I n **"Streifzüge - Magazinierte Transformationslust"**, einer Publikation des Vereins für gesellschaftliche Transformationskunde in Wien / A, ist ein interessanter Artikel vom 26.12.2012 zum Thema „Der Todestrieb der Konkurrenz“ nachzulesen.

Der Autor **Franz Schandl**, geb. 1960 in Eberweis / Niederösterreich. Studium der Geschichte und Politikwissenschaft in Wien. Lebt dortselbst als Historiker und Publizist und verdient seine Brötchen als Journalist wider Willen. Mitglied der Redaktion der Streifzüge. Diverse Veröffentlichungen, gem. mit Gerhard Schattauer Verfasser der Studie "Die Grünen in Österreich. Entwicklung und Konsolidierung einer politischen Kraft", Wien 1996.

Der Todestrieb der Konkurrenz

von Franz Schandl

Gegen die Konkurrenten, da müsse man schon sein, gegen die Konkurrenz zu sein, das hingegen sei völlig aussichtslos. Die folgenden Zeilen verstehen sich als ein kontrafaktisches Plädoyer, es doch andersrum zu probieren.

Dass es sie immer gegeben hat und wir gar nicht anders können, ist wohl eines der weitest verbreiteten Vorurteile. Doch wenn wir im Index der gesammelten Schriften von Kant oder Hegel nach den Schlagworten „Konkurrenz“ und „Wettbewerb“ suchen, werden wir enttäuscht. Warum? Ganz einfach: Diese Termini spielten zu ihrer Zeit kaum eine Rolle. Die Kategorie der Konkurrenz ist aufgestiegen mit der großen Industrie einerseits und der Arbeiterklasse andererseits. Erst da wurde sie unübersehbar wie aufdringlich zu einem gesellschaftlichen Faktor von Rang. Mit Marx gilt es festzuhalten, dass die Konkurrenz „die Aktion der Kapitalien aufeinander ist, also schon die Entwicklung des Kapitals überhaupt voraussetzt“. (MEW 43:307)

Es ist nämlich keineswegs so, dass aus einem Nicht-Ich automatisch ein Gegen-Dich folgt. Dazu bedarf es spezifischer Treibsätze, die das nahelegen und die vor allem auch Anreize suggerieren. Denn wenn das Gegen-Dich Vorteile bietet und das Nicht-Gegen-Dich Nachteile birgt, wird das Ich sich für ein Gegen-Dich entscheiden. Was bleibt dem Subjekt denn sonst übrig, will es sich nicht dysfunktional verhalten und a priori auf der Verliererstraße landen? Indes ist entsprechendes Verhalten keine Garantie für einen etwaigen Erfolg, sondern bloß eine Bedingung.

Konkurrenz ist ein relativ junges Phänomen. Sie sollte auch nicht mit Rivalität, gar mit Feindschaft, Neid oder Gier übersetzt werden. Die Konkurrenz ist ein Kind des Kapitals, nicht umgekehrt, erst im 19. Jahrhundert setzte sie sich als Zentralbegriff in der herrschenden Sprache fest, als signifikante Chiffre taugt sie deshalb auch nur für diese Epoche, ist keine wie immer geartete universelle Kategorie des Daseins. Das mit der Ewigkeit ist also noch gar nicht so lange her. Einmal mehr wird die „natürliche“ Eigenschaft des Kapitals zur Natur der Menschen aufgeblasen. Es ist stets das gleiche Spiel. So wie es ist, muss es gewesen sein, denn sonst wäre es nicht so und in alle Ewigkeit sowieso.

„Die freie Konkurrenz ist die Beziehung des Kapitals auf sich selbst als ein andres Kapital, d.h. das reelle Verhalten des Kapitals als Kapital. Die innern Gesetze des Kapitals – die nur als Tendenzen in den historischen Vorstufen seiner Entwicklung erscheinen – werden erst als Gesetze gesetzt; die auf das Kapital gegründete Produktion setzt sich nur in ihren adäquaten Formen, sofern und soweit sich die freie Konkurrenz entwickelt, denn sie ist die freie Entwicklung der auf das Kapital gegründeten Produktionsweise; die freie Entwicklung seiner Bedingungen und seines als diese Bedingungen beständig reproduzierenden Prozesses. Nicht die Individuen sind frei gesetzt in der freien Konkurrenz; sondern das Kapital ist frei gesetzt. Solange die auf dem Kapital ruhnde Produktion die notwendige, daher die angemessenste Form für die Entwicklung der gesellschaftlichen Produktivkraft, erscheint das Bewegen der Individuen innerhalb der reinen Bedingungen des Kapitals als ihre Freiheit; die aber dann auch dogmatisch als solche versichert wird durch beständige Reflexion auf die von der freien Konkurrenz niedergerissnen Schranken. Die freie Konkurrenz ist die reelle Entwicklung des Kapitals. Durch sie wird als äußerliche Notwendigkeit für das einzelne Kapital gesetzt, was der Natur des Kapitals entspricht, [der] auf das Kapital gegründeten Produktionsweise, was dem Begriff des Kapitals entspricht. Der wechselseitige Zwang, den in ihr die Kapitalien aufeinander, auf die Arbeit etc. ausüben (die Konkurrenz der Arbeiter unter sich ist nur eine andre Form der Konkurrenz der Kapitalien), ist die freie, zugleich reale Entwicklung des Reichtums als Kapital. So sehr ist dies der Fall, dass die tiefsten ökonomischen Denker, wie Ricardo z.B., die absolute Herrschaft der freien Konkurrenz voraussetzen, um die adäquaten Gesetze des Kapitals – die zugleich als die es beherrschenden vitalen Tendenzen erscheinen – studieren und formulieren zu können. Die freie Konkurrenz ist aber die adäquate Form des produktiven Prozesses des Kapitals. Je weiter sie entwickelt ist, um so reiner treten die Formen seiner Bewegung hervor.“ (MEW 42:550)

► Fleiß und Eifer

Gegen die eherne Konkurrenz, wie sie etwa auch von Proudhon vertreten wurde, argumentierte Karl Marx in „Das Elend der Philosophie“ (1847) wie folgt: „Die Konkurrenz ist der Wetteifer im Hinblick auf den Profit. (…) Die Konkurrenz ist nicht der industrielle Wetteifer, sondern der kommerzielle. (…) Wenn man sich einbildet, dass es nur Verordnungen bedarf, um aus der Konkurrenz herauszukommen, wird man niemals von ihr befreit werden. Und wenn man die Dinge so weit treibt, die Abschaffung der Konkurrenz unter Beibehaltung des Lohnes vorzuschlagen, so schlägt man vor, einen Unsinn zu verordnen.“ (MEW 4:159) „Productively“ ist nicht gleich „profitably“, wie Marx in seiner Kritik an Ricardo anmerkte. (MEW 26.3:117)

Es macht schon einen Unterschied, ob Konkurrenz ein gesellschaftliches Formprinzip darstellt, oder ob Vergleiche selektive Aspekte des Daseins beurteilen. Auch das mag nicht ganz unproblematisch sein, hier aber ist uns die angeführte Differenzierung doch sehr wichtig. Konkurrenz meint nicht den Vergleich schlechthin, sondern trägt dem Kriterium der Verwertbarkeit Rechnung. Verglichen werden monetäre Ergebnisse, nicht die an sie verausgabten Energien. Leistung ist sowieso ein Fetisch, der nur die aktuelle Allokation von Reichtum und Möglichkeiten legitimieren soll. Es geht nicht darum, den Fleiß zu messen, sondern einen entsprechenden Preis zu erzielen. Der Fleiß ist als eine mögliche Form anzuerkennen, aber als der strikte, d.h. der unbezogene und unbedingte Inhalt abzulehnen. Der Fleiß kann also keine Tugend an sich sein, sondern ist stets an dem zu prüfen, woran er sich äußert. Heute gilt es mehr denn je auch das ganze destruktive Potenzial unbedachten Fleißes zu problematisieren. Nicht die Müßigen ruinieren die Welt.

Der gängige Vergleich ist somit nicht bloß eine profane Bestimmung, sondern folgt explizit einem kommerziellen Code, der sich ebenso in den Subjekten ausdrückt, weil deren Fühler so eingestellt sind. Flink wie wir sind, reden wir über die Chancen am Markt, über das Volumen des Geschäfts, die besten Angebote und die einträglichsten Jobs, so als sei dies alles das Selbstverständlichste auf der Welt. Die Konkurrenz ist inzwischen in alle Felder, ja fast alle Situationen des Lebens eingedrungen. Sie ist tautologischer Selbstzweck geworden, sie ertüchtigt uns nicht als Menschen, sondern sie ertüchtigt uns für die Konkurrenz.

► Konkurrenz und Wert

Gemeinhin gilt das konkurrenzistische Spiel des Handels als den Preis erzeugend. „In der Wirklichkeit aber ist diese Sphäre die Sphäre der Konkurrenz, die, jeden einzelnen Fall betrachtet, vom Zufall beherrscht ist; wo also das innere Gesetz, das in diesen Zufällen sich durchsetzt und sie reguliert, nur sichtbar wird, sobald diese Zufälle in großen Massen zusammengefasst werden, wo es also den einzelnen Agenten der Produktion selbst unsichtbar und unverständlich bleibt.“ (MEW 25:836)

Gerade durch die beständige Fluktuation erscheint aber die Konkurrenz und nicht der Wert als die Substanz des Preises, schaut es tatsächlich so aus, als determinierten Angebot und Nachfrage den Preis und somit auch den Wert. In der jeweiligen Konkurrenzsituation ist es den Konkurrenten ja durchaus möglich, den Wert im Kampf der Preise um eine Abweichung zu hintergehen. Darin unterscheiden sich, zumindest in der ersten Reflexion, Ziel und Resultat. „Was aber die Konkurrenz nicht zeigt, das ist die Wertbestimmung, die die Bewegung der Produktion beherrscht; das sind die Werte, die hinter den Produktionspreisen stehn und sie in letzter Instanz bestimmen.“ (MEW 25:219)

Die Konkurrenz in Form von Angebot und Nachfrage schafft nicht den Wert, sondern lässt den Preis um den Wert kreisen. Der Preis wird durch den Wert bestimmt, aber durch die Schwankungen der Konkurrenz austariert. Vermittelt durch die Konkurrenz realisiert sich der Wert der Ware am Markt in Form des Preises. Die Substanz des Preises ist der Wert des Produkts, mag seine aktuelle Erscheinung nun davon abweichen oder nicht, letztlich ist sie an ihn gebunden, zumindest so lange wir nicht vom fiktiven Kapital sprechen.

► Inklusion-Exklusion-Proportion

Konkurrenz fungiert auf drei Ebenen: Verkäufer gegen Verkäufer, Käufer gegen Käufer und Verkäufer gegen Käufer. (Vgl. MEW 6:402) Diese Kämpfe am Markt redigieren den Wert zum Preis. Geht es in den beiden ersten Auseinandersetzungen um Realisierung oder Nichtrealisierung des Werts, also um Inklusion und Exklusion, so geht es im dritten Kampf um die Proportion, prototypisch dargelegt im Verhältnis von Lohnarbeit und Kapital beim Verkauf der Ware Arbeitskraft. Konkurrenz dreht sich hier um das Verhältnis von variablem Kapital zum Mehrwert (v:m), also um die Mehrwertrate.

Der Ort der Konkurrenz ist der Markt. Konkurrenz entfaltet sich in der Sphäre der Zirkulation, dort, wo Preise verhandelt und vereinbart werden. Während auf materieller Ebene, bei der Herstellung von Gütern, die Kooperation unabdingbar ist, ist auf der Ebene des Geschäfts die Konkurrenz das Alpha und Omega. In Produktion und Distribution kann man nicht gegeneinander arbeiten, sondern bloß miteinander. Gegeneinander auftreten muss man allerdings auf dem Markt, wo es darum geht, andere beim Verkauf oder beim Sich-Verkaufen zu schlagen. Das legt schon der kapitalistische Selbsterhaltungstrieb nahe. Ich kann nur verkaufen, was ein anderer nicht verkaufen kann. Das freie Subjekt kann nicht dagegen sein, denn es ist die Personifikation der Konkurrenz. Wir bewegen uns in ihr, als sei es gar nicht anders möglich. Vorbehalte behindern da nur die geforderte Rücksichtslosigkeit.

Zentral am Markt ist die Entscheidung über Inklusion und Exklusion. Kauft A eine Ware bei B, dann hat der diese

ebenfalls anbietende C das Nachsehen. Kann C zu wenig oder gar nicht verkaufen, ist er konkurrenzunfähig und wird bankrottieren. Kauft das Produkt, die Dienstleistung oder die Arbeitskraft von A ebenfalls niemand, dann ergeht es ihm wie C. Konkurrenz bedeutet andere ausschalten zu müssen, um nicht ausgeschaltet zu werden. Sie ist ein Prozess einer konsequenten Auslese. Konkurrenz gleicht einem Eliminierungs- und Entwertungsverfahren, wo bestimmte Anstrengungen kommerziell erfüllt oder obsolet werden.

Konkurrenz heißt Verdrängung. Sie ist stets gegen andere gerichtet. Was man will, also verkaufen und verwerten, das soll den anderen partout nicht glücken. Konkurrenz ist auf Ausschluss bedacht. Konkurrenz ist das bürgerliche Dasein gegen das Andere. Wenn Kooperation das füreinandrige Dasein ist, dann muss Konkurrenz als das gegeneinandrige Dasein gelten. Konkurrenz, nicht Kooperation ist das konstitutionelle Merkmal des bürgerlichen Menschen.

Es ist schon von Interesse, dass in der Wirtschaft eingefordert wird, was in anderen Bereichen als verpönt gilt: die Verdrängung. Die Welt von Markt und Kapital ist ein Verdrängungswettbewerb, wie sie stolz und zurecht von sich behauptet. Diese Verdrängungsleistung, die den Menschen täglich abverlangt wird, kann nicht ohne Spuren auf ihre Psyche bleiben. Kommerziell geprägtes Durchsetzungsvermögen meint Verdrängungsvermögen. Und zwar in allen Bereichen. Unsere Hypothese ist nun die, dass dieser Zusammenhang fundamental wie fatal ist. Konkurrenz ist nur machbar, wenn lästige Gefühle und Erinnerungen, Sinnlichkeiten und Sympathien ausgeschaltet werden, damit wir uns ganz auf den Prozess der Verwertung konzentrieren können. Verdrängung ist nur möglich, wenn wir bereits vorher verdrängt, wir also das Humane zugunsten des Kommerziellen aufgegeben haben. Der Konkurrent ist eine schwer pathologische Figur.

► Invisible Hand

Präzisieren wir weiter: Konkurrenz ist das unpersönliche und unsichtbare Dasein gegen das Andere. Wir sind dabei ganz sachlich und niemandes Feind. So auf den ersten Blick ist das auch nicht falsch und die Zeiten der festen Absatzmärkte, der treuen Kunden und der fixen Kollektivverträge legten das auch nahe. Doch diese „heile Welt“ ist nicht nur porös geworden, sie ist in Auflösung geraten. Die Globalisierung etwa könnte man durchaus deuten als die Universalisierung der Konkurrenz, wobei die nicht nur als räumliche Ausdehnung begriffen wird, sondern als Einnistung in allen Parzellen und Poren des Lebens. Konkurrenz tritt heute viel ungeschminkter und ungestümer auf als in der Epoche des keynesianischen Sozialstaats, der sich historisch immer mehr als eine Palliativstation entpuppt, d.h. als ein behüteter und umsorgter Vorraum des Todes, der dezidiert nicht als Vorgriff auf das gute Leben missverstanden werden sollte. Konkurrenz ist jedenfalls nicht mehr bloß eine Größe, die mittelbar trifft, sondern eine, die uns unmittelbar in allen Lebenslagen herausfordern will. Der Kampf gegen die geschützten Bereiche bestimmt nicht wenige Frontabschnitte.

Verwertung ist ohne Entwertung, Verwirklichung ohne Nichtung nicht zu haben. Kommerziell kann das gar nicht anders gehen. Die Konkurrenz ist ein Kampf, in dem es um Sieg und Niederlage geht, sie baut auf Entscheidung, nicht auf Ergänzung. Das schließt zeitweilige Bündnisse nicht aus. Die gehören dazu. Konkurrenten haben flexibel zu sein. Dort, wo Gegnerschaft Pflicht ist, liegt die Feindschaft nahe. Auf der psychopathologischen Ebene wird sich daher Feindseligkeit und Missgunst entwickeln. Nicht Empathie tritt auf, sondern Antipathie entfaltet sich. Konkurrenten empfinden sich als gegenseitige Bedrohung. Zu Recht. In diesem Spiel steht viel auf dem Spiel. Es ist kein sportlicher Wettbewerb, es ist blanker Ernst, determinieren doch Erfolg und Misserfolg die Existenzbedingungen und Möglichkeiten der jeweiligen Konkurrenten.

Auf die Konkurrenz fixiert zu sein, aber daran zu scheitern, das zeichnet viele Wohlstandsverlierer aus. Dieser Umstand bildet den Grundstock, andere Exklusionsbedingungen zu definieren und zu wünschen als die Gesetze des Marktes. Die automatischen Subjekte sind keine Maschinen. Das Subjekt betätigt und befürwortet das Spiel von Inklusion und Exklusion, will zwar ausschließen, aber selbst nicht ausgeschlossen werden. Es befürwortet etwas, wogegen es selbst geschützt werden will. Schützt mich, liefert die anderen aus! Verlierer tendieren nicht dazu, das Spiel zu durchbrechen, sondern fordern autoritätsfixiert Substitute: starker Staat, Verfolgung von Sündenböcken, Fremdenfeindlichkeit, antisemitisches Ressentiment. Der moderne Rassismus ist ein Kind der Konkurrenz.

Absurd ist jedoch nicht, dass Menschen emotional auf die Rationalität der Konkurrenz reagieren, absurd ist lediglich, wie sie reagieren. Ihre Gefühle verunglücken nicht aufgrund ihrer persönlichen Unfähigkeit, sondern weil sie als Konkurrenzsubjekte (eben nicht als Gegner der Konkurrenz) auf die Zumutungen der Konkurrenz reagieren. Denn so haben sie zu denken und zu fühlen gelernt. Es äußert sich, was ihnen geläufig ist.

Darin liegt ja auch die Krux aller Gesellschaftskritik, dass sie einerseits zwar zu Recht auf die Notwendigkeit einer elementaren Bewusstseinsverrückung verweist, andererseits aber nicht angeben kann, wie diese Enormität zu bewerkstelligen ist. So wird sie immer wieder enttäuscht. Die Gefangenheit in der Form ist ein großes Problem, ein noch größeres ist freilich die Befangenheit in ebenjener. Da das Gefängnis nicht als solches wahrgenommen wird, sind die Insassen auch unfähig sich vorzustellen, dass es auch ohne gehen könnte. Sie sind schon zufrieden, wenn sie gelegentlich Freigang haben…

► Modus als Trieb

„Die Unterwerfung der Menschheit unter die Wirtschaft hat ihr nur die Freiheit zur Feindschaft gelassen“, urteilte Karl

Kraus zu Beginn des Ersten Weltkriegs. (Die Fackel, 404, Dezember 1914, S. 8) Die freie Konkurrenz „ist eben nur die freie Entwicklung auf einer bornierten Grundlage – der Grundlage der Herrschaft des Kapitals. Diese Art individueller Freiheit ist daher zugleich die völligste Aufhebung aller individuellen Freiheit und die völlige Unterjochung der Individualität unter gesellschaftliche Bedingungen, die die Form von sachlichen Mächten, ja von übermächtigen Sachen – von den sich beziehenden Individuen selbst unabhängigen Sachen – annehmen.“ (MEW 42:551)

Die Konkurrenz ist der Stachel der Verwertung. Sie ist Trieb, der keiner ist, aber allen intus ist. Existenzielle Motivation gestaltet sich als Todestrieb. Verfolgung von Interessen zielt auf Vernichtung. Alle laufen letztlich um ihr Leben. Konkurrenz ist nicht bloß äußerer Zwang, sondern innerer Modus der Subjekte. Die Konkurrenz überzieht uns als Charaktermasken mit einer zweiten Haut, einem Panzer zum Überleben. Sensibilität gegenüber seinesgleichen ist da nicht gefragt. Der marktwirtschaftliche Typus wird seriell hergestellt. Wir sind Machwerke des Marktes. Wobei die Produkte unterschiedlicher Qualität sind und gar nicht wenige gar nicht solche sein wollen. Helfen tut ihnen das wenig.

Mit der Konkurrenz herrscht der asoziale Imperativ. Die bürgerlichen Subjekte sind Triebtäter, die gar nicht anders können. Da wir so handeln, denken wir so und schließlich ist auch das Fühlen ganz bei der Sache. Wir sind, was wir tun, und wir spüren uns als solche. Selbst wenn es uns gelingt, uns in der Reflexion und Emotion ideell über diese Konstitution hinwegzusetzen – und dazu sind wir zweifellos fähig –, erleiden wir dann doch immer wieder Schiffbruch und knicken ein vor der scheinbaren Allmacht faktischer Verhältnisse.

Das kapitalistische System synthetisiert Exponate, die jenem zu dienen haben. Sie können in keiner Hinsicht frei sein, außer sie begreifen ihre Freiheit als konsequente Erfüllung und Umsetzung der Vorgaben. Als Synthese wird die reaktive Formierung eines unbestimmten Resultats verstanden. Dieses ist Folge, nicht Absicht, es ergibt sich zwangsläufig aus den Handlungen. Synthese benennt aber nichts Zufälliges, sondern etwas Fälliges. Eben weil sich jene quasi organisch in uns vollzieht, wird sie als Trieb missverstanden.

► Nichts miteinander zu tun?

Entscheidungen am Markt gestalten sich keineswegs konfliktfrei. Der ausgerufene Frieden trügt. Intuitiv registrieren die Marktteilnehmer ihre Chancen und versuchen sie zu realisieren. Es regiert das Kalkül, nicht das Vertrauen, die Versorgung ist stets der Verwertung untergeordnet. Nicht zufällig setzte Max Weber, der Konkurrenz als friedlichen Kampf definierte, „friedlich“ unter Anführungszeichen. (Wirtschaft und Gesellschaft (1920), Neu Isenburg 2005, S. 27)

Der Konkurrenz zu entsprechen setzt eine Kapitulation voraus, die ihre Unterwürfigkeit gar nicht wahrnimmt. Was da scheinbar friedlich daherkommt ist nichts anderes als konzentrierter Zwang des Marktes. Diesen als gewaltfrei zu interpretieren, das bedarf schon einer gewissen Chuzpe. Es wirkt ziemlich schräg, wenn Niklas Luhmann schreibt: „Konkurrenz ist also kein Konflikt, auch kein limitierter und regulierter Konflikt, denn die Beteiligten haben überhaupt nichts miteinander zu tun.“ (Die Wirtschaft der Gesellschaft, Frankfurt am Main 1988, S. 102)

Gewalt ist der Konkurrenz eingeschrieben, nicht überwunden, sondern bloß eingefroren. Konkurrenz, das ist nur scheinbar kalmierter Krieg, der aber im Ernstfall sofort wieder in gewalttätige Konfrontationen kippen kann. Konkurrenz ist nur „friedlich“, wenn sie es sich leisten kann. Das Eis ist dünn, auf dem wir uns bewegen, und es scheint dünner zu werden. Außerdem ist Eis nur in einem anderen Aggregatzustand als das, was unter ihm ist.

Luhmanns „überhaupt nichts miteinander zu tun“ ist zwar unpersönlich, aber folgenschwer. „Damit ist eine hohe, praktisch unkontrollierbare Eigendynamik freigesetzt“, sagt auch er (S. 103). Sie tun sich etwas an, obwohl sie nichts anderes tun, als ihre Interessen zu verfolgen. Den Konkurrenten erscheinen ihre äußeren Effekte vorrangig als Kollateralschäden. Ergebnisse, obwohl Folgen, haben mit den Handlungen der Vielen oder gar der Einzelnen aber auch gar nichts zu tun. Was anderen geschieht, das wollten sie nicht, selbst wenn sie alles dafür getan haben. Man will nichts Böses, und dauernd passiert es doch. „Man rechnet zwar mit dem Konkurrenten, hat aber wenig Anlass, sich ihm zuzuwenden und mit ihm zu kommunizieren.“ (S. 102) Tatsächlich, in der Konkurrenz kommunizieren Handlungen und nicht Menschen.

Doch das ist nur ein Teil der Wahrheit. Nicht selten wird gerade in der Konkurrenz das Unpersönliche persönlich, das Unsichtbare sichtbar. Gerade die Furcht vor der Abstraktheit des Geschehens verführt zu diversen Bezichtigungen. Man glaubt zu wissen, gegen wen es geht. So kann das anonyme Treiben durchaus umschlagen in eine gezielte Strategie der Vernichtung. Diese ergibt sich dann nicht nur, sondern wird gewollt und angestrebt.

Luhmanns Bild ist ein unvollständiges. Es ist mit dem Weichzeichner der unsichtbaren Hand gemalt, von Affekten findet sich da keine Spur. Indes, so funktioniert die Konkurrenz nur partiell, leibhaftig ist sie doch emotionalisierter als zugegeben wird. Rationalität und Interesse sind Aspekte der Konkurrenz, keineswegs ausschließliche Bestimmungsstücke. Ebenso dazu gehören Protektion und Korruption, Raub und Bestechung, Mord und Erpressung. Der Markt ist kein Fair Play, die Geschichte des Kapitals ist voll mit Kapitalverbrechen, und die ursprüngliche Akkumulation, die Aneignung via Gewalt, hat nie aufgehört. Die beschworene Sachlichkeit des Marktes ist so nur ihre Oberfläche, ihr Untergrund besteht heute wie ehedem aus Gewalt.

In der Konkurrenz sind Persönliches und Unpersönliches durch Ambivalenzen verbunden. Aversion gegenüber

Konkurrenten ist keine Fehlschaltung der Subjekte, nur eine Umschaltung. Konkurrenz pendelt zwischen Feindschaft und Indifferenz, nur die Freundschaft hat in ihr keinen Platz. Ins Ressentiment kippt diese Schaltung durch die Fixierung auf einen Schuldigen, kurzum auf einen Sündenbock. Rationalität und Irrationalismus laufen synchron, sind alles andere als säuberlich zu trennen.

► Geil sein!

In der Konkurrenz geht es darum, mit allen Mitteln zu versuchen, seine Ware feilzubieten. Sich oder sie anzupreisen ist natürlich etwas anderes als eine simple Beschreibung von Eigenschaften. Es dominiert die Herstellung des Scheins. Konkurrenz erweckt alle Geschäftstriebe, es entsteht eine eigene Welt, die Produkte selbst sind nur noch Körper diverser Insignien. Es wird zunehmend sakral. Das Okkulte kreist um Preis und Reklame, Marke und Design, Appeal und Sex. Die Botschaften haben ein gewisses Format zu haben oder man könnte es auch luftiger formulieren: ein bestimmtes Flair.

Waren müssen sich aufmotzen, und da sie das nicht selber können, sind die Warenhüter angehalten jene herzurichten, auf dass sie, jene wie diese, eben keine Ladenhüter werden. Anmache ist unumgänglich. Diesem Gebot folgen die Charaktermasken quasi automatisch, so als sei es natürlich. Defizite sollen durch Training und Kurse wettgemacht werden. Coaching ist groß im Kommen. Jede Bewerbung eine Werbung. Ich reklamiere mich in dieser Situation selbst, ich erwecke Eindrücke und Assoziationen, die zum Kauf reizen sollen. Eins versetzt sich in Erscheinung, um geschäftstüchtig auftreten zu können. Ich bin, wie ihr mich wollen müsst, hier ist meine Ich-Marke. Konkurrieren geht immer mit Reklamieren einher.

Der Zwang soll nicht als Zwang, sondern als Vergnügen erscheinen, nicht als Leiden, sondern als Leidenschaft. Das Konkurrenzsubjekt hat in der Konkurrenz aufzugehen, sie nicht bloß als unmittelbare Notwendigkeit anzuerkennen, sondern als Lust zu begreifen. Leo Szemeliker, einst Wirtschaftsredakteur des Standard, nun Sprecher von Kanzler Werner Faymann, bringt es auf den Punkt: „Konkurrenz ist geil“, titelte er seine Glosse.„Innovation entsteht nur durch Konkurrenz.“ (Der Standard, 17./18. April 2004, S. 44) Kreativität ist also, damit auch wir es wissen, lediglich ein Ausfluss von Kapital und Kommerz.

Konkurrenz wirkt geradezu enthemmend. Wahrlich, sie entsichert, ihre Geilheit ist die des Vergewaltigers. Von solch seltsamer Lust wusste auch schon Karl Marx: „Das Kapital ist daher rücksichtslos gegen Gesundheit und Lebensdauer des Arbeiters, wo es nicht durch die Gesellschaft zur Rücksicht gezwungen wird. Der Klage über physische und geistige Verkümmerung, vorzeitigen Tod, Tortur der Überarbeit antwortet es: Sollte diese Qual uns quälen, da sie unsre Lust (den Profit) vermehrt? Im Großen und Ganzen hängt dies aber auch nicht vom guten oder bösen Willen des einzelnen Kapitalisten ab. Die freie Konkurrenz macht die immanenten Gesetze der kapitalistischen Produktion dem einzelnen Kapitalisten gegenüber als äußerliches Zwangsgesetz geltend.“ (MEW 23:285f.)

Diese Geilheit befriedigt nicht, aber sie macht süchtig. Sie lebt unentwegt im Komparativ, gleicht einem Trip, der auf Beschleunigung und Ausweitung, kurzum auf Wachstum aus ist. Koste es, was es wolle. Diesem irren Spiel ist auch durch keine Verteilungsgerechtigkeit beizukommen, wie Hartmut Rosa richtig schreibt, sondern es geht schlicht um das Abstellen: „Deshalb wäre es höchste Zeit für die Linke, den Motivationsstecker zu ziehen. Die Sieger sind gar keine Sieger. Es sind armselige, raffgierige, orientierungslose Süchtige, die ein unabschließbares Steigerungsspiel betreiben: Wachstum, Reichtum, Beschleunigung, Innovationsverdichtung. Dieses Spiel braucht gewaltige und immer größere kulturelle Antriebsenergie.“ (Hartmut Rosa, Idiotenspiel, Le Monde Diplomatique, 13.4.2012, S. 2)

► Überleben und Tod

Friedrich Engels sagt: „Jeder Konkurrierende muss wünschen, das Monopol zu haben, mag er Arbeiter, Kapitalist oder Grundbesitzer sein. Jede kleinere Gesamtheit von Konkurrenten muss wünschen, das Monopol für sich gegen alle andern zu haben. Die Konkurrenz beruht auf dem Interesse, und das Interesse erzeugt wieder das Monopol; kurz, die Konkurrenz geht in das Monopol über. Auf der andern Seite kann das Monopol den Strom der Konkurrenz nicht aufhalten, ja es erzeugt die Konkurrenz selbst, wie z.B. ein Einfuhrverbot oder hohe Zölle die Konkurrenz des Schmuggelns geradezu erzeugen. – Der Widerspruch der Konkurrenz ist ganz derselbe wie der des Privateigentums selbst. Es liegt im Interesse jedes einzelnen, alles zu besitzen, aber im Interesse der Gesamtheit, dass jeder gleich viel besitze. So ist also das allgemeine und individuelle Interesse diametral entgegengesetzt. Der Widerspruch der Konkurrenz ist: dass sich jeder das Monopol wünschen muss, während die Gesamtheit als solche durch das Monopol verlieren und es also entfernen muss.“ (MEW 1:513)

Die Konkurrenz ist ein Prinzip, das stets ihre eigenen Grundlagen zerstört, sie hat ein destruktives Verhältnis auch zu sich selbst, ist somit ihre eigene Negation. Die Nichtung der Kontrahenten ist unumgehbar. Resultat der Konkurrenz ist die Eliminierung der Konkurrenten. Das konkrete Tun negiert das abstrakte Bekenntnis. Die Konkurrenz schützt also die Konkurrenz nicht, sondern betreibt ihre Abschaffung. Sie führt zu Konzentration und Monopol. So muss die Konkurrenz permanent vom ideellen Gesamtinteressenten, dem Staat und seiner Gesetzgebung, dazu angehalten werden, doch Konkurrenz bestehen zu lassen.

„Wir müssen lernen, jemandem einen Todesstoß zu versetzen“, sagt Christine Bauer-Jelinek, ihres Zeichen Wirtschaftscoach und Gründerin eines „Instituts für Macht-Kompetenz“ im österreichischen Wirtschaftsblatt vom 23. Juli 2005. (Siehe ausführlicher: Franz Schandl, Ökonomie des Tötens, Streifzüge 35 (2005), S. 40) Konkurrenz will Konkurrenz in den Tod treiben. Leben definiert sich als Kampf, in dem es um Überleben und um Töten geht. Darin liegt Quintessenz und Botschaft. Konkurrenz will Vernichtung der Konkurrenz aufgrund der Konkurrenz. Die Konkurrenz beherbergt ihren eigenen Todestrieb. Ihre Lust ist die Mordlust, so beiläufig sie auch oft daherkommt.

Der junge Engels nannte die Konkurrenten eine „Horde reißender Tiere“ (MEW 1:505) und Robert Musil schrieb:„Im Kampf ums Leben gibt es keine denkerischen Sentimentalitäten, sondern nur den Wunsch, den Gegner auf dem kürzesten und tatsächlichsten Wege umzubringen, da ist jedermann Positivist; und ebenso wenig wäre es im Geschäft eine Tugend, sich etwas vormachen zu lassen, statt aufs Feste zu gehen, wobei der Gewinn letzten Endes eine psychologische und den Umständen entsprechende Überwältigung des anderen bedeutet.“ (Der Mann ohne Eigenschaften I, Reinbek bei Hamburg 1987, S. 303) – Das ist die Welt, in der wir leben. Wie du mir, so ich dir.

Auch der Aspekt der Opferung sei hier noch kurz angesprochen: „Das Konkurrenzprinzip könnte bei näherer Betrachtung zerlegt werden in das Sich-Opfern, um andere opfern zu können. Konkurrenz ist säkularisiertes Opfern. Was man anderen antun muss, muss man gleichzeitig sich antun, um jenes bewerkstelligen zu können. Um übrig zu bleiben, zu überleben im Konkurrenzkampf, ist es notwendig, ausreichend Energie für das Opfern zu verwenden.“ (Weiterreichende Ausführungen siehe: Franz Schandl, Fan und Führer, krisis 28 (2004), S. 58ff.) In diesem Realszenario geht es darum, sich und andere dem Leid zu überantworten. Andere leiden zu sehen, erzeugt nicht Mitleid, sondern erregt Leidenschaft. Es ist die Leidenschaft jemanden in Mitleidenschaft zu ziehen; Lust an der Destruktion.

In diesem Ausscheidungsprozess bleiben immer mehr auf der Strecke, ganze Länder drohen abgewickelt zu werden. Es gilt zu fragen: Was passiert mit den Nicht-Wettbewerbsfähigen? Man denke etwa an die vielen deklassierten Jugendlichen in Europa. Dass man aus ihrer Haut „wundervolle Damenhandschuhe und Sommerstiefel für elegante Herren“ macht, wie das Jonathan Swift (Betrachtungen über einen Besenstiel. Eine Auswahl zum 250. Todestag, Frankfurt am Main und Leipzig 1995, S. 162) entsprechend den Marktgesetzen einmal anregte, hat man zwar noch nicht vernommen, aber insgeheim wohl gedacht. Denn diese Leute sind überflüssig.

► Patent statt potent

Geheimhaltung und Patentierung sind Ausgeburt des Privateigentums (an Produktionsmitteln). Ohne Formdiktate der Konkurrenz würde alles zu Kooperation und Offenheit drängen, nicht zum Ausschluss. Konkurrenz zwingt Betriebe gegeneinander anzutreten, von der Forschung bis zur Werbung. Produktionsfortschritte bleiben geheim oder werden patentiert. Wer billiger produziert, kann teurer verkaufen, auch wenn er billiger verkauft. Errungenschaften werden deswegen nicht multipliziert, sondern dividiert. Konkurrenz muss auch als die große Vorenthaltung gelten, da jeder Konkurrent seinen Vorsprung nicht nur behalten, sondern ausbauen will. Wie groß wäre wohl die Kreativität, wären Kopie und Plagiat auf dieser Ebene Usus; dann könnte man aufeinander aufbauen.

Dem darf nie und nimmer so sein: Innovationen sind private Leistungen nicht kollektive Güter, sie wirken aktuell daher nicht erleichternd (wie in einer globalen Kooperation), sondern erschweren sofort die wirtschaftlichen Möglichkeiten der Konkurrenten. Und zwar aus dem banalen Grund, weil sie ihren Dienst oder ihr Produkt nicht so billig anbieten können. Und tun sie es trotzdem, erleiden sie Verluste, die sie auch erleiden, wenn sie es nicht tun. Konkurrenten müssen vor Konkurrenten dauernd auf der Hut sein. Motivation ist also keine sachbezügliche Größe, sondern folgt kommerziellen Geboten. Der Markt entscheidet dann, ob diverse Arbeiten belohnt werden oder ob sie obsolet gewesen sind. Damit die anderen nachkommen, müssen sie Energie und Ressourcen verbrauchen, um einen Stand zu erreichen, der gesellschaftlich schon erreicht ist, aber ob des Privateigentums nicht zur allgemeinen Verfügung gestellt wird. Alle sind allen immer hinterher, auch wenn sie vorneweg sind. Die Konkurrenz schläft nicht.

Kapitalistische Konkurrenz demonstriert einerseits betriebswirtschaftliche Sparsamkeit, bedeutet andererseits aber eine ungeheure Verschwendung menschlicher und natürlicher Kräfte. Die Reibungsverluste sind groß, betrachtet man sie von der stofflichen, nicht von der monetären Seite her. Sie fördern Intransparenz und Langsamkeit. Vom materiellen und immateriellen Ziel her betrachtet sind die tatsächlichen Aufwendungen als überproportional anzusehen, so rationell sie vom Verwertungsstandpunkt auch sein mögen. Festzuhalten bleibt, dass wir es hier mit extrem überkomplexen Mechanismen zu tun haben, die aufgrund diverser Kostenkalkulationen und Geschäftspraxen immens viel Mühe und Anstrengung verschlingen.

► Fazit

Die Frage der Konkurrenz ist nicht: Wie schaffen wir es, dass es uns und den anderen gut geht, sondern: wie bewerkstelligen wir unsere Bedrohungen? Dazu gehört auch die normative Einsicht, dass das Leben ein Kampf ist, dass es gilt, seinen Interessen nachzugehen, also sich in den Dienst der eigenen Charaktermaske zu stellen. Wem schnappen wir was weg? Und unmittelbar ist das auch gar nicht falsch, es entspricht rationalem Verhalten in einer irrationalen Form.

Was wir als einfach empfinden, erscheint nur deswegen einfach, weil wir einfach nichts anderes kennen als das böse

Spiel der Märkte. Das ist die Matrix, in der wir laufen, uns verlaufen und auch ablaufen. Es ist das Feld auf dem wir stehen und vergehen. Wenn es nach dem Kapital geht, soll uns nie mehr anderes bestimmt sein. Wir sind das Personal des Marktes, ihm haben wir bei Strafe des Untergangs zu gehorchen und zu dienen. Konkurrenz ist das, was uns diesbezüglich auf Trab hält und wohl zusehends in Galopp versetzt. Nichts anderes ist je möglich. Insofern sagt die Formel des Verlernens Richtiges aus. Es reicht nicht aus dagegen zu sein, wir müssen uns die Konkurrenz sukzessive abgewöhnen.

In der Konkurrenz stellen wir etwas vor, ohne es zu sein; in der Konkurrenz stellen wir etwas an, ohne es zu wollen; in der Konkurrenz möchten wir, dass uns gelingt, was anderen partout nicht glücken soll; in der Konkurrenz gestalten wir das Miteinander als ein Gegeneinander. Sätze wie „Wettbewerb ist das, was Europa braucht“ sind gemeingefährlich, denn Standortsicherung heißt Standortvernichtung. Je nach Standort.

Nun sage keins, all das sei nicht verrückt. Wenn die Konkurrenz tatsächlich das hervorbringen soll, was wir verdienen, dann gilt es ganz kategorisch dagegen zu halten: Niemand verdient das, was er oder sie verdient. Auch nicht mehr oder gar weniger. Wir verdienen anderes. Das Konkurrenzprinzip ist ein universalisierter Defekt. Ranking und Mobbing sind da nur die neuesten Schlager. Konkurrenz ist abzulehnen, auch in jeder modifizierten Form, sie ist schlicht und einfach zu ächten.

Quelle: zum Originalbeitrag in Streifzüge 56/2012 – bitte hier anklicken [4]

- [5] http://www.streifzuege.org/ [5]

Quell-URL: https://kritisches-netzwerk.de/forum/der-todestrieb-der-konkurrenz?page=0

Links
[1] https://kritisches-netzwerk.de/user/login?destination=comment/reply/1585%23comment-form
[2] https://kritisches-netzwerk.de/forum/der-todestrieb-der-konkurrenz#comment-1142
[3] https://kritisches-netzwerk.de/forum/der-todestrieb-der-konkurrenz
[4] http://www.streifzuege.org/2012/der-todestrieb-der-konkurrenz-noch-nicht-fertig
[5] http://www.streifzuege.org/