

Markt als Kommunikation

Autor(en): **Nef, Robert**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur**

Band (Jahr): **76 (1996)**

Heft 12-1

PDF erstellt am: **18.04.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

EDITORIAL

Robert Nef
Markt als Kommunikation 1

ZU GAST

David de Pury
Wirtschaftliche Strategien für die Schweiz 3

DORON-PREIS

Sigmund Widmer: Laudatio 5
Konrad Hummler: Dank 7

TITELBILD

Musée de la neige 8

POSITIONEN

Ulrich Pfister
Wahlen 95 – eine Irritation im Zentrum 9
Willy Linder
Ist der Lohnfranken auch ein Konsumfranken? . 10
Christina Vogel
Ein «Paul Valéry»-Zentrum in Bukarest 11

IM BLICKFELD

Khalid Durán
Ende des Blutvergiessens? 13

DOSSIER

**Wirtschaftswachstum – Impulse
und Hemmnisse**

Gary S. Becker
Humankapital und Wirtschaftswachstum 17
Jörg Baumberger
Ein Interventionismus mit weniger Illusionen?
Reflexionen zu Joseph E. Stiglitz 22
Konrad Hummler
Herausforderungen der technologischen
Revolution 29
Carsten-Georg Kuchler
«Wettbewerbsfähigkeit» von Standorten 32

PERSPEKTIVEN

Urs W. Schöttli
Abschied vom Eurozentrismus 37
Rüdiger Görner
Merlin oder das Flimmern in der Kultur
Überlegungen zur Idee der Vermittlung
am Ende des 20. Jahrhunderts 42

KULTUR

Elsbeth Pulver
«Ein weites Feld» – Fontane und die
deutsche Gegenwart. Literaturkritik 1995,
oder: der Fall Günter Grass 49
Margrit Verena Zinggeler
Der Arzt als Schriftsteller – die Schrift-
stellerin als Patientin 53
Anton Krättli
Auf der Spur zu poetischer Existenz
Paul Nizon: «Die Innenseite des Mantels» 57
José Manuel López de Abiada
Aus Liebe sterben – zu Márquez' Roman
«Von der Liebe und anderen Dämonen» 60
Michael Wirth
Den Teufelskreis durchbrochen
Yvette Z'Graggens Roman «Matthias Berg» 64
«Von der Lust, Film wieder zu erleben» 65

SACHBUCH

Peter Stadler
Schweizer im Banne der Sowjetunion 67
Daniel Brühlmeier
Klassiker der Nationalökonomie 71
Robert Nef
Liberalismus – unverpackt. Antony de Jasay 73

GEDICHTE 52, 65

AGENDA 66

SPLITTER 4, 15, 31, 59, 66

IMPRESSUM 76

AUTORINNEN UND AUTOREN 76

Markt als Kommunikation

Es gibt kaum etwas Mühsameres, als jemandem, dem das entsprechende Sensorium fehlt, beizubringen, was sich auf Märkten abspielt und was sie zu leisten imstande sind. Offenbar erreicht die sprachliche Kommunikation dort gewisse Grenzen, wo es darum geht, die offene Kommunikation als solche zu erklären. Am deutlichsten werden diese Schwierigkeiten dort, wo das komplexe Phänomen des Marktes gegenüber andern, ebenfalls komplexen Phänomenen, wie etwa dem Staat, begrifflich und inhaltlich abzugrenzen ist. Ist der Markt eine «Veranstaltung des Staates», welche auf eine grosse Zahl von rechtlichen, politischen, technischen und sozialen Voraussetzungen zwingend angewiesen ist, oder ist er ein Urphänomen, das sich als «Lernprozess ohne Lehrer» seine reale Existenz laufend aus sich selbst heraus schafft? Betrifft der Markt ganz allgemein alle Bereiche, in denen Menschen kommunizieren, oder muss die Bezeichnung auf den materiellen Bereich beschränkt bleiben? Gary Becker hat sich für einen weiten Begriff des ökonomischen Verhaltens entschieden, und er setzt sich damit – wohl zu Unrecht – dem Vorwurf aus, das rein Wirtschaftliche zu verabsolutieren. Eines seiner zentralen Anliegen ist gerade die Einbettung ökonomischer Überlegungen in den Gesamtbereich der Information und Kommunikation. Die Ökonomie kann als Sozialwissenschaft die Wirklichkeit ohne Einbezug der Informations- und Kommunikationstheorie nicht adäquat erfassen, und gerade die Nicht-Ökonomen sollten es begrüßen, wenn der Ausbruch aus dem engeren Gehäuse einer Disziplin oder eines Fachjargons gewagt wird.

Ebenso kontrovers wie der Begriff des Marktes ist der Begriff des Wettbewerbs. Konkurrieren im Wettbewerb Personen bzw. Personengruppen, oder gibt es auch eine abstrakte, ideelle Konkurrenz von Systemen, d.h. von bestimmten Konfigurationen von Personen, Gebieten und Objekten? Messen sich im Wettbewerb in erster Linie Aktivitäten bzw. Interventionen, oder gibt es – beispielsweise – auch einen faktischen, nicht veranstalteten «Wettbewerb im Unterlassen von Interventionen»? Wie immer man dieses Nebeneinander, Gegeneinander, Miteinander und Durcheinander bezeichnen will: Das stets offene Experiment unter Menschen und Personengruppen hat sich gegenüber den gefährlichen Illusionen der Machbarkeit, der politischen Steuerung, Zentralisierung und Vereinheitlichung als resistent erwiesen – nicht immer, aber doch sehr häufig mit insgesamt positivem Resultat.

ROBERT NEF