

KARL-HEINZ BRODBECK

ERFOLGSFAKTOR KREATIVITÄT

Die Zukunft unserer Marktwirtschaft

WISSENSCHAFTLICHE BUCHGESELLSCHAFT
DARMSTADT

INHALT

<i>Vorwort</i>	1
I FREIHEIT UND ORDNUNG	6
1 <i>Das klassische Dogma</i>	6
Laissez faire, laissez passer.	6
Ordnung und Freiheit als Begriffe.	11
Drei Bedeutungen des klassischen Dogmas.	15
2 <i>Wirtschaftlicher Egoismus</i>	18
Theorien über den Egoismus.	18
Schwächen des Humeschen Knappheitsaxioms.	22
Das Subjekt egoistischen Verhaltens.	25
3 <i>Soziale Alchemie -Aus Böse wird Gut.</i>	28
Die Relativität der Moral	28
Wettbewerb als Morallehrer?.	31
Wer darf überhaupt konkurrieren?.	34
4 <i>Die Mechanik der Wirtschaft</i>	37
Die Freiheit der Maschinen	37
Die Welt als Mechanismus	39
Die inneren Mängel der traditionellen Theorie.	42
Neoklassik: notwendig [^] /frÄ oder nutzlos.	47
Hildebrands Kritik	50
Die vergessene Kreativität	52
/ <i>Privatinteresse und öffentliches Interesse</i>	55
Mängel der Wohlfahrtsrechnung	55
Der exklusive Club der Eigentümer.	58
Das »allgemeine Interesse« auf dem Weltmarkt	61
Interessen der Zukünftigen und anderer Lebewesen.	65
Aggregation des Spiels der Interessen?.	68

Inhalt

6 Freiheit, Gewohnheit, Ordnung	71
Gewohnheit als vermittelnde Kategorie.	71
Vorstoß zu einem neuen Paradigma.	73
II HANDLUNG UND GEWOHNHEIT	77
7 Zur Theorie des menschlichen Handelns	77
Die Lehre von den vier Ursachen.	77
Handeln und Verhalten.	80
Die Bedeutung der Handlung.	82
8 Signale, Programme und Funktionen	85
Träger und Programm.	85
Kopplung von Programm und Funktion.	88
Die Struktur der Gewohnheit.	90
Kybernetik des Handelns?.	92
Zeichen und Signale.	94
9 Kognitive Aspekte des Handelns	99
Stimmung, Körperbild und Gewohnheit.	99
Denkmodelle.	102
Gewohnheiten des Erkennens.	105
Die Wahrnehmung des Handlungserfolgs.	109
Kreativität.	111
10 Soziales Handeln	114
Sprache und Gesellschaft.	114
Ethik als soziale Gewohnheit.	118
Soziale Denkmodelle und personale Identität.	121
Meinung und soziale Resonanz.	123
Erwartungen.	126
Prognosen als Handlungsprogramme.	129
Sozialer Handlungserfolg.	133
Staatliche Normen.	136

11 Mensch, Technik, Natur.	139
Verkörperertes Handeln.	139
List der Vernunft?.	142
»Feindin Erde« oder Ökologie?.	145
Heilige Zwecke, neutrale Mittel?.	150
12 Ökonomische Vernetzung.	157
Handlungsbedarf und Trans-Formation.	157
Produktion und Kognition.	160
Wirtschaftliche Güter.	164
Öffentliche Güter und soziale Vernetzung	168
Knappheit.	171
Arbeitsteilung und Maschinerie.	174
Vernetzung mit der Natur.	180
III KREATIVITÄT UND WIRTSCHAFT.	184
13 Wirtschaftlichkeit und kaufmännische Rationalität.	184
Kaufmannsseele und Ratio.	184
Unendliche Geldvermehrung.	185
Ireale Kreativität?.	190
Die Lehre vom Oikos.	192
Wirtschaftlichkeit, Kreativität und kaufmännische Ratio.	195
14 Geld und Preise in Gewohnheitssystemen.	201
Das Wesen des Geldes.	201
Preise in Gewohnheitssystemen: Ein Modell.	205
Überschuß in Gewohnheitssystemen.	209
Sozialer Überschuß und kaufmännischer Gewinn.	214
Preise als Gewohnheit.	217
Geld als Marktzutrittsschranke.	220
1J Der soziale Überschuss und seine Quelle.	225
Das Wesen des sozialen Überschusses.	225
Kredit und Kapital.	229
Sozialer Überschuß und Innovation.	232
Wettbewerbskriege und zerstörte Natur.	237

Formale Beschreibung der Quelle des sozialen Überschusses	240
Marktwirtschaftliche Selektion	244
16 Die Verteilung des sozialen Überschusses.	250
Empirische Erfassung des sozialen Überschusses	250
Die Relativität des Bedarfs und der Prozeß der Innovation.	252
Wettbewerb, Patent- und Urheberrecht	255
Die Rolle der Eigentumsrechte	259
Geldzins und Wertpapiere	262
Staatliche Kontrolle und weltweiter Überschuß	266
Nationalstaat und Weltmarkt	269
17 Zur Geschichte der Zinstheorien.	273
Zins und Zinsverbot	273
Naive Theorien: Zins als (Grenz-)Produkt des Kapitals.	275
Von wundersamen Bäumen aus Österreich	279
Exploitation der Arbeit	281
Physiokraten und Neophysiokraten.	282
Vorspiele und Fichtes Pioniertat	284
»Gewöhnlicher« und »außergewöhnlicher« Zins.	288
Joseph A. Schumpeter.	292
Piero Sraffa und John Maynard Keynes.	295
18 Kreatives Wachstum oder Wachstum der Kreativität?	301
Kosten der Kreativität	301
Dimensionen der kreativen Zerstörung	304
Szenarien weiteren Wachstums.	309
Ein neues Welt-Programm?	313
Die Verantwortung der Wirtschaftswissenschaft	316
Ist die Geschichte noch ein offener Prozeß?	319
Anmerkungen.	322
Literaturverzeichnis.	351
Register.	365