

Kritik der marktwirtschaftlichen Ideologie

Eine didaktisch orientierte Einführung

(Berlin 1980)

ERSTER TEIL: Markt und Konsum

H. DER MARKT ALS ZERRBILD GESELLSCHAFTLICHER BEDÜRFNISSE

Nachdem wir im einzelnen die Funktionsweisen und die möglichen Störungen der Marktmechanismen diskutiert haben, wollen wir im folgenden der Frage nachgehen, ob eine "am Markt orientierte Produktion" gleichzusetzen ist mit einer Produktion für die Bedürfnisse der Gesellschaft. Nehmen wir ruhig den günstigsten - von den klassischen liberalen Ökonomen unterstellten - Fall an, daß die Marktmechanismen tatsächlich eine reibungslose Lenkung der gesamtwirtschaftlichen Produktion in Richtung der Nachfragestruktur besorgen und daß Vollbeschäftigung herrscht.

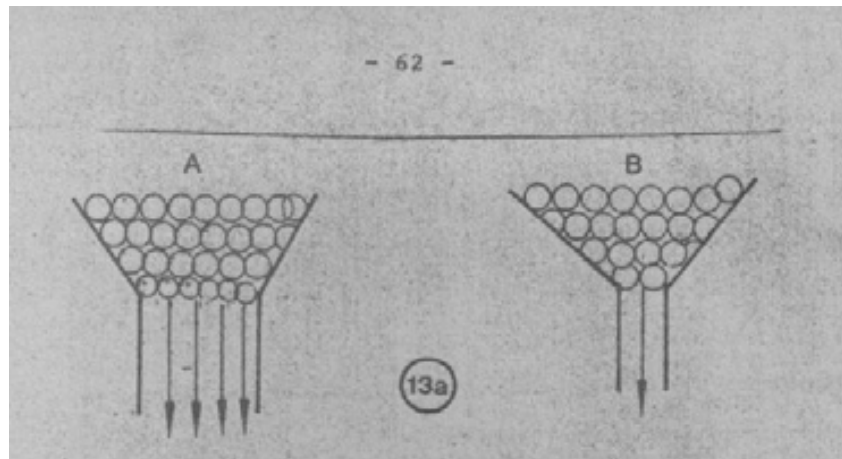
Hätte das Wirtschaftssystem wenigstens unter solchen Bedingungen sein Aufgabe erfüllt, die Bedürfnisse der Bevölkerung bestmöglichst zu befriedigen?

I. Zur Bedeutung der Einkommensverteilung

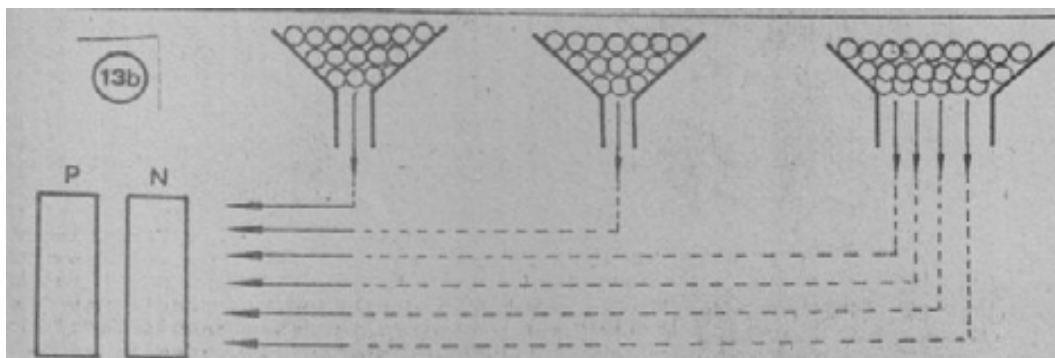
1. Einkommensverteilung und unterschiedliche Kaufkraft

Hierzu muß gesagt werden, daß am Markt, d.h. in der Nachfrage, nicht unmittelbar und im vollen Ausmaß die Bedürfnisse der Konsumenten zum Ausdruck kommen, sondern nur indirekt und nur in dem Maße, wie die Konsumenten über entsprechende Kaufkraft verfügen. Anders ausgedrückt: Die unterschiedliche Kaufkraft begrenzt die Kaufmöglichkeiten der einzelnen mehr oder weniger stark, engt also die Befriedigung der Kaufbedürfnisse mehr oder weniger ein. Zwei Individuen mögen die gleichen Bedürfnisse haben und die gleichen Wünsche, sich ihre Bedürfnisse über den Kauf bestimmter Waren zu befriedigen; demjenigen mit dem höheren Einkommen sind in dieser Hinsicht weniger Grenzen gesetzt als demjenigen mit niedrigem Einkommen. Abb. 13a will diesen Sachverhalt symbolisieren:

Die in die Trichter gefüllten Kugeln stellen die Bedürfnisse zweier Individuen (bzw. Haushalte) A und B dar, während der Durchmesser des Trichterhalses die unterschiedliche Kaufkraft symbolisiert. Durch den Trichterhals A können mehr Kugeln fallen als durch denjenigen von B. Das bedeutet: Aufgrund der größeren Kaufkraft kann A seine Bedürfnisse in stärkerem Maße in Nachfrage umsetzen als B, seine Bedürfnisse werden in stärkerem Maße "nachfragewirksam".



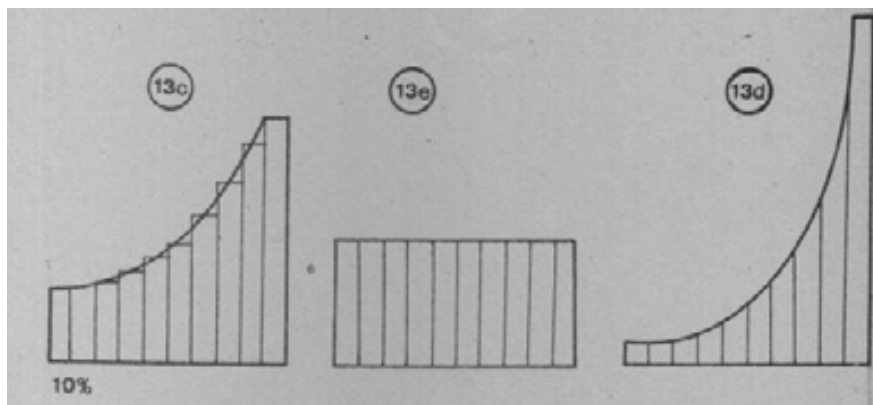
In der Nachfrage, wie sie bei den Unternehmen ankommt, ist schließlich nicht mehr erkennbar, was hinter den Kulissen der unterschiedlichen Einkommen an Bedürfnissen zurückgestaut bleibt, weil die Bedürfnisse am Markt in dem Maße "unter den Tisch fallen", wie die Individuen keine ausreichende Kaufkraft verfügen. Abb. 13b will diesen Zusammenhang noch einmal symbolisieren.



2. Kaufkraftorientierung statt Bedürfnisorientierung

Warum betonen wir diese Selbstverständlichkeit? Weil in der Diskussion um die Marktwirtschaft Immer wieder der Eindruck erweckt wird, als sei eine Produktion für den Markt schon gleichzusetzen mit einer Produktion für die Bedürfnisse der Gesellschaft. So ist es wie wir gerade gesehen haben - eben nicht. Sondern eine marktorientierte Produktion berücksichtigt die Bedürfnisse der Konsumenten nur in dem Maß, wie die Konsumenten über Kaufkraft verfügen und insofern Nachfrage entfalten können. Das heißt aber auch: In einer Gesellschaft, in der die Verteilung der Einkommen sehr ungleichmäßig ist, bedeutet marktorientierte Produktion in erster Linie eine Produktion für die Reichen. (Ganz krass liegen die Dinge in dieser Hinsicht in den meisten Entwicklungsländern, wo eine dünne Oberschicht über einen Großteil des gesamten Volkseinkommens verfügt und die Masse der Bevölkerung nur minimale Geldeinkommen bezieht. Marktorientierte Produktion heißt hier in erster Linie Luxusproduktion für die Oberschicht, während auf der anderen Seite die Massen im absoluten Elend leben. Der Ökonom würde nichtsdestoweniger von einer "optimalen Allokation der Ressourcen" sprechen, wobei man sich die Frage stellen muß, für wen eine solche Allokation eigentlich "optimal" ist. Sicherlich nicht gleichermaßen für alle Teile der Bevölkerung.

Wir wollen die Struktur der Einkommensverteilung in einer Gesellschaft mit einer Graphik wie in Abb. 13c darstellen: Die Größe der Blöcke stellt jeweils das Pro-Kopf-Einkommen einzelner Einkommenschichten dar, wobei der erste Block die 10% der Bevölkerung mit dem niedrigsten Pro-Kopf-Einkommen bedeutet, der zweite Block die 10% mit dem nächst höheren Pro-Kopf-Einkommen usw., und der 10. Block die 10% mit dem höchsten Pro-Kopf-Einkommen. In der Fläche der Blöcke kommt jeweils das Gesamteinkommen einer bestimmten Einkommensschicht zum Ausdruck, und in der Summe aller Flächeninhalte (d.h. annähernd in der Fläche unter der Kurve) drückt sich entsprechend das gesamte Volkseinkommen aus. Wenn wir dementsprechend Abb. 13c mit Abb. 13d vergleichen, so kommt in der letzteren eine weit ungleichmäßigere Verteilung der Einkommen zum Ausdruck als in Abb. 13c. Ein Bild wie in Abb. 13e würde sich hingegen ergeben, wenn die Einkommen einer Gesellschaft vollkommen gleich verteilt wären.



Damit am Markt, d.h. in der Nachfrage, die Bedürfnisse der Bevölkerung zum Ausdruck kommen, müßten im Grunde die Einkommen gleich verteilt sein. Zwar werden dann immer noch nicht alle Bedürfnisse nachfragewirksam, aber mindestens hätten alle die Möglichkeit, innerhalb eines bestimmten gleichen Rahmens von Kaufkraft ihre Bedürfnisse in der Nachfrage nach Waren zum Ausdruck zu bringen. Nur unter solchen Bedingungen wäre die Nachfragestruktur ein Abbild der Bedürfnisstruktur einer Gesellschaft. Je ungleicher aber die Einkommen verteilt sind, umso mehr wird der Markt (die Nachfragestruktur) zum Zerrbild der gesellschaftlichen Bedürfnisstruktur.

Wir wollen hier nicht auf die Einkommensstruktur und deren Entwicklung in der BRD eingehen, sondern verweisen auf entsprechende Literatur, in der dieses Problem ausführlich behandelt ist (z.B. J. Huffschild: Die Politik des Kapitals, Konzentration und Wirtschaftspolitik in der Bundesrepublik, Frankfurt 1969, Kapitel I; Gahlen u.a.: Volkswirtschaftslehre, München 1971, Abschnitt "Verteilung"; Osterland u.a.: Materialien zur Lebens- und Arbeitssituation der Industriearbeiter in der BRD, Frankfurt 1973, Abschnitt 4). Immerhin kann hier soviel gesagt werden, daß die Verteilung der Einkommen auch in der BRD sehr ungleichmäßig ist.

3. Die Rechtfertigung der ungleichen Einkommensverteilung

Wodurch läßt sich - angesichts unserer oben angestellten Überlegungen - eine ungleiche Einkommensverteilung überhaupt noch rechtfertigen? Und hätten nicht auch die Liberalen sehen müssen, daß unter den Bedingungen ungleicher Einkommensverteilung der Markt zu einem verzerrten Abbild gesellschaftlicher Bedürfnisse wird und also eine marktorientierte

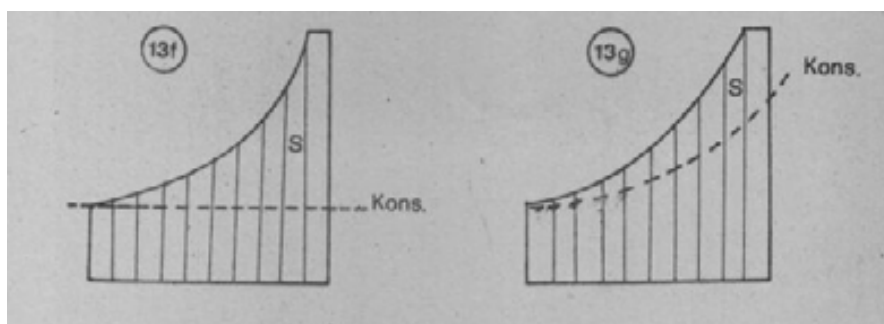
Produktion nicht gleichzusetzen ist mit einer Produktion für gesellschaftliche Bedürfnisse, also auch nicht mit "optimaler Allokation der Ressourcen"? Haben sie das Problem der Einkommensverteilung ganz übersehen?

Durchaus nicht. Aber die Liberalen - ebenso übrigens wie alle anderen Richtungen der ökonomischen Theorie, die die Marktwirtschaft verteidigen - gehen davon aus, daß die ungleichen Einkommen Ergebnis unterschiedlicher Leistungen der Individuen sind, Ergebnis eines unterschiedlichen produktiven Beitrags zum Gesamtprodukt einer Gesellschaft, zum Sozialprodukt. Eine leistungsgerechte Entlohnung müsse notwendig zu unterschiedlichen Einkommen führen und damit zu einem unterschiedlichen Anspruch auf Teile des Sozialprodukts. Aber darin wird gerade der Vorteil gesehen: Denn jeder habe die Möglichkeit, über seine Leistung frei zu entscheiden und damit indirekt seine Einkommenshöhe zu bestimmen. Wer mehr konsumieren wolle, müsse eben mehr Geld verdienen, und dazu müsse er mehr leisten. Wer also über wenig Einkommen verfügt, der hat sich eben für weniger Leistung entschieden, z.B. für eine geringere Arbeitszeit, weil ihm andere Dinge wichtiger sind, z.B. die Freizeit.

Auch die Tatsache, ob ein Mensch Unternehmer oder Lohnabhängiger ist, wird als Ergebnis seiner individuellen freien Entscheidung gesehen: Prinzipiell habe in einer Marktwirtschaft jeder die Chance, Unternehmer zu werden, aufgrund der Möglichkeit zur freien wirtschaftlichen Betätigung. Um sich selbständig zu machen, müßten eben bestimmte Teile des Einkommens gespart werden, und aus den angesammelten Beträgen kann schließlich eine Firma aufgemacht werden. Die daraus fließenden Gewinne sind dann letztlich auch Ergebnis dieser früheren freien Entscheidung zum Sparen. Wer nie spart und stattdessen alles konsumiert, dessen Bedürfnis sei es eben, lieber gleich alles auszugeben, anstatt vorübergehend auf einen Teil des Konsums zu verzichten, um später umso mehr konsumieren zu können. Sind also die höheren Einkommen tatsächlich Ausdruck und Belohnung der Leistung des Tüchtigeren und Sparsameren? Und die niedrigen Einkommen Ergebnis von freien Entscheidungen, lieber weniger zu leisten und weniger zu sparen?

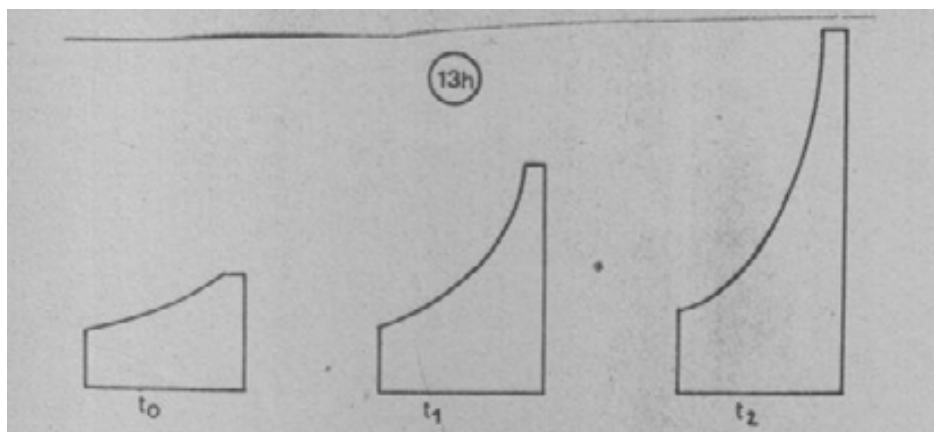
4. Der Prozeß der Konzentration von Einkommen und Vermögen.

Bleiben wir zunächst beim Sparen: Wie soll man überhaupt bei niedrigen Einkommen sparen, wenn das gesamte Einkommen für den Lebensunterhalt gerade ausreicht? Hier von "Sparwilligkeit" oder Freiwilligkeit zu reden, lenkt ganz einfach von der Tatsache ab, dass die Sparmöglichkeit bei niedrigen Einkommen geringer ist als bei hohen Einkommen. Wenn wir der Einfachheit halber zunächst einmal von einem gleichen Konsumniveau aller Einkommensschichten ausgehen, bleibt für Sparzwecke bei den höheren Einkommen viel mehr übrig (die Flächen über der waagerechten Konsumlinie in Abb. 13f).



Aber selbst wenn wir realistischerweise unterstellen, daß die höheren Einkommensschichten einen höheren Lebensstandard und also auch höhere Konsumausgaben haben (ansteigende gestrichelte Konsumlinie in Abb. 13g), ist bei ihnen - trotz höherem Konsum - die Möglichkeit zum Sparen größer als bei den niedrigen Einkommen. Wenn sie mehr sparen (und zwar nicht nur absolut, sondern auch relativ im Verhältnis zu ihrem Einkommen), dann ist das eben nicht Ergebnis einer größeren "Neigung zum Sparen" (wie das bei Keynes genannt wird), sondern Ergebnis besserer Ausgangsbedingungen.

Sind also die Einkommen in einer Ausgangssituation schon ungleich verteilt, so ist auch die Sparmöglichkeit der einzelnen Einkommensschichten unterschiedlich groß. Wer nicht viel hat, kann auch nicht viel sparen und also auch kein Vermögen bilden, und wer bereits über ein hohes Einkommen verfügt, kann durch Sparen und Anlegen von Geldern nicht nur ein Vermögen ansammeln, sondern auch zusätzlich sein ohnehin schon hohes Einkommen vergrößern. Denn das Anlegen von Geld wirft seinerseits zusätzliche Einkommen ab in Form von Zinsen, Mieten, Dividenden oder Gewinne. Hinzu kommt, daß die kleinen Sparer bei weitem nicht über die Möglichkeiten verfügen, ihr Geld mit hohen Erträgen anzulegen, wie die großen Kapitalanleger. "Wo viel Geld ist, kommt Geld hinzu; wo wenig ist, kommt nichts hinzu." Dieser Mechanismus, einmal in Gang gesetzt, funktioniert automatisch ohne besondere Leistung der einzelnen und beinhaltet, die Tendenz zu einer immer stärkeren Auseinanderentwicklung, zu einer "Polarisierung" der Einkommen und Vermögen (Abb. 13h).



Das stärkere Anwachsen der ohnehin schon hohen Einkommen und Vermögen hat insofern mit einer größeren individuellen Leistung nichts mehr zu tun, sondern ist Ergebnis einer ökonomischen und gesellschaftlichen Struktur, in der sich Vermögen vor allen Dingen in Form von Privateigentum an Produktionsmitteln ansammelt. Die Vermögenskonzentration in der BRD war schon vor 10 Jahren so weit fortgeschritten, daß 1,7% der Bevölkerung über 70% des Produktivvermögens verfügten!

5. Gründung der BRD: Gleiche Startbedingungen für alle?

Wenn sich nun schon der Prozeß der Polarisierung der Einkommen bzw. Vermögen, d.h. die Konzentration von wachsenden Einkommen und Vermögen in immer weniger Händen, verselbständigt und einer Eigendynamik unterliegt, waren dann nicht mindestens die anfänglichen Einkommensunterschiede Ergebnis unterschiedlicher Leistungen? Wenn dem so wäre, warum sollte dann nicht der besonders Tüchtige damit belohnt werden, daß sein höheres

Einkommen automatisch - auch ohne sein Zutun - schneller wächst? Schließlich hatte jeder andere auch die Chance, sich diese Vorteile zu eigen zu machen. Und war es nicht so, daß bei Gründung der BRD die Ausgangsbedingungen für alle wirklich gleich waren? Dadurch nämlich, daß nach Entwertung der alten Währung jedem der gleiche Betrag von 40 DM als Anfangsausstattung auf die Hand gegeben wurde? War hier nicht absolute Chancengleichheit gegeben, und die einen haben aufgrund ihres Fleißes und ihrer, Leistung mehr daraus gemacht als andere?

Diese Legende ist immer wieder zu hören, wenn es um die Rechtfertigung der ungleichen Einkommens- und Vermögensstrukturen geht. Es ist zwar richtig, daß im Zuge der Währungsreform die Geldvermögen im Verhältnis 10 zu 1 abgewertet und damit weitgehend entwertet wurden. Die Hauptbetroffenen davon waren allerdings die Sparer, deren Geldvermögen auf diese Weise fast vollständig vernichtet wurde. Durch die Abwertung der Schulden im gleichen Verhältnis waren gleichzeitig alle diejenigen, die Kredite aufgenommen hatten, ihrer Rückzahlungspflicht weitgehend enthoben. Und das waren in erster Linie die Unternehmen, die sich über Kredite finanziert hatten, bzw. deren Eigentümer. Hinzu kam, daß das Realvermögen, d.h. das Eigentum an Produktionsmitteln oder an Grund und Boden (einschließlich Mietshäuser), durch die Währungsreform nicht entwertet wurde, sondern in voller Höhe in der Hand der ursprünglichen Eigentümer blieb. Die Eigentümer von Realvermögen kamen auf diese Weise ungeschoren über die Währungsreform und wurden zudem ihrer Schulden entledigt.

Die Ausstattung mit Realvermögen, das die Quelle von Gewinneinkommen, Pacht und Mieteinkommen ist, war demnach in der BRD von Anfang an ungleich. Diese anfängliche Ungleichheit wurde noch dadurch verstärkt, daß die Unternehmen und damit die Eigentümer an Produktionsmitteln in den ersten Jahren der BRD aufgrund besonders hoher Abschreibungsvergünstigungen praktisch kaum Steuern zahlen mußten und ihre Gewinne fast vollständig investieren konnten. Das heißt aber nichts anderes, als daß sich das Eigentum in den Händen der Unternehmer und Kapitalbesitzer - durch staatliche Maßnahmen gefördert - dadurch vergrößern konnte, daß in der Hauptsache die Lohnabhängigen zur Finanzierung des Staatshaushaltes herangezogen wurden.

Die Ausführungen dieses Kapitels haben zwar deutlich werden lassen, daß die These von den gleichen Startbedingungen in der BRD nicht der Wirklichkeit entspricht. Was damit aber immer noch nicht geklärt ist, ist die Frage nach der Entstehung der Einkommens- und Vermögensunterschiede vor Gründung der BRD. Wie ist es denn davor überhaupt zur Anhäufung von großen Vermögen in wenigen Händen gekommen, und wie erklärt es sich, daß auf der anderen Seite die große Masse der Lohnabhängigen über keinerlei Produktivvermögen und oft auch nur über ein geringes Privatvermögen verfügt? War es nicht doch der Fleiß und die besondere Erfindungsgabe einzelner Personen, die sie schließlich zu großen Unternehmern werden ließen? War es nicht doch ihrer eigenen Hände und ihres eigenen Kopfes Arbeit, die schließlich zur Herausbildung großen Privatvermögens führten? Und ist es nicht legitim, daß sie ihr Vermögen vererben konnten an ihre Söhne und Enkel? Hätte nicht jeder andere - mindestens damals in den Anfängen der Industrialisierung - die gleichen Chancen gehabt wie diejenigen, die schließlich zu den großen Pionieren der Industrialisierung wurden? Diese Fragen führen uns zurück bis an die Anfänge der Industrialisierung, und wir sollten im folgenden einige Gedanken darauf verwenden, wie dieser Prozeß der Industrialisierung überhaupt in Gang kommen konnte.

II. Die Historische Herausbildung der Märkte und der kapitalistischen Warenproduktion

Wo kamen die Geldsummen her, die in Anfängen des Kapitalismus für die Unternehmer notwendig waren, die Arbeitskräfte zu bezahlen? Wie kam es dazu, daß auf einmal viele Menschen in die Manufakturen und Fabriken arbeiten gingen, während die Masse der Menschen vorher ihren Lebensunterhalt auf ganz andere Weise bestreiten konnte, z.B. als Handwerker in den Zünften organisiert oder als Kleinbauer in der leibeigenen Abhängigkeit vom Feudalherren? Und wie kam es überhaupt dazu, daß sich die vorkapitalistische Produktionsweise auflöste und sich stattdessen eine historisch neue, die kapitalistische Produktionsweise herausbildete, bei der sich das Kapital der Unternehmer und die Arbeitskraft der Lohnabhängigen in den Manufakturen und Fabriken gegenübertraten und im Produktionsprozeß miteinander kombiniert wurden?

Diese Formen von kapitalistischem Privateigentum an Produktionsmitteln einerseits und von Lohnarbeit andererseits hat es in der Geschichte nicht immer und nicht überall gegeben. Ganz im Gegenteil: Der weit überwiegende Teil der Menschheitsgeschichte ist durch ganz andere Produktionsweisen geprägt. Wie sahen diese anderen Produktionsweisen aus, und wodurch unterschieden sie sich im wesentlichen vom Kapitalismus? Diesen Fragen wollen wir im folgenden mindestens in groben Zügen nachgehen, um uns daraus ein Bild zu machen über den historischen Entstehungsprozeß der Märkte und der kapitalistischen Produktionsweise.

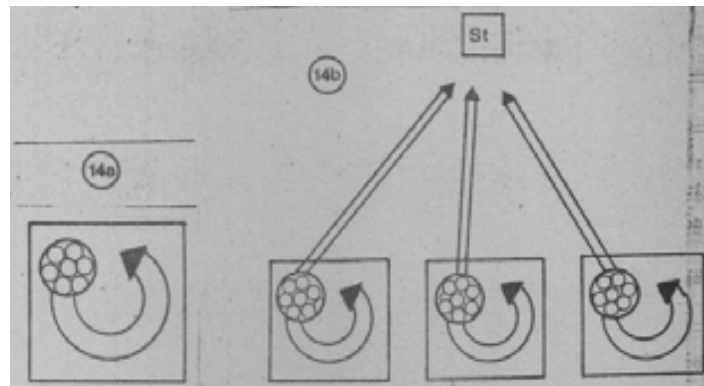
1. Die "asiatische" Produktionsweise

Der überwiegende Teil der Menschheitsgeschichte war geprägt durch Produktionsweisen, in denen es kein Privateigentum an Produktionsmitteln und keine Märkte gab. Die Produktion erfolgte vielmehr unter gemeinschaftlicher Nutzung der Produktionsmittel, insbesondere des Bodens, und diente überwiegend der Selbstversorgung der Gemeinschaften. Eine Produktion für den Austausch, eine sog. Warenproduktion, war in diesen Produktionsweisen unbekannt. Abb.14a will diese gemeinwirtschaftliche Produktionsweise symbolisieren: Das Quadrat stellt die Produktionsmittel einer Gemeinschaft dar, die Gemeinschaft selbst wird durch den großen Kreis symbolisiert, der die Summe der Individuen (kleine Kreise) in sich vereinigt. Die von der Gemeinschaft hergestellten Produkte kommen in dem Pfeilstrom, zum Ausdruck und die Richtung dieses Stromes deutet an, dass die Produkte der Gemeinschaft selbst zufließen und nicht in den Austausch gehen, d.h. als Waren am Markt verkauft werden. Ebenso wie die Produktion gemeinschaftlich geregelt wird, so auch die Verteilung der hergestellten Produkte. Es handelt sich also um in sich weitgehend abgeschlossene gemeinschaftlich betriebene Produktions- und Konsumtionseinheiten, etwa in Form von Dorfgemeinschaften oder Stämmen.

Abb. 14b stellt das isolierte Nebeneinander solcher Gemeinschaften dar, die durch keinerlei ökonomische Beziehungen miteinander in Verbindung stehen. Diese dezentral-gemeinschaftliche Produktionsweise auf der Basis der naturalwirtschaftlichen Selbstversorgung fand in den meisten Gesellschaften allerdings ihre Ergänzung in einer stark zentralisierten Instanz, die vor allem für die Sicherstellung übergreifender allgemeiner Produktionsvoraussetzungen der Gemeinschaften, verantwortlich war (z.B. für den Bau von Bewässerungssystemen und für die Verteidigung gegenüber äußeren Angreifern).

Zur Bewältigung dieser Aufgaben hatte diese zentrale Instanz dieser "Staat", Zugriff zu einem bestimmten Teil der Arbeitsleistung der Gemeinschaften (zur Durchführung übergreifender

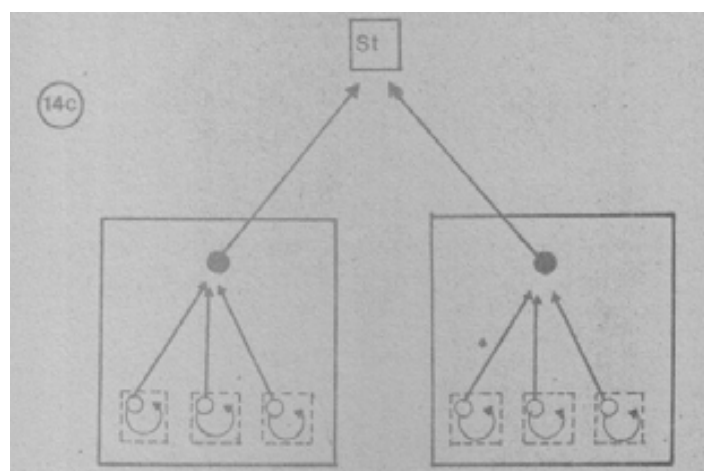
Projekte) bzw. zu einem bestimmten Teil der in den Gemeinschaften hergestellten Produkte (für den Lebensunterhalt der nicht in der Produktion tätigen Mitglieder der staatlichen Bürokratie). Diese Abgaben der Gemeinschaften an den zentralen Staat kommen in Abb. 14b in den nach oben gerichteten Pfeilströmen zum Ausdruck.



In dieser sog. "asiatischen Produktionsweisen" (die sich allerdings keinesfalls auf Asien beschränkte, sondern über weite Teile der Welt verbreitet war), gab es also ein Nebeneinander von dezentralgemeinschaftlicher Produktion einerseits und einen stark, zentralisierten Staatsapparat andererseits. Die starke Zentralisierung verschaffte den Inhabern der Staatsgewalt auf der einen Seite eine große Macht, die sie oft brutal und despotisch einsetzten ("asiatischer Despotismus"), auf der anderen Seite aber waren die Dorfgemeinschaften in der Regelung ihrer Produktion und Konsumtion autonom.

2. Die feudalistische Produktionsweise

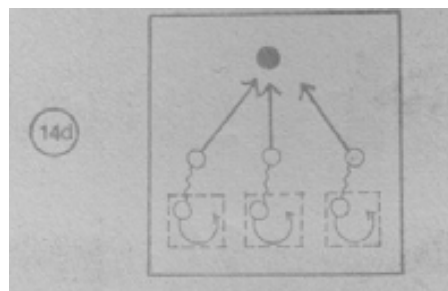
In Europa hat sich im Mittelalter eine andere Produktionsweise herausgebildet in der sich zwischen den Staat und die Bauern noch die Klasse der Feudalherren schob. Als Belohnung z.B. für die treue Gefolgschaft im Krieg wurde ihnen vom Kaiser das eroberte Land als Lehen, d.h. als Privateigentum überlassen, und die dort produzierenden Bauern wurden zu Leibeigenen der Feudalherren. Als Leibeigene gehörten Bauern zum Grund und Boden wie das Inventar. Sie waren an die Scholle gebunden und zu Abgaben an die Feudalherren gezwungen. Abb. 14c symbolisiert diese feudale Struktur.



Die Feudalherren (schwarze Kreise) sind die Eigentümer des Bodens (große Quadrate), während den Kleinbauern lediglich die Nutzung kleiner Landstücke überlassen bleibt

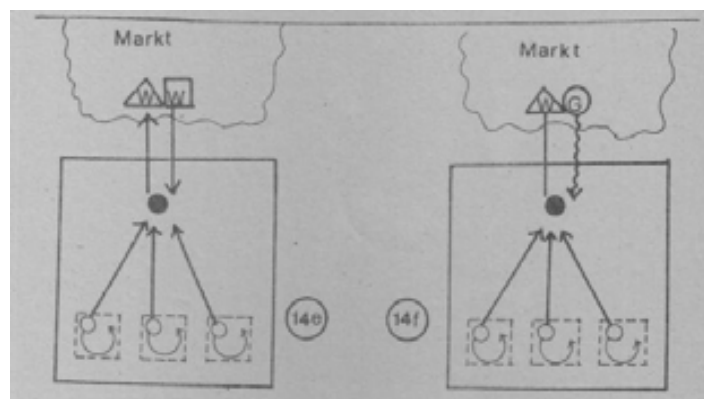
(gestrichelte Quadrate). Diese Nutzung erfolgt nicht mehr kollektiv, sondern isoliert die Bauern gegen einander und bringt sie in Abhängigkeit vom Feudalherren. Ein Teil der Produktion dient ihrer Selbstversorgung, den anderen Teil müssen sie an den Feudalherren abliefern. Die Feudalherren ihrerseits leisten daraus wiederum Abgaben an den Staat (den Kaiser), dessen Bedeutung mit zunehmender Erstarkung der Feudalklasse in den Hintergrund tritt. Die feudalistische Produktionsweise bringt demnach einerseits Privateigentum an Großgrundbesitz hervor, andererseits aber zersplitterte Formen der Bodennutzung durch leibeigene Kleinbauern, von denen jeder einzelne zu Abgaben gegenüber dem Feudalherren verpflichtet ist.

Die Abgaben konnten nun unterschiedliche Formen annehmen, auf die wir im folgenden eingehen wollen. Eine Form besteht darin, dass die leibeigenen Kleinbauern einen bestimmten Teil ihrer Arbeitszeit auf dem ihnen überlassenen Acker verbringen und einen anderen Teil auf dem Acker des Feudalherren (symbolisiert in Abb. 14d).



Die Früchte des ersten Ackers gehören unter diesen Umständen ihnen, die des zweiten Ackers gehören automatisch dem Grundherrn. Oder die Bauern müssen einen Teil ihrer Arbeitszeit dem Feudalherren in Form handwerklicher Dienste zur Verfügung stellen. (Diese Form der Abgaben in Form von Arbeitszeit, von Fronarbeit, nennt man "Arbeitsrente", wobei der Ausdruck "Rente" nichts anderes bedeutet als regelmäßige Abgabe.)

Eine andere Form der Abgabe ist die sog. "Produktenrente". In diesem Fall ist der Bauer zur Abgabe einer bestimmten Menge an Produkten verpflichtet, die er auf dem ihm überlassenen Acker erntet (Abb.14e). Wenn es sich um eine festgesetzte Menge handelt, fällt das Risiko von Ernteschwankungen voll dem Bauern zu: Der Feudalherr kommt auf diese Weise in den Besitz einer großen Menge von Lebensmitteln, die seinen eigenen Bedarf weit übersteigen können.



3. Die Trennung von Stadt und Land und die Herausbildung von Märkten

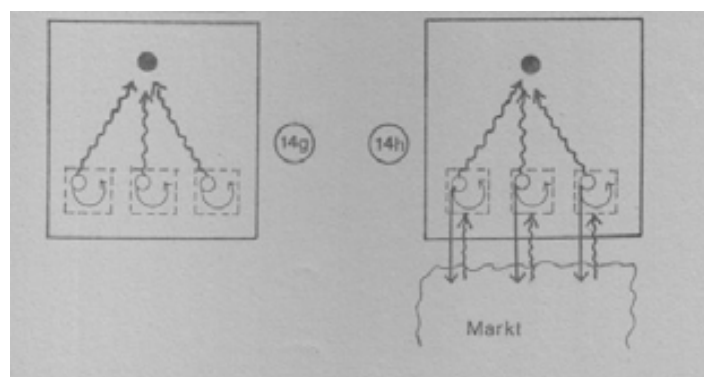
In dem Maße, wie sich allmählich eine Abspaltung der handwerklichen Tätigkeit von der landwirtschaftlichen Produktion herausgebildet hat, d.h. auch eine allmähliche Herausbildung von Städten, in denen sich das Handwerk konzentrierte, entsteht ein Warenaustausch zwischen Stadt und Land: Die Feudalherren können einen Teil der Überschüsse an Agrarprodukten an die Stadt verkaufen (wovon sich die Handwerker in den Städten ernähren können) und erhalten im Austausch dafür handwerkliche Produkte. Die ursprünglich mit der landwirtschaftlichen Produktion verbundene und auf dem Land durchgeführte handwerkliche Tätigkeit sondert sich auf diese Weise immer mehr ab. Die Arbeitsteilung zwischen Stadt und Land und die Herausbildung von Märkten treiben sich - einmal in Gang gekommen - wechselseitig immer weiter an.

Findet der Austausch in den ersten Anfängen noch in Form von Naturaltausch (Ware Dreieck W gegen Ware Quadrat W) statt, so bildet sich mit zunehmendem Warentausch ein allgemeines Tauschmittel und schließlich so etwas wie Geld heraus, das die Abwicklung des Warenaustausch vereinfacht. Unter diesen Bedingungen erhält der Feudalherr für den Verkauf der Ware W zunächst Geld G (dargestellt durch den geschlängelten Pfeil in Abb.14f), mit dem er sich auf den Märkten wiederum andere Waren kaufen kann.

Mit der Herausbildung der Märkte und des Geldes entsteht eine neue Tätigkeit, nämlich diejenige des Handels, der sich zwischen die Produktion und den Konsum der Waren schiebt. Sein Geschäft besteht darin, mit Geld Waren einzukaufen und für teureres Geld wieder zu verkaufen, was in der folgenden Tauschkette zum Ausdruck kommen soll:

$$G \rightarrow W \rightarrow G$$

Wobei es dem Handel im Prinzip gleichgültig ist, um welche konkreten Waren es sich dabei handelt. Entscheidend ist, daß am Schluß mehr Geld dabei herauskommt. Unabhängig von den konkreten "Gebrauchswerten" der Waren setzt auf diese Weise für den Handel die Jagd nach dem "abstrakten Tauschwert", nach dem Geld ein.



Mit der zunehmenden Bedeutung des Geldes wird es schließlich auch für die Feudalherren sinnvoll, die regelmäßigen Abgaben der Bauern in Geldform zu verlangen ("Geldrente", in Abb.14g dargestellt durch die geschlängelten Pfeile). Auf diese Weise sind sie der Notwendigkeit enthoben, die Produkte erst zu verkaufen und das Risiko von Preisschwankungen tragen zu müssen. Stattdessen müssen sich die Bauern nun selbst um den Absatz eines Teils ihrer Produkte kümmern, um die Geldrente zahlen zu können. Hatten sie

bisher überhaupt keinen Anlaß, mit ihren Produkten in einen Austausch zu treten, d.h. sie am Markt zu verkaufen, so wird dies nunmehr zu einer notwendigen Existenzbedingung. Sie werden auf diese Weise aus der naturalwirtschaftlichen Produktion herausgerissen und allmählich zu Warenproduzenten, d.h. ein Teil ihrer Produkte wird von vornherein für den Austausch, für den Markt hergestellt (Abb.14h).

4. Die Entstehung des Handelskapitals

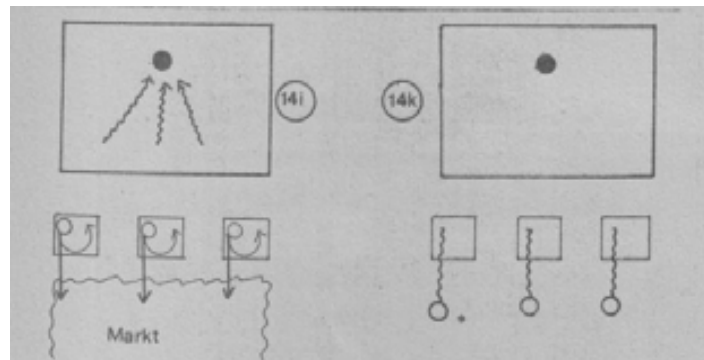
Mit der Entdeckung und dem Ausbau der Handelswege in ferne Länder kamen zunehmend Waren nach Europa, die die Luxusbedürfnisse der Feudalklasse anstachelten. Während die sich herausbildenden Handelskompanien in den fernen Ländern unter Anwendung brutalster Gewalt regelrechte Raubzüge veranstalteten bzw. - wenn überhaupt - die Waren weit unter ihrem Wert einkauften, konnten sie in Europa diese Waren aufgrund ihres Handelsmonopols zu weit überhöhten Preisen verkaufen und sich auf diese Weise ungeheure Reichtümer ansammeln. Das so sich bildende Handelskapital, das zur Grundlage des Reichtums in den Handelsstädten wurde, war wesentlich gegründet auf der Anwendung offener Gewalt in den fernen Ländern und auf die Ausnutzung monopolistischer Marktmacht in den Mutterländern.

Dieses Handelskapital, die Ansammlung riesiger Reichtümer und Geldsummen in den Händen der Handelskompanien, wurde historisch zu einer wesentlichen Grundlage für die Finanzierung der Manufakturen und für die Bezahlung der Lohnarbeiter, sozusagen zu einer Keimzelle für die allmähliche Herausbildung der kapitalistischen Produktionsweise. Unklar ist noch, wodurch die andere Keimzelle kapitalistischer Produktion, nämlich die Lohnarbeit selbst, entstanden ist. Denn erst die Verschmelzung beider Keimzellen, Lohnarbeit einerseits und Kapital andererseits, läßt ja diese historisch neue Produktionsweise heranwachsen. Wenden wir uns im Folgenden also der Frage zu, wie es historisch zur Herausbildung von Lohnarbeit gekommen ist. Bis jetzt befinden wir uns in unserer Ableitung noch in einer Phase, in der die unmittelbaren Produzenten, seien es die Bauern auf dem Land oder die Handwerker in den Städten, noch mit den Produktionsmitteln verbunden sind und über sie verfügen und wo die Nutzung dieser Produktionsmittel die Grundlage ihrer Existenzsicherung ist. Wie kam es dazu, daß schließlich - wie bei uns heute - der überwiegende Teil der Bevölkerung die Verfügungsgewalt über die Produktionsmittel verloren hat? Dieser Prozeß hängt zusammen mit der Auflösung der feudalen Produktionsweise, auf deren Hintergründe und Auswirkungen wir im folgenden kurz eingehen wollen.

5. Bauernbefreiung und Auflösung der feudalen Strukturen

In dem Maß, wie sich die feudale Klasse dem Luxuskonsum der über den Fernhandel hereingekommenen Waren hingab, mußte sie versuchen die Abgaben der leibeigenen Bauern immer weiter zu erhöhen, d.h. immer mehr aus ihnen herauszupressen und damit deren zunehmenden Widerstand zu provozieren. Die Bauernaufstände und Bauernkriege nahmen an Zahl und Schärfe zu, und die Forderungen der Bauern zielten auf ihre Befreiung aus der feudalen Abhängigkeit und Leibeigenschaft ab. Im Zuge dieser Befreiungskämpfe wurde schließlich die Möglichkeit durchgesetzt, daß sich die Bauern durch einmalige Geldzahlung an den Feudalherrn aus dessen Abhängigkeit loskaufen konnten. An die Stelle regelmäßig wiederkehrender Geldrenten trat eine einmalige Zahlung, die allerdings so hoch war, daß sich die Bauern zur Aufbringung dieser Summe verschulden mußten. Immerhin gehörte ihnen nach Zahlung der entsprechenden Summe das Stück Land, das sie bis dahin nur bewirtschaftet hatten und das mit regelmäßigen Abgaben verbunden war, nunmehr als Eigentum. Sie waren

freie Bauern geworden. (Abb. 14j will diese Abtrennung des Bodens aus dem Eigentum des Feudalherren und die Entstehung kleinen Privateigentums symbolisieren.)



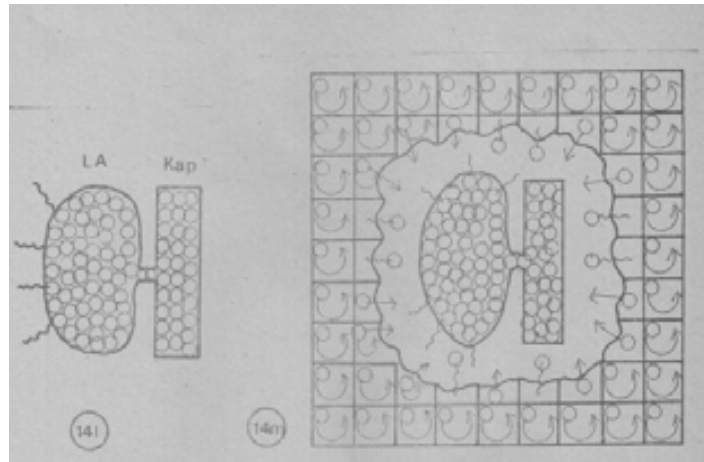
6. Die Trennung der Bauern von ihrem Boden und die Entstehung von Lohnarbeit

a) Die Abhängigkeit vom Wucherkapital

Für die Masse der Kleinbauern war diese Befreiung allerdings nur trügerischer Schein. Denn sie waren in eine neue Abhängigkeit geraten, von den Kreditgebern. Hier waren es wesentlich die Geldmittel des Handelskapitals, die nunmehr zu hohen Zinsen an die Kleinbauern ausgeliehen wurden, und die Bauern waren nicht nur zu Kreditrückzahlung, sondern auch zur Zahlung der Wucherzinsen verpflichtet. In den meisten Fällen waren sie nicht in der Lage, aus ihrem kleinen Stück Land soviel zu erwirtschaften, daß sie ihre Zahlungsverpflichtungen hätten erfüllen können. Die Folge war daß sie schließlich ihr gerade erworbenes Eigentum an Grund und Boden an das Wuchererkapital verloren und nunmehr nicht nur befreit waren aus der feudalen Abhängigkeit, sondern auch frei von Produktionsmitteln. (Abb. 14k will diese Trennung der Bauern von ihren Produktionsmitteln symbolisieren.)

b) Landflucht und Arbeitslosigkeit

Diese ihrer ökonomischen Existenzgrundlage beraubten Kleinbauern strömten - auf der Suche nach einer neuen Existenzgrundlage - massenweise in die Städte, wo ihnen aber der Zugang zum zunftmäßig organisierten Handwerk verschlossen war. Was ihnen blieb, war die Arbeit in den aufkommenden Manufakturen, war der Verkauf ihrer Arbeitskraft an das in die Manufakturen fließende Kapital. Da die Manufakturen bei weitem nicht alle Arbeit Suchenden aufnehmen konnten, war der Arbeitsmarkt vollständig überschwemmt mit einem Überangebot an Arbeitskraft (symbolisiert in Abb. 14l, wo nur ein Teil als Lohnarbeiter vom Kapital beschäftigt wird und der andere Teil - dargestellt durch den Ballon - arbeitslos bleibt. Abb. 14m Soll darüber hinaus deutlich machen, daß sich der Prozeß der Verschmelzung von Lohnarbeit und Kapital in den Manufakturen herausbildet in einer noch weitgehend durch traditionelle Produktionsweisen geprägte Gesellschaft, deren Strukturen erst allmählich in Auflösung begriffen sind.



c) Die ursprüngliche Akkumulation in England

Wie sich historisch die Lostrennung der Masse der Bauern von ihren Existenzgrundlagen und ihre Verwandlung in eigentumslose Lohnarbeiter in England vollzogen hat, wo der Prozeß etwas anders verlaufen ist als auf dem europäischen Festland, faßt K. Oottomeyer in seinem Buch „Ökonomische Zwänge und menschliche Beziehungen“ (Reinbek 1977, S.56f) wie folgt zusammen:

„In England gab es bereits im 16. und 17. Jahrhundert große Kapitale in privater Hand. Diese waren aber zunächst keine industriellen, an die Fabrikarbeit gebundenen Kapitale, wie sie heute zum Kernstück des gesamtgesellschaftlichen Gebäudes geworden sind, sondern Handels- und Raubkapitale, die sich im Gefolge der Entdeckung Amerikas, der gewaltigen überseeischen Plünderungen, des Sklavenhandels zwischen Afrika und Amerika, und anderer neu-zeitlicher Abenteuer gebildet hatten. Da es in Holland - einem Land in dem die herrschende Klasse ebenfalls durch den weltweiten Raubhandel reich geworden war - bereits Tuch- und Textilfabriken gab, die einen lohnenden Absatzmarkt für Rohwolle boten, begannen viele jener reichen Engländer, ihr aufgehäuftes Kapital in großflächige Schafzuchten zu stecken. Diese für den Markt produzierenden gewinnorientierten Landwirtschaftsbetriebe, für welche man auch nur ein Minimum von Arbeitskräften benötigte war mit den kleinen, teils freien, teils feudal-abhängigen und weitgehend selbstversorgerischen Bauernwirtschaften, welche aus dem Mittelalter überkommen waren, völlig unvereinbar. Mit rechtlichen Tricks, Drohungen und nackter Gewalt verstanden es die neuen unternehmerischen Gruppen (in die sich ein Teil des alten Adels rechtzeitig eingepaßt hatte), die Bauern ihrer angestammten Rechte und des traditionellen Eigentums an Produktionsmitteln zu berauben. Dieser Prozeß, der sich zunächst gegen den Widerstand des Königshauses und des Staates, schließlich aber mit deren offener Unterstützung vollzog, führte, wie man den Schilderungen der verschiedenen Chronisten übereinstimmend entnehmen kann, zu unbeschreiblichen Formen des Massenelends...

Es entstand ein immer größeres Heer von produktionsmittellosen und damit jeder Existenzsicherung beraubter Bettler und Vagabunden. Da es noch kaum kapitalistische Industriebetriebe bzw. Manufakturen gab, in denen diese Menschen hätten arbeiten können ..., stand die Gesellschaft vor fast unlösbaren Problemen. Die Herrschenden

wußten sich nicht anders zu helfen, als die arbeitslos gemachten Massen für ihre fremd verschuldete Arbeitslosigkeit auch noch zu bestrafen, zu verfolgen, ja schließlich massenhaft hinzurichten, Heinrich VIII. ließ während seiner Regierungszeit 12 000, die des Vagabudentums angeklagt waren, einfach aufhängen.“

Die Bauern, die nicht nur ihrer Existenzgrundlagen beraubt, sondern unter Androhung brutalster Gewalt und unter panischer Angst vor massenhaften Abschlachtungen auf dem Land in die Städte geflohen waren, fanden sich hier einer neuen brutalen Verfolgung ausgesetzt, wenn es ihnen nicht gelang, irgendwo in den Manufakturen Arbeit zu finden. K. Marx, der den Prozeß der "ursprünglichen Akkumulation des Kapital" (d.h. der historischen Herausbildung der Voraussetzungen kapitalistischen Produktionsweise) eingehend am Beispiel untersucht hat, schreibt hierzu im 24. Kapitel seines „Kapitals“:

„Die durch Auflösung der feudalen Gefolgschaften und durch die stoßweise gewaltsame Expropriation von Grund und Boden Verjagten, dies vogelfreie Proletariat konnte unmöglich ebenso rasch von der aufkommenden Manufaktur absorbiert werden, als es auf die Welt gesetzt ward. Andererseits konnten die plötzlich aus ihrer gewohnten Lebensbahn Herausgeschleuderten sich nicht ebenso plötzlich in die Disziplin des neuen Zustands finden. Sie verwandelten sich massenhaft in Bettler, Räuber, Vagabunden, zum Teil aus Neigung, in den meisten Fällen durch den, Zwang der Umstände. Ende des 15. und während des ganzen 16. Jahrhunderts daher in ganz Westeuropa eine Blutgesetzgebung wider Vagabundage. Die Väter der jetzigen Arbeiterklasse wurden gezüchtigt für die ihnen angetane Verwandlung in Vagabunden und Paupers. Die Gesetzgebung behandelte sie als „freiwillige“ Verbrecher und unterstellte, daß es von ihrem gutem Willen abhängt in den nicht mehr existierenden alten Verhältnissen fortzuarbeiten.

In England begann jene Gesetzgebung unter Heinrich VII. Heinrich VIII., 1530: Alte und arbeitsunfähige Bettler erhalten Bettlilizenz. Dagegen Auspeitschung und Einsperrung für handfeste Vagabunden. Sie sollen an einen Karren hinten angebunden und gegeißelt werden, bis das Blut von ihrem Körper strömt, dann einen Eid schwören, zu ihrem Geburtsplatz oder dorthin, wo sie die letzten drei Jahre gewohnt, zurückkehren und „sich an die Arbeit setzen“ ... Bei zweiter Ertappung auf Vagabundage soll die Auspeitschung wiederholt und das halbe Ohr abgeschnitten, beim dritten Rückfall aber der Betroffene als schwerer Verbrecher, und Feind des Gemeinwesens hingerichtet werden.

Edward VI: Ein Statut aus seinen ersten Regierungsjahr, 1547, verordnet, daß, wenn jemand zu arbeiten weigert, soll er als Sklave der Person i zugeurteilt werden, die ihn als Müßiggänger denunziert hat. Der Meister soll seinen Sklaven mit Brot und Wasser ernähren, schwachem Getränk und solchen Fleischabfällen, wie ihm passend dünkt. Er hat das Recht, ihn zu jeder auch noch so eklen Arbeit durch Auspeitschung und Ankettung zu treiben. Wenn sich der Sklave für 14 Tage entfernt, ist er zur Sklaverei auf 1 Lebenszeit verurteilt und soll auf Stirn oder Backen mit dem Buchstaben S gebrandmarkt, wenn er zum 3. Mal fortläuft, als Staatsverräter hingerichtet werden. Der Meister kann ihn verkaufen, vermachen, als Sklave ausdingen, ganz wie anderes bewegliches Gut und Vieh. Unternehmen die Sklaven etwas gegen die Herrschaft, so sollen sie ebenfalls hingerichtet werden.“ K. Marx: Das Kapital, Marx-Engels-Werke (MEW) Bd.23, Berlin (DDR) 1969, S.761ff)

d) Gewalt als Geburtshelfer des Kapitalismus

Man kann sich vorstellen, daß die Arbeitsuchenden unter solchen Bedingungen bereit waren, jede auch noch so menschenunwürdige Arbeit anzunehmen, und daß unter solchen Bedingungen die Löhne auf ein absolutes Minimum heruntergedrückt werden konnten. Daran wird deutlich, da die Freiheit des Unternehmertums, die Freiheit des Kapitals, hervorgegangen ist aus ökonomischen, politischen und sozialen Umwälzungen, die sich mit unglaublicher Gewalt vollzogen haben und die Millionen von Menschenleben gekostet und Millionen von Menschen durch materielle und psychische Verelendung verkrüppelt hat. Die Keimzellen der kapitalistischen Produktionsweise sind das Ergebnis gewaltsamer Prozesse: Das Handelskapital als Ergebnis brutaler Gewalt weicht weit nach außen, durchgesetzt in Form von Raubzügen und Plünderungen und einhergehend mit der Zerstörung hochentwickelter Kulturen und der massenhaften Liquidierung der eingeborenen Bevölkerung; die Lohnarbeit als Ergebnis der - durch ökonomische Zwänge oder durch offene Gewalt durchgesetzten - Entwurzelung der Bauern von ihren Produktionsmitteln.

Und einmal in Gang gekommen, hat die kapitalistische Produktionsweise immer neue Schichten der Bevölkerung ihrer ursprünglichen ökonomischen Existenzgrundlagen beraubt und sie in das Schicksal eigentumsloser Lohnarbeiter hineingeschleudert, so z.B. die Handwerker, die mit den billigeren Produkten der Manufakturen und Fabriken auf den sich herausbildenden Märkten immer weniger konkurrieren konnten und massenweise ökonomisch ruiniert und in die Abhängigkeit getrieben wurden.

Wir haben hier nur grob den historischen Prozeß dargestellt, der zur Herausbildung der kapitalistischen Produktionsweise führte. Es ist kein Zufall, daß sich dieser Prozeß zunächst in Europa vollzogen hat, als ein Produkt der Auflösung der feudalen Produktionsweise. In anderen Teilen der Welt gab es diese Produktionsweise nicht und entsprechend auch keine Tendenzen in Richtung einer solchen Auflösung. Die asiatische Produktionsweise z.B. schafft aus sich heraus keine solche Dynamik, sondern hat sich über Jahrhunderte oder gar Jahrtausende in relativ unveränderter Form erhalten. In Europa aus, den inneren Strukturen entstanden hat sich der Kapitalismus allerdings schließlich über die ganze Welt ausgebreitet die jeweiligen traditionellen Produktionsweisen und Gesellschaftsstrukturen einschließlich ihrer Kulturen im Zuge des Kolonialismus und Imperialismus von außen her zerstört und zersetzt. Auf diesen Prozess wollen wir hier allerdings nicht mehr eingehen. Er ist Gegenstand eines gesonderten Kurses über „Weltmarkt und Entwicklungsländer“.

7. Privates Produktionsvermögen – Ergebnis von Sparsamkeit?

Wenn wir uns vor dem Hintergrund der gerade abgeleiteten Zusammenhänge noch einmal die Frage stellen, wie sich denn die ungleiche Verteilung des Vermögens, insbesondere des Produktivvermögens erklärt, so dürfte damit die Legende von den Prinzipiell gleichen Startchancen gründlich widerlegt sein. Es war nicht der subjektive Wille der Menschen, der sie zu Lohnabhängigen machte, sondern es waren gesellschaftlich-ökonomische Umwälzungen, durch die eine Masse von Menschen ihrer Produktionsmittel beraubt wurde. Es waren also äußere, objektive Bedingungen, die sie in das Schicksal als Lohnarbeiter hineingetrieben haben. Und das Kapital, aus dem die ersten Manufakturen und Fabriken entstanden sind, war nicht Ergebnis davon, dass einige Personen Teile ihres Lohnes gespart

und allmählich daraus ein Vermögen angesammelt haben, sondern war Ergebnis gewaltsamer Plünderungen und der Ausnutzung von Monopolmacht des Handelskapitals.

Die ungleichen Ausgangsbedingungen waren demnach in die Wiege des Kapitalismus gelegt und gehörten zu seinen notwendigen Voraussetzungen. Daß sich solche anfänglichen Ungleichheiten aus sich selber heraus verstärkten, haben wir ansatzweise schon herausgearbeitet. Aber was nun genau die treibenden Kräfte sind und wie genau die inneren Mechanismen funktionieren, die zu einer immer größeren Anhäufung von Kapital in immer weniger Händen und zu verschiedenen Krisenerscheinungen führen, haben wir im einzelnen noch nicht verstanden. Dies im einzelnen herauszuarbeiten, wird auch noch eine Menge theoretischer Arbeit erfordern, die wir erst in einem späteren Kurs über die „Politische Ökonomie des Kapitalismus“ leisten können. An dieser Stelle kam es zunächst darauf an, ein grobes Verständnis dafür zu entwickeln, wie sich historisch die Märkte und die kapitalistische Warenproduktion herausgebildet haben und worin die historischen Wurzeln für das Privateigentum an Produktionsmitteln in den Händen der Unternehmen liegen.

Wenn aber die ungleichen Einkommen nicht Ergebnis von mehr oder weniger Leistungswillen bzw. von mehr oder weniger großem Sparwillen sind, sondern Ergebnis objektiver ökonomischer Strukturen (die nicht durch den subjektiven Willen des einzelnen beeinflusst werden können), so fällt auch die ganze Rechtfertigung der marktorientierten Produktion in sich zusammen. Selbst wenn die Marktmechanismen reibungslos für eine Marktorientierung der Produktion sorgen würden (was sie – wie wir gesehen haben – nicht tun), selbst im Modell also einer funktionierenden Konkurrenzwirtschaft mit freiem Wettbewerb wäre marktorientierte Produktion nicht gleichzusetzen mit einer Produktion orientiert an den gesellschaftlichen Bedürfnissen. Die ungleiche Einkommens- und Vermögensverteilung im wesentlichen Ergebnis der objektiven ökonomischen Strukturen und nicht der individuellen Entscheidungen - macht den Markt und die Nachfragestruktur zu einem Zerrbild gesellschaftlicher Bedürfnisse. Und zwar auch dann, wenn sich die Individuen bzw. Haushalte innerhalb des Rahmens ihrer Einkommen bei der Auswahl der Konsumgüter rational verhalten und sich nicht manipulieren lassen.

Was besagt schon die "freie Konsumwahl", wenn der Rahmen, innerhalb dessen der einzelne frei entscheiden kann (nämlich das Einkommen) durch äußere Bedingungen weitgehend vorbestimmt und eingeeengt ist? Immerhin erscheint natürlich eine freie Konsumwahl erstrebenswerter als (innerhalb des gleichen Rahmens beschränkter Einkommen) ein irgendwie gearteter Konsumzwang. Wir wollen uns deswegen im folgenden ausführlicher der Frage zuwenden, was es mit der freien Konsumwahl in unserem System auf sich hat. Diese Frage führt uns zur Diskussion der Rolle der Werbung, mit der wir uns im folgenden auseinandersetzen wollen.

III. Konsumfreiheit oder Konsumzwang?

1. Zur Bedeutung der Werbung

Wir werden mit der Werbung für Konsumgüter in so vielen Bereichen konfrontiert, daß wir es schon vielfach kaum noch wahrnehmen: Jede Illustrierte ist voll von Werbeanzeigen, der Rundfunk blendet in bestimmte Sendungen Werbespots ein, fast jedes Kino fängt seine Vorführungen mit Werbevorfilmen an, das Fernsehen enthält regelmäßige Werbesendungen,

und wenn man durch die Straßen geht, sieht man an allen Ecken Werbeplakate. Eine ganze Branche hängt mit der Produktion der Werbung zusammen, und die Unternehmen geben jährlich Milliarden aus, um für ihre Produkte zu werben. Was hat die Werbung für eine Funktion? Dient sie der besseren Information der Konsumenten, oder ist sie ein Instrument zur Manipulation der Käuferentscheidungen? Oder - wenn sie eine Mischung von beiden ist - welche der beiden Funktionen überwiegt?

Wir sollten uns einmal zur Diskussion dieser Fragen ein paar Illustrierte vornehmen und wahllos einige Werbeanzeigen unter folgenden Fragestellungen etwas genauer betrachten:

- Welche Gedanken und Gefühle kommen hier spontan beim betrachten der Anzeige?
- Welche Information über das Produkt ist in der Werbeanzeige enthalten?
- Was wird durch die Anzeige in erster Linie angesprochen: Verstand oder Gefühl?
- Sofern Menschen in der Anzeige vorkommen: Welche Stimmung strahlen sie aus? Vergleiche sie mit den Menschen, die dir so täglich begegnen.
- Mit welchen Assoziationen (gedanklichen und gefühlsmäßigen Verknüpfungen) wird in der Anzeige gearbeitet?
- Aus welchen Gründen könnte schließlich ein Konsument das angepriesene Produkt kaufen?

(Diese Fragen sind untereinander nicht scharf zu trennen und sollen nur ein grobes Raster bilden, um an die einzelnen Anzeigen heranzugehen.)

2. Die Mittel der Werbung

Wenn wir uns z.B. die Zigarettenwerbung ansehen, dann finden wir vielfach die Darstellung von sympathischen, strahlenden Menschen, sei es in einer gelockerten, entspannten Atmosphäre oder sei es in einer abenteuerlichen Situation. Tolle Typen auf jeden Fall - im Aussehen oder auch in dem, was sie machen. Und im Hintergrund oft die schönsten, wildesten Landschaften, eine Umgebung, in der man sich wohl fühlen könnte, wo man mal alles vergessen könnte, ganz abschalten und etwas Tolles unternehmen, irgend was ganz anderes, irgendein Abenteuer Solche und ähnliche Gefühle und Gedanken werden spontan aufkommen, wenn man - ohne groß darüber nachzudenken - solche Anzeigen sieht.

Und wie sieht es aus mit den Informationen über da angebotene Produkt? Da ist irgendwo eine Packung Zigaretten abgebildet, irgendwo ganz klein gedruckt ein paar Angaben über Nikotingehalt und Kondensat, vielleicht noch über die Größe der Packung und über den Preis, und ansonsten - viel größer gedruckt - finden wir Überschriften wie

- "Genuß im Stil der neuen Zeit - Leicht mit viel Geschmack"
- "Was einer nicht schafft, das fällt vielen leicht, der Geschmack unserer Generation"
- "Für das Echte gibt es keinen Ersatz"
- "Der Geschmack von Freiheit und Abenteuer"
- "Keine schmeckt besser. Dafür geh ich meilenweit"
-

usw. usw. Informationen also über das Produkt? Nicht im geringsten! Stattdessen irgendwelche Werbeslogans, die sich gut einprägen und in Verbindung gebracht werden mit einer bestimmten Zigarettenmarke.

Was dabei in erster Linie angesprochen wird, ist nicht der Verstand, ist nicht das rationale Abwägen für dieses oder jenes Produkt. Denn wie soll der Konsument abwägen, wenn ihm praktisch keine für die Auswahl wesentlichen Informationen über das Produkt gegeben werden? - Was hier angesprochen wird sind in erster Linie Gefühle.

Die ganze Anzeige versetzt den Betroffenen in eine bestimmte Stimmung, weckt bei ihm bestimmte Sehnsüchte, bestimmte Wünsche, die er sich schon immer erfüllen wollte, die Sehnsucht nach Freiheit und Abenteuer, die Sehnsucht nach lockerem Beisammensein mit anderen in entspannter Atmosphäre; die Sehnsucht, mit anderen gemeinsam etwas anzupacken; die Sehnsucht, mal richtig zu genießen usw.

Und wenn man sich die Menschen ansieht, die in den Anzeigen dargestellt werden, so handelt es sich fast immer nur entweder um strahlende, lockere, lebensfrohe Menschen; oder um tolle Abenteurer, die irgendwo in der Wildnis auch mit den größten Problemen fertig werden, die durch nichts aus der Ruhe zu bringen sind, die jeder Situation gewachsen sind, tolle Typen ganz einfach.

Sind das die Menschen, mit denen wir tagtäglich zusammenkommen? Finden wir in unserem Alltag überall nur strahlende Gesichter und Menschen, die mit allen Problemen fertig werden? Und vor allem: Sind wir selbst ungefähr so, wie die Menschen, die auf den Anzeigen dargestellt sind. Wenn wir ehrlich sind, müssen wir sagen, daß die uns umgebende Wirklichkeit ganz anders aussieht und daß wir selbst auch ganz anders sind als das, was uns von diesen Werbeanzeigen entgegenstrahlt. Wenn man die Straße entlang geht, wo begegnet man da schon strahlenden Gesichtern und Menschen, die locker miteinander zusammen sind? Das genaue Gegenteil ist doch die vorherrschende Realität: Hektische, vergräme, verkrampfte Menschen, die aneinander vorbeirennen, die sprachlos nebeneinander in der U-Bahn sitzen, und sich hinter der Zeitung verstecken und ins Leere gucken - vereinsamt, vereinzelt. Und jeder einzelne von ihnen schleppt seine Last und seine Sorgen mit sich herum, quält sich mehr oder weniger über den Tag, hat Kopfschmerzen, Depressionen., Ängste, Schlafstörungen und andere Krankheiten. Die Welt der Werbung ist das genaue Gegenteil unseres Alltagslebens, sie ist nicht unsere Realität, sondern eine Traumwelt.

3. Der Wirkungsmechanismus der Werbung

a) Die Ausnutzung unbewußter Sehnsüchte

Aber wenn es nur eine Traumwelt ist, wie soll dann der Konsument mit diesen unrealistischen Bildern zum Kauf des Produkts gebracht werden? Dadurch, daß in ihm oft unbewußt bestimmte Sehnsüchte wachgerufen werden, die nach Befriedigung drängen, zu deren realer Befriedigung der einzelne aber gar nicht in der Lage ist. Oder wer ist schon so widerstandsfähig gegenüber allen möglichen Problemen und Gefahren und kann sich so ohne weiteres dem Abenteuer hingeben. Die Tatsache, daß die Werbung massenhaft mit Traumbildern arbeitet, deutet darauf hin, daß solche Sehnsüchte massenweise in den Menschen verankert sind. Und das heißt auch, daß die davon angesprochenen Menschen gerade nicht in der Lage sind, diese Bedürfnisse und Wünsche in der Realität wirklich zu befriedigen, daß sie also in ihrem realen Leben weitgehend unfähig sind zu allem, was in der Traumwelt der Werbung dargestellt wird. Wer packt es schon, wirklich auszubrechen aus seinem alltäglichen Trott, der durch einen rigiden Tagesablauf und oft sinnentleerte Arbeit geprägt ist? Wer packt es schon, nach Feierabend noch etwas anderes anzustellen als passiv vor dem

Fernseher zu sitzen oder sich mit Alkohol volllaufen zu lassen? Wer ist wirklich noch in der Lage zur entspannten Kommunikation und zum Abenteuer?

Weil die meisten in der Wirklichkeit gerade dazu unfähig sind, werden sie zum Kauf des Produkts verleitet, was ihnen die Befriedigung dieser Wünsche verspricht. Natürlich läuft das nicht über den Verstand, sondern über unbewußte Prozesse. Dem einzelnen ist oft gar nicht klar, warum er nun gerade dieses und nicht ein anderes Produkt kauft. Aber für die Werbung würde nicht so viel von den Unternehmen ausgegeben, wenn sie nicht wirken würde. Das Raffinierte an der Werbung ist, daß sie gerade gezielt die Ebene des Verstandes unterläuft und das Unbewußte der Menschen anstachelt und für ihre Zwecke ausnutzt.

Im Unbewußten - das weiß man seit den Entdeckungen des Psychoanalytikers Sigmund Freud - laufen Prozesse ab, die einer anderen Logik folgen als der Verstand, eben einer "Psycho-Logik".

Wesentliches Element dieser Psycho-Logik sind die sog. "Assoziationen" des Unbewußten, d.h. gedankliche, bildhafte und symbolhafte Verknüpfung verschiedener sachlicher und emotioneller Inhalte, die dem Bewußtsein des einzelnen entzogen sind, aber dennoch über das Unbewußte auf die Handlungen und Entscheidungen eines Menschen Einfluß nehmen. Mit diesem psychischen Mechanismus der Assoziationen arbeitet die Werbung ganz gezielt. Sie knüpft an an bestimmte unbewußte Wünsche und Sehnsüchte und stellt eine Assoziation her zu der Marke des Produkts. Zum Beispiel dadurch, daß auf jedem Bild einer Anzeige immer auch die Marke dargestellt ist, oder dadurch, daß das Bild in einer Farbstimmung gehalten ist, die sich auf der Verpackung des Produkts wiederfindet; oder dadurch, daß der eingängige Werbeslogan verknüpft wird mit der Marke des Produkts ("Marlboro, der Geschmack von Freiheit und Abenteuer", "Stuyvesant, Geschmack unserer Generation" usw.). Ist die Verknüpfung erst mal im Unbewußten der Konsumenten verankert, ist erst einmal die Marke des Produkts gewissermaßen verlötet mit den ganzen Gefühlen, die durch die Werbeanzeige unbewußt aufgewühlt werden, dann erscheint auch der Kauf des Produkts unbewußt als eine Möglichkeit, die aufgewühlten Wünsche zu befriedigen. Der Verstand sagt zwar klar, daß man mit einer Zigarette nicht die Sehnsucht nach Freiheit und Abenteuer stillen kann, aber dennoch greift man schließlich zu der entsprechenden Marke.

b) Die Kanalisierung gehemmter Sexualität

Oder sehen wir uns die Werbung für Alkohol an: häufig findet man hier die Darstellung aufreizender verführerischer Frauen und die mehr oder weniger deutliche Anspielungen auf intime Situationen. Dadurch werden Assoziationen geweckt, daß man durch den Genuß dieser Marke in eine Stimmung kommt, aus der sich sexuelle Kontakte ganz von selbst ergeben, ohne jede Hemmung, Verkrampfung oder Angst. Das Produkt wird auf diese Weise im Unbewußten zu einer Art Garantie für erotische Anziehungskraft und unbeschwerten sexuellen Genuß. Und nicht nur in der Alkoholwerbung, sondern bei einer ganzen Reihe anderer Produkte spielt das Element der sexuellen Erregung eine ganz zentrale Rolle. Durch die erotisch aufgemachte Werbung werden sexuelle Sehnsüchte geweckt und wird die Verknüpfung zum Produkt hergestellt, dessen Kauf unbewußt als ein Mittel erscheint, um die durch die Werbung aufgewühlten sexuellen Bedürfnisse zu befriedigen. Auch hier gilt wieder, was wir vorhin schon in anderem Zusammenhang herausgearbeitet hatten: daß die Traumwelt der Werbung gerade die Umkehrung der Realität ist:

Die Freizügigkeit, mit der die Werbung sexuelle Reize ausstrahlt, um die Bedürfnisse der Konsumenten auf den Kauf des Produkts zu lenken, deutet auf die massenweise verbreitete Unfähigkeit zur sexuellen Befriedigung hin. Eben aus dieser Unfähigkeit heraus, aus den sexuellen Hemmungen und Verklemmungen, aus den Kontaktschwierigkeiten und der Unfähigkeit zum voll befriedigenden Orgasmus entstehen tiefe Wünsche und Sehnsüchte und unbewußte Illusionen, die Befriedigung über den Kauf von Waren erlangen zu können. Sei es über irgendwelche Waren, mit denen man die Begehrtheit gegenüber dem möglichen Sexualpartner vergrößern will. In einer Gesellschaft mit frei entfalteter Sexualität, in der die Befriedigung in dem realen Zusammensein mit dem jeweiligen Partner gefunden werden kann, würde eine sexuellerorientierte Werbung vollkommen ins Leere stoßen. Denn eine Befriedigung, die man problemlos im realen Leben erlangen kann, braucht man sich nicht ersatzweise über den Kauf von Waren zu erhoffen (um dann doch – auch nach dem Kauf der Waren, unbefriedigt zurückzubleiben).

c) Die Ausbeutung von Versagensängsten

Oder nehmen wir das Beispiel der Waschmittelwerbung. Hier geht es vielfach darum, daß eine zufriedene Hausfrau dargestellt wird, die von ihrem Mann oder von ihren Kindern gelobt wird für ihre saubere Wäsche. Oder die von der Nachbarin deshalb bewundert wird. Oder eine junge Mutter, die einen strahlenden Säugling, eingewickelt in flauschige Wäsche, im Arm hält. Was wird durch solche Art von Werbung bewirkt? Daß sich die unzufriedenen Frauen, die Schwierigkeiten mit ihren Männern und Kindern haben und die unter der Angst vor dem Versagen als Hausfrau, Ehefrau und Mutter leiden, ihr schlechtes Gewissen unbewußt durch den Kauf eines bestimmten Waschmittels beruhigen. Damit schließlich auch ihr Mann strahlt und ihre Kinder glücklich sind, damit sie überhaupt - auch in den Augen der Nachbarn - die beste Ehefrau und Mutti ist...

Wir könnten die Beispiele beliebig fortsetzen und würden immer wieder auf ähnliche Mechanismen stoßen, mit denen die Werbung arbeitet. Worauf die Werbung abzielt (und das sagen auch die Werbefirmen in ihren Magazinen, in denen sie ihre Werbemethoden den Unternehmen gegenüber anpreisen, ganz unverblümt), ist das Anknüpfen an tiefsitzenden, im Unbewußten verankerte Ängste und Sehnsüchte, um diese Gefühle aufzuwühlen und eine entsprechende Spannung zu erzeugen. Diese Spannung drängt nun nach Abfuhr, nach Spannungsminderung, zu der aber der einzelne aus sich heraus unfähig ist: Unfähig, gelöst und entspannt zu sein, unfähig zu Kontakten; unfähig, mit seinen Problemen fertig zu werden; unfähig, mal etwas ganz anderes als den täglichen Trott zu machen, d.h., unfähig zum Abenteuer und zum Risiko; unfähig zu lieben und geliebt zu werden...

Und da der einzelne aus sich heraus unfähig ist, die aufgewühlte Spannung abzubauen, drängt sich ihm eine Welt von Waren auf, die ihm die Illusion gibt, durch ihren Kauf die Unfähigkeit zu beseitigen. Aus der Unfähigkeit zur wirklichen Befriedigung wird der Kauf der Ware zur Ersatzbefriedigung, zum Mittel, um die aufgestauten Ängste abzubauen, um das angeschlagene Selbstbewußtsein notdürftig zu reparieren. Mit einem solchen Konsum werden die Ängste, das mangelnde Selbstwertgefühl, die Unfähigkeit zur Selbstentfaltung und Selbstverwirklichung "kompensiert", (d.h. ihre tatsächliche Existenz wird durch einen schwachen Ersatz überdeckt). (Die Sozialwissenschaftler sprechen hier von "kompensatorischem Konsum").

Derart manipuliert, erfolgen die Kaufentscheidungen nicht aus einer rationalen Einsicht und Überlegung, sondern aus einem inneren, unbewußten Zwang, der durch die äußeren Impulse der Werbung in Bewegung gesetzt wird. Wenn man bedenkt, welche enorme Rolle bei uns diese Art von manipulativer Werbung, diese Art von "Konsummanipulation" spielt, so muß man zu dem Ergebnis kommen, daß in den Menschen dieser Gesellschaft massenweise Ängste und Sehnsüchte verankert sind. Sonst könnte eine solche Werbung nicht wirken. (Und daß sie im Großen und Ganzen wirkt, daran kann wohl kaum Zweifel bestehen angesichts der riesigen Werbeaufwendungen, die die Unternehmen nur dann auf sich nehmen, wenn sie sich davon einen Erfolg versprechen.

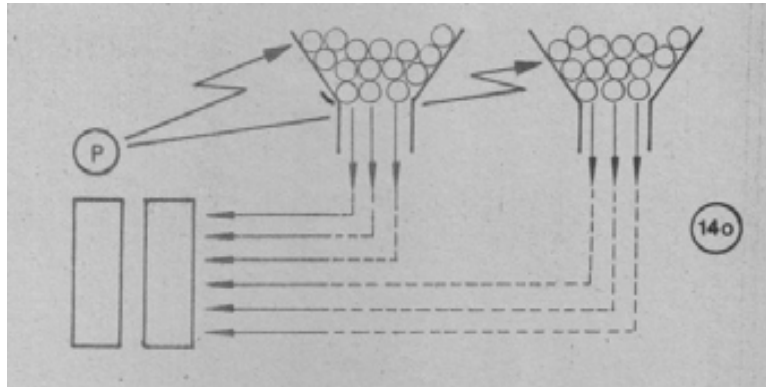
Sind derartige Ängste und Sehnsüchte naturnotwendig im Menschen vorhanden und erfüllt der Konsum insofern nur die Funktion, diese Ängste wenigstens etwas zu mindern und den ängstlichen Menschen wenigstens etwas mehr Selbstbewußtsein zu verleihen? Oder gibt es bestimmte Einflüsse, die diese Ängste und Sehnsüchte in den Menschen erst erzeugen, an denen dann die Werbung mit ihren Methoden ansetzen kann? (Siehe zu dieser Frage im einzelnen das sehr verständlich und anschaulich geschriebene Buch von D. Duhm: Angst im Kapitalismus, Hagen 1972). Wir werden später auf diese Frage zurückkommen und in diesem Zusammenhang uns mit einigen Ergebnissen der S. Freud begründeten Psychoanalyse bzw. der darauf aufbauenden Charakteranalyse von W. Reich vertraut machen. Dies soll aber erst geschehen nach der Diskussion des Problembereichs "Arbeit und Produktion". Bevor wir zu diesem zweiten Problembereich übergehen, sollten wir das Ergebnis unserer Überlegungen der Werbung noch einmal im Gesamtzusammenhang unserer bisherigen Diskussion stellen.

6. Konsummanipulation und Produktion von Bedürfnissen

Es geht ja insgesamt um die Frage, inwieweit in einer Marktwirtschaft die Produktion über die Marktmechanismen in Bahnen gelenkt wird, die einer bestmöglichen Befriedigung gesellschaftlicher Bedürfnisse entsprechen. Nichts anderes steckt ja hinter dem Begriff der "optimalen Allokation der Ressourcen". Dabei hatten wir zunächst herausgearbeitet, daß die Marktmechanismen nicht in der Weise störungsfrei wirken, wie das in der klassisch-liberalen Theorie unterstellt wird, sondern daß sie aus sich heraus Krisen der verschiedensten Art (gesamtwirtschaftliche strukturelle) erzeugen können. Dann waren wir auf die Problematik der ungleichen und Vermögensverteilung gestoßen und hatten gesehen, daß selbst bei funktionierenden Marktmechanismen eine marktorientierte Produktion nicht gleichbedeutend mit einer an den Kaufbedürfnissen orientierten Produktion ist. Weil nämlich die Nachfragestruktur bei ungleicher Einkommensverteilung nur ein Zerrbild der gesellschaftlichen Bedürfnisstruktur ist. Unsere letzten Überlegungen zur Werbung setzten nun auf einer noch tieferen Ebene an, gingen gewissermaßen noch einen Schritt weiter hinter die Kulissen des Marktes und haben untersucht, wie überhaupt die Kaufbedürfnisse zustande kommen bzw. wie sie durch die Werbung beeinflußt werden können.

Selbst für den Fall, daß die Einkommen gleich verteilt wären (wie in Abb. 14o unterstellt), würde eine marktorientierte Produktion nichts darüber aussagen, inwieweit sich die Produktion an den Bedürfnissen der Menschen in einer Gesellschaft orientiert. Denn wenn es sich um Kaufbedürfnisse handelt, die unter Anwendung manipulativer Methoden und unter Ausnutzung bestimmter unbewußter Ängste und Sehnsüchte erst von den Unternehmern erzeugt worden sind, kann von "Konsumentensouveränität" nicht mehr die Rede sein. Unter solchen Bedingungen sind die Kaufentscheidungen, ist also insgesamt die Struktur der

Nachfrage nicht das Ergebnis der freien Konsumentenentscheidungen, sondern Ergebnis unbewußt ablaufender Zwänge, denen die Konsumenten von Seiten der Unternehmer ausgesetzt worden sind. (Dieser manipulative Druck der Unternehmer auf die Konsumenten soll in Abb. 14o durch den von der Produktion auf die Konsumbedürfnisse (Kugeln) ausgehenden Blitze symbolisiert werden.)



Zwar hatten wir gesagt, daß solche manipulativen Werbemethoden nur wirken können, wenn sie an einem massenweise in den Menschen verankerten Angstpotential anknüpfen können. Aber erstens sorgen die Methoden der Werbung für eine Aufpeitschung der Ängste und Sehnsüchte und wirken insofern aktiv auf die Konsumenten ein, und zweitens bewirken sie durch die Werbung für einzelne Waren eine Kanalisierung der Nachfrage auf ganz bestimmte Produkte. Sowohl die Konsumwünsche insgesamt als auch deren Struktur, aus der sich die Nachfragestruktur ableitet, sind insofern wesentlich Resultat der Absatzstrategien der Unternehmen.

Nicht die Konsumenten bestimmen also letztlich, was produziert wird, sondern die Unternehmen bringen mit ihren Absatzstrategien insbesondere mit der Werbung (aber auch mit der Produktgestaltung) erst bestimmte Bedürfnisse und eine bestimmte Nachfrage hervor, an der sie dann ihre Produktion ausrichten. Die Unternehmen produzieren damit nicht nur die Waren, sondern auch die Bedürfnisse und die Nachfrage nach diesen Waren. Und wenn die Produktionsmittel in wenigen Händen konzentriert sind, ist also auch die Entscheidungsgewalt darüber, in welche Richtung sich die Nachfrage und die Produktion einer Gesellschaft entwickeln, in wenigen Händen konzentriert. Wenn man sich die gerade diskutierten Mechanismen und das Ausmaß an wirtschaftlicher Konzentration in der BRD vor Augen führt, ist es nicht die Masse der Konsumenten und Lohnabhängigen, die die Richtung der ökonomischen und gesellschaftlichen Entwicklung bestimmt, sondern es sind wesentlich die Unternehmen, und innerhalb der Unternehmen insbesondere die Großkonzerne, d. h. deren Spitzen.

Daß insbesondere sie ein Interesse daran haben, die Nachfrage auf ihre Produkte zu fixieren, von ihren Produkten abhängig zu machen, haben wir schon an früherer Stelle herausgearbeitet. Denn je mehr eine solche Abhängigkeit gegeben ist, um so eher sind wiederum überhöhte Preise durchzusetzen, ohne daß deswegen die Nachfrager abspringen. Was wir früher als Interesse der Konzerne herausgearbeitet hatten, haben wir jetzt etwas näher untersucht: Wie nämlich dieses Interesse mit dem Mittel der Werbung tendenziell durchgesetzt werden kann. In dem Maße, wie es gelingt, in den Konsumenten so etwas wie eine Konsumsucht, eine quasi suchtmäßige Abhängigkeit von bestimmten Produkten bzw.

Marken zu erzeugen, wird, nicht nur die Konsumnachfrage in der Volkswirtschaft insgesamt angehoben, sondern auch die Nachfrage nach den einzelnen Waren stabilisiert und auf diese Weise Marktmacht aufgebaut.

7. Gewinn als Prämie für psychische Ausbeutung der Konsumenten

Je besser einem einzelnen Unternehmen oder Konzern die Manipulation der Konsumbedürfnisse gelingt, je raffinierter und ausgeklügelter die Ebene des Verstandes bei den Konsumenten unterlaufen wird und deren unbewußte Emotionen aufgewühlt und auf den Kauf des Produkts gelenkt werden, je wirksamer demnach die Konsumenten unter einen in bestimmte Richtung gelenkten Konsumzwang gesetzt werden, dem sie sich kaum entziehen können, um so erfolgreicher steht ein solches Unternehmen im Markt da, um so größer wird sein Gewinn ausfallen. Anstatt ein Maßstab zu sein für eine an den Bedürfnissen der Menschen orientierte Produktion, wird der Gewinn auf diese Weise zur Prämie für eine rücksichtslose psychische Ausbeutung, mit der die Ängste der Menschen massenweise aufgeputscht und ausgenutzt werden für private Gewinninteressen.,

8. Konsumzwang und Zwang zur Lohnarbeit

Nicht nur, daß die Einkommen (als der Rahmen, innerhalb dessen Konsumentenscheidungen getroffen werden können) in unserer Gesellschaft außerordentlich ungleichmäßig verteilt sind; auch die innerhalb des Rahmens stattfindenden Konsumentenscheidungen können nach diesen Überlegungen nicht mehr als "freie Konsumwahl" oder als "Konsumfreiheit" angesehen werden, sondern als Ergebnis massiv und unterschwellig wirkender Zwänge. Voraussetzung für die Erfüllung der Konsumwünsche - gleichgültig ob sie nun manipuliert sind oder nicht ist die Verfügung über eine entsprechende Kaufkraft.