221, 237, 278
 - dedicated products 261
 - Homogenisierung 191, 262
 - Homogenität 182, 189, 216, 233
 - kategorien 178, 188, 232
 - klassifikation 176
 - Knappheitskriterium 177
 - Kombinierbarkeit 182
 - Komplementärcharakteristika 213
 - komplementäre 143, 180–183
 - substitutive 143, 180, 182, 184, 191
 - symbolik 64, 104, 119f., 213
 - Teilbarkeit 142, 182f., 189f., 233
 - verbundene 207
 - Zugriffskriterium 177
- Gütereigenschaften, objektive 184
- Güternutzung
 - Ausschließbarkeit 177f., 187f.
 - Rivalität 177f.
- Gütertheorie 269, 276, 280
 - naturalistische 213, 216
 - neoklassische 262
- Gütertyp 260
- Güterwelt 277
- H
- Hamilton, David 247
- Handeln
 - Eigenwert 219
 - haushaltsinternes 218
 - kollektives 256
 - konsumtives 87
 - Markt- 218
 - Nebeneffekte 219
 - nichtökonomisches 210
 - ökonomisches 210
 - unternehmerisches 87
- Handlung und Struktur 249, 258, 272, 276
- Handlungsrahmen 257, 260, 276
- Handlungstheorie 255
- Harrod, Roy Forbes 43f.
- Harsanyi, John C. 165
- Hartwick, Richard 270
- Haushalt 69f.
 - als homogener Akteur 79
 - als Organisation 85
 - als Unternehmen 66, 77f., 85, 87
 - black box 231f., 237
 - Entscheidungen 83
 - Input-Output-Relation 205
 - institutionelle Sonderstellung 227
 - Macht 188
 - Verteilung 188
- Haushalts-
 - entscheidung 81
 - management 198, 203
 - produktion 196
 - produktionsfunktion 164, 200, 206f., 217, 223
 - produktionstheorie 67f., 79, 193f., 200, 203, 209f., 220f., 226, 228, 231, 238
 - theorie 23, 70
 - wissen 206
 - zeit 202, 206
- Haushaltsgüter 61, 105, 193–195, 200, 202f., 205, 217, 219f., 222, 228

Haushaltsökonomik, Neue 23, 41,
55, 57, 61 f., 65 f., 72, 78 f., 83 f.,
86, 95, 102, 104, 163, 175, 180,
193, 210, 230, 233 f., 237 f.

Heterodoxie 15, 247

Hicks, John R. 158

Hierarchie 266

Hirschman, Albert O. 272

Historische Schule 141

Historizität 250, 265, 271

Hodgson, Geoffrey M. 247

Holismus 80, 271

Homann, Karl 40

Homo oeconomicus 21, 47 f., 73,
89, 137, 143, 151, 270

Homogenitätsannahme 181, 190

horizontale Faktoren 278

Humankapital 201, 203, 206,
221 f., 231

I

Ich+Wir-Paradigma 272

Immunisierung 18

Implikationismus 32

Indeterminiertheit 271

Indexzahlenkriterium 159

Indifferenz 143

-hypothese 158

-kurve 157, 159

Individuen, soziale 30

Ineffizienz 197

Information 21, 148, 206

Informationsökonomik 246

Institution 248, 252, 271

Institutionalismus 17, 246 f., 272

institutionelles Arrangement 257

Institutionenökonomik, Neue 17,
20, 23 f., 26, 64, 72, 84, 87, 152

Instrumentalismus

handlungstheoretischer 210,
223, 226, 234

wissenschaftstheoretischer 32,
157

Interaktion 240, 267

Interesse 185

Internalisierung 185, 232

Interpretation 257, 265

Introspektion 32, 141, 163, 165 f.

Irrationalität 29

Isherwood, Baron 266 f.

J

Jevons, William 54, 65, 72, 140 f.

K

Kapp, K. William 179, 247

Katechismus, ökonomischer 39

Kim-Wawrzinek, Utta 101

Knappheit 22 f., 39–45, 52, 106,
125, 128, 133, 135 f.

relative 40, 172

soziales Konstrukt 42

-sreduzierung 44, 52, 130

Knappheitskriterium 187

Knappheitsparadoxon 43

Knight, Frank 130 f.

Kodeterminierung 273, 275

Kodex, kultureller 250

Kognition 253

Kollektive 257

Kommerzialisierung 118 f., 133, 135

Kommunikation 267

Konflikt 276

Konsequenzialismus 171

Konsistenz 73, 76, 78, 159, 165

Konstruktion, soziale 185, 188,
236, 266 f.

- Güterkonstruktion 213, 218, 221
- Konstruktivismus 283
- Konsum
 - Abhängigkeit 135
 - akt 59, 61, 224
 - aktivität 57, 194f., 197
 - begriff 53, 57f., 250
 - defensiver 135
 - demonstrativer 251
 - Eigenwert 65f., 99
 - Endzweck 45, 47, 50, 52, 101, 210
 - Enttäuschung 94, 108
 - evaluation 251
 - externalitäten 179
 - fähigkeit 204
 - funktionen 63, 99
 - geschlechtsspezifischer 189
 - gesellschaft 50, 114, 117, 132, 135
 - güter 23, 41, 71, 74, 77, 103f., 106, 120, 123, 130, 170, 186, 188
 - handlung 59, 169
 - handlung, deontologische 171
 - Historizität 115, 276
 - Instrumentalität 251
 - Interaktion 240
 - Interpretation 214, 218
 - kapital 203, 204
 - kompensatorischer 135
 - kritik 116, 167, 245
 - kultur 213, 266
 - leid 107
 - lernen 204
 - motive 138
 - Normativität 146f., 240, 242
 - ökonomik 186
 - produktionszeit 226
 - produktiver 207
 - prozess 185f., 276
 - raum 169
 - revolution 114f.
 - set 241
 - Sozialstruktur 117, 241
 - symbolik 119
 - technologie 193f., 196, 198f., 206, 208, 212, 221, 225
 - unerwünschter 94
 - verzicht 170
 - wahl 47–50, 95, 114, 145, 155, 200
 - wissen 206
 - Zeitmuster 229
- Konsumarbeitsbedingungen 226
- Konsument 72
 - sozial konstituierter 252
- Konsumenten
 - forschung 245
 - macht 47
 - rationalität 89
 - rente 54
 - souveränität 47–51, 53, 168
- Konsumentenrente 55, 217
- Konsumfelderweiterung 191
- Konsumfreiheit 49, 51–53, 110, 123, 254
- Konsumgeschichte 114, 115, 117, 127
- Konsumgut
 - Bedeutungsträger 266f., 269
 - Kommunikationsmittel 266
 - Leistungsfähigkeit 251
 - soziale Beziehung 266
- Konsumgüterrelation 267
- Konsumhybride 253
- Konsumieren 57f., 88
- Konsumismus 51, 114, 121, 132f., 135

Konsumkapitalismus 114, 121,
 123, 128, 167, 172
 Konsumökonomik, politische 254
 Konsumpolitik 93
 Konsumposition, soziale 241
 Konsum-Produktions-System 280
 Konsumsoziologie 265
 Konsumtheorie 18, 26, 36–38, 52,
 63, 103, 109, 126, 139, 149,
 164, 167, 169, 231, 233, 235,
 239, 242–244, 281, 283
 Gütersysteme 280
 heterodoxe 144
 institutionalistische 250, 252,
 254, 276
 Konventionismus 263
 Neue 281, 283
 Repolitisierung 281
 Sozioökonomik 275
 Konsumwelt 267, 269
 Typologie 265
 Konvention 255–258, 267f.
 Arbeits- 261
 Konventionismus 176, 246, 255,
 260, 263
 Kooperationsproblem 40, 255
 Koordination 255, 258, 260
 Koordinationstypen 177, 262
 Kopplung, strukturelle 124
 Körper
 Instrumentalisierung 119
 Kommerzialisierung 119
 Kritischer Rationalismus 32
 Kromphardt, Jürgen 26, 32
 Kulturalismus 249
 Kulturtheorie 266
 Kurzschluss
 alternativkostentheoretischer
 229
 Beobachtung-Präferenz- 167,
 218

Konsum-Befriedigung- 237
 Nachfrage-Konsum- 238
 Produktion-Konsum- 238

L

LAMM 21, 137
 Lancaster, Kelvin 22, 30f., 35, 43,
 47, 55, 60f., 65, 72, 77f., 90,
 145, 151, 153, 157, 160f., 168,
 179, 181, 184, 193–200, 206,
 209, 212, 231f.
 Latour, Bruno 262
 Lausanner Schule 142
 Lebensführung 228
 Lebenshaltung 102
 Lebensmittel 267
 Lebensmittelsystem 254, 279
 Lebensqualität 133
 Lebensstandard 97
 Lebenszyklustheorie 200
 Legitimation 50f., 90, 103, 107,
 167, 254
 Lehnstuhlökonomik 30, 141, 205
 Leibenstein, Harvey 272
 Leopold, Ellen 54, 118, 277–279
 Lernen 252f., 258
 Linde, Hans 280
 Little, Ian 158
 Lowe, Adolph 246
 Luckenbach, Helga 49, 65, 76,
 103f., 141, 196
 Luhmann, Niklas 20, 42f., 50

M

Macht 81, 83, 87, 186f., 236, 248,
 252f., 274
 Makroökonomik 35, 69
 Mangel 102
 Mankiw, N. Gregory 34, 36, 178

- Marginalanalyse 138, 139
- Marginalprinzip 36
- Marke 262
- Marketingwissenschaft 33, 43, 53, 168
- Markt, segmentierter 280
- Marktgüter 61, 78, 100, 104f., 139, 193–195, 200, 203, 205, 219, 228
- Marktindividualismus 266
- Marktnutzungswahl 243
- Marktsoziologie 125
- Marktwirtschaft, kapitalistische 109, 117, 122f., 128
- Marshall, Alfred 54, 111, 126
- Mathematik 16, 27, 142, 156, 162
- Mathematisierung 239
- Maximierungsannahme 28, 94
- McKendrick, Neil 118
- Mechanik 26, 239
- Meckling, William 21
- Mengenpräferenz 73, 170, 226
- Menger, Carl 72, 138, 140f.
- Messbarkeit 28, 77, 140, 142f., 196, 212, 216–218, 233
- Metadisziplin 273
- Metapräferenzordnung 166
- Methode
 - Als-ob-Ansatz 142
 - deduktiv-hypothetische 26
 - deskriptiv-empirische 33
 - introspektive 141, 165
 - mathematische 31, 141f.
 - ricardianische 31
 - standardmikroökonomische 35
- Methodenmonismus 165
- Methodenpluralismus 166
- Methodenstrategie 78, 80, 89, 102, 141, 144, 149, 162, 168, 173, 189, 271
- methodologischer Holismus 258
- methodologischer Individualismus 19, 23f., 29, 110, 129, 133, 258f.
- methodologischer Kulturalismus 250, 255
- Meyer, Marshall W. 87
- Mikroökonomik 22, 34–36, 39, 60, 66, 99, 125, 139, 151, 153, 163
- Milieu 169
- Mill, John Stuart 26
- Miller, Daniel 48, 114
- Mindestmenge 190
- Mirowski, Philip 16
- Mitchell, Wesley C. 246
- Modellannahmen 21, 29
- Modellplatonismus 168
- Monetarisierung 68, 90, 185, 217, 228
- Müller, Johann Baptist 101
- Myrdal, Gunnar 247
- N
- Nachfrage 58
 - abgeleitete 195, 200, 225
 - angebotsinduzierte 124, 168
- Nachfragegesetz 242
- Nachfragetheorie 55, 60, 69f., 100, 143, 146, 165, 168, 173, 175, 179, 183, 196, 216, 231, 236
- Nash, James A. 170
- Natur, zweite 258
- Naturalismus 235
- Neoklassik 15–18, 26, 81, 105, 270, 274
 - soziologische Relativierung 273
- Netzwerk 253, 262
- Nichterwerbszeit 207

Nichtkonsum 208
 Nichtsättigungsannahme 73,
 106f., 184
 Norm, soziale 187
 Normativität 237
 Normorientierung 242
 Norris, Ruby Turner 182
 Nutzen 79, 138, 143–148, 150,
 154f., 158, 161, 197
 dualer 273f., 276
 Entstehung 152
 Erwartung 149
 -index 159, 179
 indirekter 206
 kardinaler 77, 139, 160
 Leerformel 150f.
 -maximierung 32, 73, 76–78,
 81, 98, 105, 139, 143–
 151, 158, 160–163, 173,
 175, 187, 197, 200f., 237
 negativer 213, 237
 Normativität 146
 ordinaler 77, 140, 155, 160
 -theorie 77, 139f., 143, 146,
 155, 160, 162, 184
 Wahrnehmung 152
 Zusatz- 182, 232
 Nutzen
 -funktion 60, 71, 79, 81f.,
 124, 144, 146, 151, 154,
 157–162, 170, 173, 201,
 224f., 232

O

Objekte 278, 280
 Objektivismus 237
 Objektivität 76, 78, 90, 205, 212,
 217f.
 Obsoleszenz 123, 279

Ökonomie
 soziales Konstrukt 247, 258,
 263
 soziales Subsystem 247
 Ökonomik
 Evolutionäre 247
 kulturalistische Wende 283
 Kulturbedingtheit 247
 Machtverhältnisse 15, 16, 282
 Politische - des Konsums 280
 Postkeynesianische 247
 Psycho-sozio-anthropo- 246,
 270
 soziales Konstrukt 264
 Ökonomisierung 81
 Ontologisierung 52, 106f., 115
 Ophelimität 143
 Opportunitätskosten 36, 72
 Optimierungsproblem 197f.
 Optimum 221
 organische Faktoren 279
 Orléan, André 255, 259
 Orthodoxie, heterodoxe 18
 Österreichische Schule 141

P

Parallelisierung 73, 77f., 84f., 144,
 150f., 160, 173, 203, 210, 212,
 230, 236, 263
 Pareto, Vilfredo 31, 55, 140–143
 Pareto-Optimum 178
 Passungsproblem Bedürfnis/Gut
 190
 Pater ex Macchina 82, 236
 Personalität 97, 228
 Persönlichkeitsspaltung 95
 Physik 16, 26, 239
 Physikneid 16
 Pigou, Arthur Cecil 178
 Piorkowsky, Michael-Bernd 41

- Pollak, Robert A. 81
- Positionsgüter 44, 120, 127, 186
- Präferenz 22, 154
- altruistische 157
 - autonome 157, 168
 - egoistische 157
 - endogene 249
 - erfragte 154
 - ethische 165
 - funktion, universale 164, 205
 - instabile 199, 204
 - interindividuell gleiche 204, 216
 - offenbarte 131, 154, 158, 198
 - ordnung 77, 105, 154–159, 161f., 165f., 173, 199
 - stabile 157, 168, 216
 - struktur 156–158
 - struktur, duale 166
 - Typen 166
 - unterschiedliche 204
 - veränderbare 274
- Präferenzen
- Öffnung 276
- Preda, Alex 253, 269, 280
- Preis
- änderungen 202
 - elastizität 180
 - Historizität 249
 - impliziter 199
 - relativer 199
 - soziale Konvention 248
- Produkt 262
- differenzierung 183, 191f., 216, 262
 - innovation 123, 192, 199
 - typ 259
- Produktion-Konsum-Beziehung 264, 268, 283
- Produktions
- funktion 196
- Produktions-
- aktivität 197, 260
 - aktnutzen 225
 - system 259
 - theorie 203, 209f., 221
 - weise 201
- Produktionswelt 260f., 267, 269
- Industrielle Welt 261
 - Interpersonelle Welt 261
 - Marktwelt 261
 - ökonomische Umwelt 260
 - Welt Intellektueller Ressourcen 261
- Produktivismus 144, 263
- Prognose 26, 29, 31f., 34, 239
- Prozesscharakter 64, 68
- Prozessinnovation 192, 198
- Prozessorientierung 247, 250, 252, 256
- Prozessprüfung 133
- Psychologie 274
- Purifizierungsstrategie 236, 273
- ## Q
- Qualität 116, 176, 203, 254, 256, 260, 262, 268
- Differenzierung 271
 - Evaluation 262
 - Konsumkultur 268
 - skonvention 269
 - soziales Konstrukt 262, 268
- Quantifizierung 239
- ## R
- Radikale Ökonomik 272
- Raffée, Hans 149
- Rallet, Alain 16, 80, 259
- Rationalhandeln 73, 91, 95, 158

- Rationalität 19, 20
 als Maximierung 93
 asymmetrische 96, 109, 131
 formale 19, 74
 individuelle 20
 materiale 74, 275
 normative 171
 objektiv-formale 74–76
 ökonomische 45, 75, 89, 93,
 96, 101, 173
 soziale 20, 93
 subjektiv-formale 74–76
- Rationalitätenkonflikt 93, 100,
 236
- Rationalitätslücke 45, 95
- Rationalitätszwang 227
- Rationalprinzip 73, 76f.
- Rationalverhalten 59, 73–75, 89,
 91, 149
- Realismus, institutionaler 272
- Rechtfertigungsprinzipien 261
- Reduktion 26
- Reduktionismus 59, 99, 107,
 164f., 216, 228, 235, 257
- Referenzpunkt 257
- Regionalökonomie 257
- Regulation 122, 184, 232, 253f.
- Regulationstheorie 247
- Relevanzprüfung 133
- Ressourcenrestriktion 201
- Revisionismus, ökonomischer 246
- Risikokontrolle 262
- Ritsert, Jürgen 33
- S
- Sachstrukturen 280
- Salais, Robert 255, 261, 267
- Samuels, Warren J. 247
- Samuelson, Paul A. 149, 158
- SASE 270, 275
- Satisfizierung 148
- Sättigungsgrenze 105
- Saxenian, Anna Lee 257
- Schattenpreise 202, 204, 206, 217,
 221
- Scherhorn, Gerhard 245
- Schlicht, Ekkehart 25, 248
- Schlösser, Hans Jürgen 197, 217,
 231
- Schweitzer, Rosemarie von 44f.,
 86, 96f., 136, 210
- Scitovsky, Tibor 124, 181
- Sen, Amartya K. 165f., 171, 272
- Simon, Herbert 30–32, 75, 141
- Sinn 20, 97, 105, 107, 266–269
- Situation 257, 261, 265
 Pragmatik 260, 265
- Slutsky, Eugen 144
- Smith, Adam 34, 46, 54, 65, 106,
 139
- Sombart, Werner 116
- Soziabilität 240
- Sozialökonomik 25, 254, 272
- Sozialpsychologie 281
- Sozialstruktur
 Konsum 240, 241
 Konsumser 241, 242
- Sozialwissenschaften 246, 248
- Soziologie 263, 270, 274, 280, 281
- Sozioökonomik 270, 274
 Holistische 270
 Psychologische 270
 Soziologische 270
- Standardökonomik 17, 23, 273
- Stratus, sozialer 251
- Stigler, George J. 157, 160, 163,
 202, 204, 206, 211, 216f.
- Stihler, Ariane 114
- Storper, Michael 255, 261, 267
- Strangmeier, Reinhard 76
- Streeck, Wolfgang 272

Streeter, Paul 16, 27f.
 Streissler, Monika 58, 69, 103
 Strukturaspekt 242
 Subjektivismus 216
 Substitute, komplementäre 182
 Substitutionsbarriere 67, 219, 228
 Substitutionseffekt 180
 Suchanek, Andreas 40
 Symbolwert 120
 Sympathie 166
 system of provision 277f.

T

Tauschakt
 -nutzen 24, 225
 Soziabilität 275
 Technologie 251
 Theoriestrategie 51, 72, 81, 84,
 101, 110, 124, 143, 153, 168,
 232, 235–239, 271, 273, 281,
 283
 Thévenot, Laurent 255, 261
 Tool, Marc R. 247
 Transaktionskosten 20f., 72
 Transaktionsnutzen 64, 72
 Transdisziplinarität 283
 Transitivität 73

U

Übernutzung 187
 Ulrich, Peter 29, 107, 131f., 136
 Umwegproduktion 194
 Unbegrenztheit 126–128
 Universalgut 277
 Universalismus 249, 280
 Universalitätsanspruch 211, 233
 Universalmarkt 277
 uno-actu-Prinzip 179
 Unsicherheit 255f., 259

Utilitarismus 171, 272

V

Veblen, Thorstein B. 246, 250f.
 Verantwortung 96
 Verbraucherorganisation 198
 Verderblichkeit 279
 Verhalten
 Änderung 164
 soziales 250
 Verhaltenslinie 159
 Verhaltenstheorie, ökonomische
 96, 210f.
 Vernunft, haushälterische 86, 96f.
 Verpflichtungen, normative 85
 Versorgungssystem 241, 277–280
 Historizität 279
 Verständigungsorientierung 86
 Verstehen 257
 Verteilungsproblem 81, 236
 vertikale Faktoren 278
 Vertrag 256
 Vertrauen 262
 Vollständigkeitsaxiom 159

W

Wachstum
 Grenzen 43
 Kritik 245
 Ökonomie 134
 Zwang 50, 134, 136
 Wahlhandlungen, wertorientierte
 271
 Wahlhandlungstheorie 36, 40,
 114, 143, 155
 Mittelwahl 274
 soziale Kollektive 274
 sozialer Bezugsrahmen 274
 Walras, Léon 28, 31, 54, 140–143

Weber, Max 94, 254, 272
 Wedgewood, Josiah 117
 Weise, Peter 50, 157
 Werbung 49, 110, 113, 122, 206
 Werkinstinkt 251
 Wert
 Markt- 217
 moralischer 273, 275
 subjektiver 217f.
 Werttheorie 217, 221, 251
 Werturteil 185
 Werturteilsfreiheit 98, 125
 Wicksteed, Philip Henry 143
 Wir-Dimension 272
 Wirtschaftslehre des Privathaushalts 102
 Wirtschaftssoziologie 245, 254, 258, 272
 Wirtschaftssystem 271
 Wissenschaftsmodell
 mathematisches 26f.
 physikalistisches 16, 26
 Wohlstand 50, 61, 63, 134, 172, 196
 Beziehungs- 135, 219
 demokratischer 43f.
 Güter- 224, 226
 Konsum- 219
 oligarchischer 43
 -smaßstab 124, 168
 Zeit- 225f.

Z

Zeit 222, 234, 237
 Arbeits- 207
 -autonomie 225
 Eigenwert 65, 208, 223f., 226
 Haushaltsgut 226
 Haushaltsproduktions- 208, 217, 223, 227
 historische 276

Inputfaktor 41, 221f.
 Knappheit 23, 129
 Konsum- 207
 Konsumnutzen- 208, 223-226
 Konsumproduktions- 195, 207, 223-226, 228
 Kosten 209, 228
 Kuppelprodukt 225f.
 Lebenszeit 94
 Marktproduktions- 208, 223-muster 228f.
 persönliche 217, 220, 222
 physikalische 42
 Produktionsgut 208
 Produktivität 208
 Reproduktions- 207
 Restriktion 41, 184, 200f., 206
 Wert 228f.
 Zeitallokationstheorie 41, 200, 211, 230
 Zentralreferenz 17
 Zeremonialität 16, 275
 Zeremonialität von Konsum 250
 Zinn, Karl Georg 102, 118f., 133
 Zivilisationsprozess 136
 Zucker, Lynne G. 87
 Zuckersystem 279
 Zugriffskriterium 187
 Zuschreibung 185
 Zuwendung, persönliche 220

Wissen und Studium

Sozialwissenschaften

Die neoklassische Mikroökonomik reduziert die Theorie des Konsums auf die Theorie der Konsumgüternachfrage. Dadurch lässt sie sich zwar bruchlos in die Preis- und Gleichgewichtstheorie integrieren, die soziale Dimension des Konsums aber wird dabei ausgeklammert. Konsumverhalten kann so nicht adäquat beschrieben werden und Grundbegriffe wie Bedürfnis, Nutzen und Präferenz verlieren durch diese Verkürzung ihren Erklärungswert. Diese Defizite verlangen nach einer sozialökonomischen Konsumtheorie, die die Historizität, Sozialität, Strukturiertheit, Prozesshaftigkeit und Qualität des Konsums systematisch aufgreift und in einen theoretischen Entwurf fasst. Zu diesem Zweck werden hier alternative Ansätze vorgestellt, die angemessenere, sozialwissenschaftlich aufgeklärte Konzeptionen von Konsum erlauben. Als leistungsfähige und innovative Startpunkte einer neuen Konsumtheorie dienen der Amerikanische Institutionalismus, der Französische Konventionismus und die Sozioökonomik.

Reinhold Hedtke ist Professor für Wirtschaftswissenschaften und ihre Didaktik an der Pädagogischen Hochschule Weingarten.