

Vorwort

Richard Swedberg

Die Wirtschaftssoziologie hatte in Deutschland einen ihrer wichtigsten Entstehungsorte. Nachdem sie in der Nachkriegszeit an Bedeutung verloren hatte, rückt sie seit den neunziger Jahren wieder in das Zentrum soziologischer Forschung. Betrachtet man die im vorliegenden Band versammelten Beiträge, so zeigt sich darin der Aufschwung der Wirtschaftssoziologie auch in Deutschland. Aus Sicht der Wirtschaftssoziologie wie auch der internationalen Gemeinschaft der Sozialwissenschaftler ist dies eine begrüßenswerte Entwicklung.

Wie könnte man einen solchen Prozess besser in Gang bringen als mit einem Band über die Soziologie der Märkte? Die Wirtschaftssoziologie entstand wie die moderne Ökonomie aus dem Versuch heraus, zu verstehen, was der Gesellschaft im 19. Jahrhundert widerfuhr, als die Marktwirtschaft mit großer Heftigkeit einsetzte. Dies gilt für die Arbeiten von Karl Marx (den einige als den Begründer der Wirtschaftssoziologie ansehen) und Max Weber (der den Begriff Wirtschaftssoziologie einführte und als Erster ein systematisches Vorgehen für diesen Ansatz vorlegte) gleichermaßen.

Die Beiträge von Marx und Weber zur Analyse des Marktes sind weiterhin Grundlagenwerke von ungebrochener Aktualität. Jedoch ist viel passiert seit ihrer Entstehung, nicht zuletzt in der wirtschaftssoziologischen Betrachtung von Märkten. Den wohl wichtigsten Beitrag in der Zeit zwischen den Weltkriegen leistete Joseph Schumpeter, der eine Theorie zur Rolle des Unternehmers in der Marktwirtschaft aufstellte. Formal ist diese Theorie der von Schumpeter selbst so genannten Wirtschaftstheorie zuzuordnen, doch steht sein Ansatz der Unternehmeranalyse in vielerlei Hinsicht der Soziologie mit ihrem Interesse an Normen und sozialen Strukturen nahe. Ebenso bezeichnet Schumpeter die Wirtschaftssoziologie explizit als einen wichtigen Teil des weiten Feldes der Ökonomik oder – wie er sie lieber nennt – Sozialökonomik.

Nach Ende des Zweiten Weltkrieges lieferte Karl Polanyi den Hauptbeitrag zur Soziologie der Märkte. In *The Great Transformation* (1957 [1944]) skizziert er das zerstörerische Potenzial des Marktes und legt darüber hinaus nahe, dass eine

Aus dem Amerikanischen übersetzt von Kerstin Wörster.

gut funktionierende Marktwirtschaft in die gesamte Gesellschaft eingebettet sein und sich unter politischer Kontrolle befinden muss. In anderen Schriften stellt Polanyi neue theoretische Instrumente für Wirtschaftssoziologen vor. Er weist darauf hin, dass neben der auf *Tausch* basierenden Marktwirtschaft auch andere, auf *Reziprozität* und *Umverteilung* basierende Wirtschaftsformen möglich sind. Ebenso verdeutlicht Polanyi, dass alle diese drei Arten wirtschaftlicher Betätigung Bestandteile der modernen Wirtschaft sind. Während im Unternehmenssektor beispielsweise der Tausch vorherrscht, ist das Wirtschaften der privaten Haushalte von Reziprozität geprägt und das des öffentlichen Sektors von Umverteilung.

Dies bringt uns in die Gegenwart und zu jener Entwicklung, die Mitte der achtziger Jahre als »neue Wirtschaftssoziologie« ihren Anfang nahm: Vertreter der neuen Wirtschaftssoziologie begannen, sich dem Phänomen Markt von verschiedenen Seiten zu nähern, insbesondere mittels der Netzwerktheorie, der Organisationssoziologie und der Kulturosoziologie. So kann man etwa die Interaktionsstruktur von Märkten mithilfe der Netzwerktheorie beschreiben. Auch kann man einen Markt als Organisationsform ansehen, darüber hinaus sind die Akteure auf einem Markt oft selbst Organisationen. Und schließlich setzt Marktverhalten in vielerlei Hinsicht Kulturverständnis voraus und greift darauf zurück.

Einige der prominentesten Vertreter der aktuellen wirtschaftssoziologisch geprägten Marktanalyse haben zum vorliegenden Band beigetragen. Die Einführung zu den einzelnen Kapiteln möchte ich jedoch den Herausgebern überlassen und stattdessen auf den nächsten Seiten das Phänomen Markt in einer allgemeineren Form erörtern. Das ist notwendig, weil trotz all der wichtigen Beiträge, die zum besseren Verständnis des Marktes bereits geleistet worden sind, immer noch einiges unklar ist. Dies wird deutlich, wenn man die Fragen stellt: »Was genau ist ein Markt?« und »Was genau macht ein Markt?«.

Um diese Fragen beantworten zu können, muss man verstanden haben, was mit dem Begriff Markt eigentlich gemeint ist. Wie wir gleich sehen werden, wird dieses Verständnis dadurch erschwert, dass der Begriff historisch zwei unterschiedliche Bedeutungen hat. Hinzu kommt, dass er im Lauf der vergangenen Jahrzehnte *politisch* aufgeladen worden ist.

Beginnen wir mit den beiden Bedeutungen. Der Begriff »Markt« bezeichnet zunächst einmal *ein Gebiet, auf dem Tausch stattfindet*. Er wird aber ebenso als *sozialer Mechanismus für wirtschaftliches Wachstum* verstanden, oder, wie die Ökonomen es ausdrücken, als Mechanismus zur effizienten Ressourcenallokation. Diese beiden Bedeutungsgruppen sind offensichtlich sehr verschieden. Während die eine betont, was hauptsächlich quasi *innerhalb* des Marktes passiert, hebt die an-

dere hervor, was vor allem *außerhalb* des Marktes geschieht, oder, genauer gesagt, wie der Markt in den Wirtschaftsprozess eingebunden ist.

Da der Begriff »Markt« auch im öffentlichen und politischen Diskurs so wichtig geworden ist, plädiere ich dafür, bei der Diskussion seiner Bedeutung zunächst seine ideologische Verwendung zu betrachten. Auf den ersten Blick erkennbar, enthalten die meisten modernen politischen Weltbilder, vom rechten bis zum linken Spektrum, Bezüge zum Markt. Libertäre vertreten eine Meinung, Kommunisten eine andere und so weiter.

Die Vielfalt der über den Markt bestehenden politischen Meinungen lässt sich schematisch in einer Vier-Felder-Matrix darstellen, wobei die eine Dimension die Ausprägungen *effizient/ineffizient* und die andere die Ausprägungen *positiv/negativ* hat. So sehen Libertäre die Märkte als effizient an und stehen ihnen positiv gegenüber, wohingegen Kommunisten Märkte für ineffizient halten und eine negative Einstellung zu ihnen haben. Die europäischen Sozialdemokraten schätzen Märkte zwar als effizient ein, sind (oder waren?) jedoch negativ zu ihnen eingestellt, während Keynesianer eine positive Einstellung zu Märkten haben, sie aber nicht effizient finden. Nach ihrer Überzeugung werden Märkte sich nach und nach selbst zerstören, wenn nicht der Staat in angemessener Form eingreift. Die Keynesianer erinnern uns auch daran, dass die Meinung über den Staat als politischer Akteur oft mit der Meinung über den Markt eng verknüpft ist.

Märkte sind ideologisch befrachtet, weil der Kapitalismus von Anfang an politische Auseinandersetzungen hervorgerufen hat. Üblicherweise bekämpfen jene Gruppen den Kapitalismus, die ihr Einkommen oder ihre Ressourcen aufgrund eines »Status« und nicht eines »Vertrages« (um mit den Begriffen von Henry Maine zu sprechen) beziehen, aber auch viele Gruppen, deren Einkommen zwar auf »Verträgen« beruht, aber sehr gering ist.

Der ideologische Streit um den Kapitalismus ist jedoch nicht immer als Diskurs über den Markt ausgetragen worden. Tatsächlich ist dies eine relativ junge Entwicklung, die man in etwa der Zeit des Zweiten Weltkrieges zuordnen kann. Dieser Periode verdanken wir unter anderem *The Great Transformation* von Polanyi, das unter den Werken, die den Kapitalismus anprangern und dabei mit Marktbegriffen argumentieren, zu den berühmtesten zählt.

Zur etwa gleichen Zeit traten aber auch starke ideologische Befürworter des Marktkonzepts an die Öffentlichkeit. Zu ihnen gehörten Friedrich von Hayek und Ludwig von Mises, die letztlich die Oberhand im Diskurs gewannen. Auch die Unterstützung seitens der Politik, insbesondere seit der Regierungsübernahme durch Ronald Reagan beziehungsweise Margaret Thatcher um 1980, war für den Aufstieg des Marktkonzepts als Ideologie sehr wichtig. So war es Reagan, der die Redewendung »die Magie des Marktes« prägte. Bald darauf brach sich

der Neoliberalismus weltweit Bahn. Er bot eine ideologische Rechtfertigung für den Abbau des Wohlfahrtsstaates in entwickelten Ländern sowie – mittels des Internationalen Währungsfonds – für die Einführung einer Reihe von marktorientierten Reformen in weniger entwickelten Ländern (»Washington consensus«).

Der Neoliberalismus lässt sich als eine allgemeine politisch-ökonomische Weltanschauung beschreiben, derzufolge der Markt nicht nur für die Standardprobleme der Wirtschaft die beste Lösung bereithält, sondern auch für viele Herausforderungen, um die sich traditionell der Staat und die örtlichen Gemeinwesen kümmern. Folgt man dieser (auch »Marktfundamentalismus« genannten) Denkrichtung, so sollte der Staat zuallererst dafür sorgen, dass dem Markt die Entscheidungshoheit zukommt: Obgleich der Staat nach wie vor etliche wirtschaftliche und andere Aufgaben erfüllt, besteht sein Hauptzweck darin, die Marktkräfte zu fördern.

Es ist die Aufgabe jeder Ideologie, bestimmten Akteuren Rückhalt zu verschaffen, anstatt zu erklären, wie die Welt wirklich ist. Daher hält sich der Neoliberalismus zu den Fragen, was ein Markt ist und wie er funktioniert, eher bedeckt. Hier hilft historische Forschung weiter, insbesondere, wenn es um ein besseres Verständnis der ersten Bedeutung des Begriffs Markt geht, nach der er als Sphäre angesehen wird, in der Tausch stattfindet.

Die ersten Märkte der Geschichte waren vermutlich an den Gemeindegrenzen angesiedelt, wobei sich die Aktivitäten der Marktteilnehmer an die Mitglieder *anderer* Gemeinden richteten, nicht an die der eigenen. Diese sogenannten externen Märkte wurden mit der Zeit durch interne Märkte, also Märkte innerhalb der Gemeinde ersetzt.

Die Komplexität der internen Märkte lässt sich anhand unseres Wissens über die Märkte im alten Griechenland einige Jahrhunderte vor Christi Geburt veranschaulichen. Zum Beispiel lag die *Agora* von Athen innerhalb der Stadt, in einem von Grenzsteinen markierten Bereich. In eigens errichteten offenen Säulenhallen (*Stoa*) boten Händler ihre Waren dar. Zahlreiche soziale und politische Aktivitäten fanden ebenfalls auf dem Markt statt, wo etwa Sokrates wohlhabende junge Athener behelligte, die mehr an ihren Reichtum als an ihre Seelen dachten. Speziell dazu ernannte Beamte sorgten dafür, dass auf dem Markt Ordnung herrschte, genaue Maße und Gewichte verwendet wurden und kein Falschgeld im Umlauf war. Auf dem Markt verübte Straftaten wurden von speziellen Gerichten geahndet.

Für den Markt gab es einen eigenen Gott – Hermes nämlich, der sowohl Gott der Händler als auch der Diebe war. Die Frage, weshalb Hermes der Gott der Diebe war, wird üblicherweise damit beantwortet, dass die großen Land- und Sklavenbesitzer Athens die gewaltsame Besitzergreifung als einzigen an-

ständigen Weg zum Reichtum ansahen. Die auf den Märkten feilschenden Händler galten ihnen als Diebe.

Die Vorstellung vom Markt als eigens abgegrenztes Gebiet, auf dem Tausch stattfinden kann, war in den Jahrhunderten nach dem Niedergang Griechenlands und bis ins 19. Jahrhundert geläufig. Zum Beispiel gab es im Mittelalter in den Städten spezielle Marktplätze, und schon seit der Römerzeit fanden in unregelmäßigen Abständen Messen statt, bis in Amsterdam, Paris, London und andernorts regelmäßige Waren- und Wertpapierbörsen sowie andere Finanzmärkte gegründet wurden.

Mit der Ausbreitung der Geldwirtschaft entwickelten sich wesentlich größere Märkte. So entstanden bis zum 19. Jahrhundert dank des Zusammenspiels von wirtschaftlichen, politischen und technologischen Entwicklungen die ersten voll integrierten nationalen Märkte der Geschichte. Ebenso wie politische Herrscher Nationen einten, taten es auch die Eisenbahn, der Telegraf und weitere technische Neuerungen. Der daraus neu entstehende Markttyp zeichnete sich dadurch aus, dass Kauf und Verkauf nicht mehr an einem bestimmten Ort, sondern über weite Entfernungen hinweg stattfanden.

Diese Entwicklung spiegelte sich auch in der ökonomischen Theorie wider. Während für Adam Smith und frühe Ökonomen der Markt noch gleichbedeutend mit dem Marktplatz war, änderte sich die Sichtweise im 19. Jahrhundert. So erklärte der Ökonom Antoine Cournot (1838: 55) in den dreißiger Jahren des 19. Jahrhunderts:

Ökonomen verstehen unter dem Begriff *Markt* nicht einen bestimmten Marktplatz, auf dem Güter gekauft und verkauft werden, sondern die gesamte Region, innerhalb derer Käufer und Verkäufer sich in solch freiem Austausch befinden, dass Preise gleichartiger Güter sich leicht und schnell einander anpassen.

Im 19. Jahrhundert gab es noch weitere Entwicklungen, die für das Verständnis des Begriffs Markt von Bedeutung sind. Dies war insbesondere das Entstehen der neoklassischen Markttheorie gegen Ende des 19. Jahrhunderts. Zwei Eigenschaften dieser Analyseform fallen besonders auf: Erstens wurde der Markt nun hauptsächlich als ein *Preismechanismus* oder eine Art der Preisbestimmung durch das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage angesehen. Zweitens wurden die Vorstellungen über den Markt nun äußerst *abstrakt*. Im Modell von Angebot und Nachfrage gibt es kein Rechtssystem, keinen Staat, keine Menschen und keine sozialen Beziehungen. Es ist in der Tat, wie Neville Keynes es einst ausdrückte, ein »hypothetischer Markt«.

Bis vor wenigen Jahrzehnten verwendeten Ökonomen dieses abstrakte Marktmodell, ohne es im Detail zu hinterfragen. Dass die Situation heute etwas

anders aussieht, ist in hohem Maße dem unter dem Namen »neue Institutionen-ökonomik« bekannt gewordenen Ansatz zu verdanken. Folgt man dieser Denkrichtung, so muss die traditionelle neoklassische Analyse um eine Theorie der Institutionen, einschließlich der des Marktes, ergänzt werden. Das wird dadurch erreicht, dass man Transaktionskosten (sprich Kosten der Marktnutzung) in die Analyse einbezieht. Weil die heutigen Märkte etliche Eigenschaften besitzen, die die Transaktionskosten senken und die Effizienz steigern, sind sie komplexe Institutionen.

Die zweite Hauptbedeutung des Begriffs Markt ist, wie bereits erwähnt, die eines sozialen Mechanismus für wirtschaftliches Wachstum, oder, wie Ökonomen es nennen, eines Mechanismus zur effizienten Ressourcenallokation. Diese Bedeutung geht auf die Vorstellung des Marktes als Mechanismus zur Preisbildung zurück und war Ende des 19. Jahrhunderts verbreitet. Der Hauptgedanke hierbei ist, dass der Markt – oder genauer gesagt, eine ganze Anzahl untereinander verbundener Märkte – die Güterproduktion eines Landes effizient beeinflusst. Steigt der Preis für Gut A, so wird sich dies letztlich in allen Gütern widerspiegeln, die zur Herstellung von A benötigt werden, und dadurch werden Ressourcen in diese Richtung gelenkt. Mittels Preisänderungen werden Signale an andere Märkte gesendet, und so breiten sich Informationen, die effizientes Handeln sicherstellen, in der gesamten Wirtschaft aus.

Wie von unsichtbarer Hand geleitet, wird dieser Prozess mit der Zeit den Wohlstand der Nationen mehren. Moderne Ökonomen argumentieren, Adam Smith habe den Wettbewerb gemeint, als er diese Metapher verwendete. Dahinter steht die Vorstellung, dass Konsumenten nur bei den Bäckern, Brauern und Metzgern einkaufen, die die besten Waren herstellen. Andere Waren werden nicht produziert, da sie ja nicht gekauft werden.

Doch ist das wirklich so? Meiner Meinung nach tun sich Soziologen mit diesem Thema deshalb schwer, weil sie sich nicht mit der Rolle des Marktes als Wachstumsmotor befasst haben. Aus unterschiedlichen Gründen haben Soziologen sich bislang von Ökonomen einschüchtern lassen und sind diesem Thema mehr oder weniger fern geblieben.

Das sollte sich jedoch ändern. Um aufzuzeigen, wie dies geschehen kann, werde ich nun in aller Kürze eine Argumentationskette vorstellen, die mit der klassischen Definition des Begriffs Wirtschaft als *Prozess aus Produktion, Distribution und Konsum* beginnt. Danach werde ich zu zeigen versuchen, wie das Einbringen einiger Vorstellungen Polanyis in diese Darstellung des Wirtschaftsprozesses dazu beitragen kann, das Thema von soziologischer Seite her greifbar zu machen.

Die klassische Definition des Wirtschaftsprozesses besagt, dass in jeder Wirtschaft üblicherweise zunächst etwas produziert, danach distribuiert und

schließlich konsumiert wird. Zu diesem Konzept kann Polanyi meiner Meinung nach den Gedanken beisteuern, dass *Distribution* im Wesentlichen auf drei Weisen geschehen kann. In Abhängigkeit von der gewählten Methode werden die Auswirkungen auf Wachstum und Dynamik der betreffenden Volkswirtschaft jedoch völlig unterschiedlich sein. Die drei Methoden wurden bereits erwähnt, es sind Umverteilung, Reziprozität und Tausch.

Zunächst möchte ich auf die Distribution in Form von *Umverteilung* eingehen. Hierbei werden die produzierten Güter durch eine zentrale Einrichtung der Gemeinschaft umverteilt, normalerweise durch den Staat. Alle produzierten Güter gehen zunächst an den Staat, wo Politiker und öffentliche Angestellte dann darüber befinden, wer was erhält – ein wenig wie im Sozialismus oder im Sozialversicherungssystem. Die Dynamik, die einer umverteilenden Wirtschaftsform innewohnt, entstammt nicht dem Wirtschaftsprozess, sondern dem politischen Raum.

Die gesamte Produktion kann auch durch *Reziprozität* verteilt werden, also entsprechend den Normen, durch die sich Mitglieder der Familie oder der Gemeinschaft dazu verpflichtet fühlen, die produzierten Güter miteinander zu teilen. Umverteilung und Reziprozität haben beide die Reproduktion der Gemeinschaft oder des Haushalts zum Hauptziel. Sollte in Systemen, die nach diesen Prinzipien vorgehen, doch Wachstum entstehen, so stammt es in aller Regel schlicht aus übrig gebliebenen oder nicht verteilten Ressourcen und geschieht in Form einer langsamen Evolution.

Werden die produzierten Güter schließlich durch *Tausch* verteilt, also auf einem Markt, so hat das eine völlig andere Dynamik. Was in einem solchen Wirtschaftssystem hergestellt wird, dient nicht dem Konsum oder der Reproduktion, sondern dem Gewinn. Dieser wird üblicherweise reinvestiert (Marx, Weber) – und es ist das konstante Reinvestieren und Streben nach höherem Gewinn, das das Marktsystem oder den Kapitalismus so dynamisch macht und das Wachstumspotenzial massiv erhöht.

Obwohl dieses von Polanyi inspirierte Modell zeigt, weshalb eine markt-basierte Wirtschaftsform dynamisches Wachstum zur Folge hat, bleibt es zu einer ganzen Reihe äußerst wichtiger Fragen stumm. So sagt es nichts zur Rolle der Kultur oder der Rolle des Staates im Wirtschaftsprozess. Ebenso schweigt es zu den Wechselwirkungen zwischen marktinduziertem Wachstum und der Gesellschaft insgesamt, einschließlich der Art, in der die Schichtung oder die Ausbeutung bestimmter gesellschaftlicher Gruppen, wie etwa ethnischer Minderheiten oder Frauen, durch Wachstum beeinflusst werden.

Kurz gesagt gibt es noch einiges zu tun, bis wir eine vollständige soziologische Theorie des Marktes haben werden. Um hier erfolgreich zu sein, ist es auch wichtig, dass die internationale Gemeinschaft der Sozialwissenschaftler um-

fangreiche intellektuelle und wirtschaftliche Ressourcen für diese Forschungsrichtung bereitstellt. Dies ist ein weiterer Grund, weshalb die Förderung der Wirtschaftssoziologie in Deutschland etwa durch die Max-Planck-Gesellschaft besondere Anerkennung verdient. Der Markt wird bestehen bleiben – besser also, wir verstehen ihn.