

**discussion papers**

Fakultät für Wirtschaftswissenschaft Universität  
Witten/Herdecke

Neue Serie 2010 ff. Nr. 38 / 2016

# **Transaktion als Juxtaposition und als Kooperation: differente Interpretat- ionen des Marktes**

Birger P. Priddat

**discussion papers**

Fakultät für Wirtschaftswissenschaft Universität Witten/Herdecke  
[www.uni-wh.de/wirtschaft/discussion-papers](http://www.uni-wh.de/wirtschaft/discussion-papers)

Adresse der Verfasser: Birger P. Priddat

[Birger.Priddat@uni-wh.de](mailto:Birger.Priddat@uni-wh.de)

Für den Inhalt der Papiere sind die jeweiligen Autoren verantwortlich.

# Transaktion als Juxtaposition und als Kooperation: differente Interpretationen des Marktes<sup>1</sup>

**Birger P. Priddat**

Märkte sind keine Tauscharenen, sondern Ansammlungen mannigfaltiger bilateraler Transaktionen<sup>2</sup>. Wenn wir von dieser Perspektive auf die Ökonomie sehen - und Märkte sind ihre zentrale Instanz -, gewinnen wir neue Einsichten in deren Fundamente, die uns erlauben, die moderne Ökonomie in einigen Aspekten umzuformatieren. Das geht nicht ohne wirtschaftsphilosophische Reflektion, aber nicht in dem Sinne, dass lediglich eine Reflektion über die Ökonomie stattfindet, sondern in dem erweiterten Sinne, dass eine Reflektion der Ökonomie in Hinblick auf ihre Re-Formatierung zu leisten ist. Die wirtschaftsphilosophische Reflektion verschwindet dann im Resultat.

## Märkte als Transaktionsfelder

Transaktionen koppeln zwei Aktanten. Beide Aktanten agieren auf Märkten unabhängig, finden aber in der Transaktion zusammen. Da Transaktionen – Kauf oder Verkauf - über Zahlungen abgeschlossene Vorgänge darstellen, geht man davon aus, dass sich die Aktanten über andere Transaktionsmöglichkeiten erkundigt haben, um dann final nur für eine davon zu entscheiden. Daraus zu schliessen, dass sie die Transaktion eingehen, weil es für sie den optimalen Kauf oder Verkauf bedeutet, ist aber eine normative Interpretation, die jede ökonomische Handlung als *rational choice* wertet; faktisch oder empirisch aber können die Aktanten andere Motive, Gründe oder Anreize haben, die nach einem rationalen Referenzkriterium als unzureichend oder suboptimal gelten mögen. Für das Zustandekommen der Transaktion sind die Motive, Gründe oder Anreize der Aktanten gleichgültig; die Transaktion gilt als erfolgt bzw. als erfolgreich, wenn die Zahlung getätigt ist. Man kann Märkte als Mannigfaltigkeiten von Transaktionsprozessen beschreiben, ohne auf

---

<sup>1</sup> Demnächst in: Hans-Christoph Schmidt am Busch (Hg.), Die Philosophie des Marktes, Hamburg: Felix Meiner Verlag 2016.

<sup>2</sup> Es ist offensichtlich, dass niemand in Märkten tauscht. Sondern wir haben es - fast ausschließlich (*barter*-Geschäfte ausgenommen) – mit Ware/Geld-Relationen zu tun: mit Transaktionen. Das zu betonen ist wichtig, weil damit alle äquivalenztheoretischen Implikationen (wie auch Gerechtigkeitszuschreibungen) entfallen können. Wir kommen darauf zurück.

Optimalität der Transaktionsdurchführungen bestehen zu müssen. Der Marktprozessiert transaktional effektiv, ohne effizient sein zu müssen (vgl. Priddat 2011 a + b).

In der Ökonomik wird gewöhnlich angenommen, dass Transaktionen nur die Ortsangabe bzw. die Passierstation der individuellen Nutzenmaximierung der beteiligten Vertragspartner sind. Als eigenständige Institution wird die Transaktion gar nicht wahrgenommen. Nur so kann sich der Eindruck erhalten, als ob die individuelle *rational action* der entscheidende Operator der Ökonomik sei (das ‚methodologische Individuum‘). In dieser Logik bestimmt die Nutzenmaximierung den Prozeß; in der so beschriebenen Transaktion treten Akteure *vorentschieden* gegeneinander auf und gehen nur deshalb *in contract*, weil sie das Angebot des jeweiligen anderen vorher im Markt geprüft haben als das Beste, in Vergleich und Konkurrenz aller anderen Angebote. D.h. jeder der beiden Aktanten hat bereits virtuell kontrahiert, bevor er reell kontrahiert. Dadurch kann die Transaktion interaktionsfrei dargestellt werden: alles, was in der Transaktion vertraglich beschlossen wird, ist individuell bereits vorher (mit sich selber) ‚beschlossen‘, und koinzidiert das lediglich im Vertrag, d.h. passiert ihn lediglich wie einen juristische Filter.

Weil die Akteure in dieser Beschreibung dermaßen *vor-entschieden* sind, ist es nicht nötig, der Transaktion in der Standardökonomik eine besondere Funktion zuzuweisen. Beide Aktanten treffen sich, um das, was sie gegen andere bereits vorentschieden haben, final *in contract* zu bringen. *Die Transaktion ist nur der Ort der Juxtaposition*, der momenthaften Annäherung zweier im Prinzip unabhängiger Akteure. Sie bleiben in Konkurrenz, haben aber für den juxtapositionalen Moment entschieden, miteinander sich zu ‚vertragen‘ (in Vertrag zu gehen. Das ‚Sich-Vertragen‘ ist die Ausnahme in einer eigentlich konfliktären oder Wettbewerbssituation). Sie haben dann nichts weiter miteinander zu tun, als Zug um Zug Ware und Geld zu übergeben.

Jeder – wird zudem unterstellt - maximiert seinen Nutzen aus dem Vertrag. Das heißt dass es bei der Transaktion kein Moment der gegenseitigen Berücksichtigung gibt, außer darin, den Anderen als die notwendige – gleichsam technische - Bedingung des Gelingens der eigenen Nutzenmaximierung zu sehen. Ohne diesen minimalen Bezug bliebe die individuelle Nutzenmaximierung fiktiv (einer kann so rational wie möglich entscheiden - wenn er keinen Vertragspartner findet, bleibt seine *rational action* marktirrelevant). Die beiden Aktanten nähern sich nicht nur im vollen Besitz ihrer je eigenen Nutzenmaximierungsintention dem Anderen, der diese Intention auch für sich hat, um sich bezugslos auszutauschen, sondern sie

müssen final interagieren. Sonst findet keine ökonomische Handlung statt (die nur in der Form der Transaktion überhaupt stattfinden kann). Dass diese Interaktion eine ‚interaktionsfreie Interaktion‘ ist, sei nur der Vollständigkeit halber nachgereicht. Die Ökonomik interessiert sich für das Vollzugsmoment / -signal, nicht für die Interaktion selber.

Tatsächlich aber haben wir es mit einer minimalsoziologischen Interaktion zu tun, die *in economics* allerdings so beschrieben wird, als ob sie nur das juridisch markierte Ende einer Näherung zweier ansonsten ökonomisch unabhängig definierter Akteursindividuen seien. Sie nehmen Bezug auf die Sache, die zur Transaktion ansteht, aber nicht auf sich selber; gleichsam ein technischer Vorgang. Doch bleibt eine (minimal-) soziologische Interaktion offensichtlich.

### **Transaktion als Interaktion**

Die Transaktion ist allerdings fundamentaler ausgelegt, als die Ökonomik sie interpretiert. Denn sie ist kein bloßes Medium wechselseitiger Nutzenmaximierungen, sondern eine Gewährleistungsinstitution für erfolgreiches gemeinsames Kontrahieren als Kauf /Verlauf. Sie hat institutionale Qualität: sie ist der einzige Ort im Markt, der Handlungskoordination – und damit den Markt selber - herstellt. Und zugleich – das werden wir genauer analysieren - ist jede Transaktion potentiell ein Ort von Kooperation (bzw. einen möglicher Phasenübergang von blosser Koordination in bewusste Kooperation (vgl. generell Priddat 2012)).

Herstellung von Handlungskoordination ist primär kein Maximierungsvermittlungsereignis, sondern schlicht ein Verfahren, Kauf und Verkauf geltend zu machen, in juridischer Einbettung. Das juridische Institut (Vertragsrecht) kann aus der Transaktion nicht eliminiert werden; wir haben es mit einer triadischen Instanz zu tun, die ökonomische, juridische und soziologische Dimensionen verbindet (Teubner 2006). Ohne die juridische-institutionale Einbettung sind Transaktionen unsichere Koordinationsagentien, vertrauensarm. Die juridische Einbettung sichert die Revision bei Betrug und anderen Verfehlungen. Gerade wenn man sich mit den je eigenen Nutzenvorstellungen maximierend gegenübersteht, muß Vertrauen herrschen, nicht ausgebeutet zu werden. Die Transaktion ist – *de intentione* - ein ‚herrschaftsfreies Institut‘<sup>3</sup>, in dem sich die Transakteure als formal Gleiche

---

<sup>3</sup> In dem Sinne ist der Markt historisch seit der Neuzeit (Locke, Hirschman, Montequieu; vgl. Priddat 2006) eine zivilisatorische Instanz (vgl. den *douce commerce*-Diskurs im 18. Jahrhundert): sie konstituiert die bürgerliche Gesellschaft (*civil state* bei Hobbes und Locke),

gegenübertreten; unabhängig von ihren sozialen und Vermögenspositionen sollen sie sich über das, was sie wechselseitig interessiert, *peer to peer* einigen können.<sup>4</sup> Die Transaktion markiert immer zugleich auch den juristischen Vertragsrechtsraum, in dem die Geschäfte konfliktfrei abgewickelt werden können. Und sie setzt einen Preisraum voraus, in dem die Bezahlungsmodalitäten signalisiert sind.

Unbeachtet blieb bisher der Umstand, dass im Finale der Transaktion die beiden Aktanden sich nicht als Konkurrenten gegenüberstehen, sondern als Kooperateure, wenn auch nur für den Moment der Transaktion. Das betrifft nicht die je individuelle Intention (die weiterhin je nutzenmaximierend ausgeprägt sein mag, oder nicht), aber das Einlassen auf Transaktionsstandards, was bedeutet, im Transaktionsmoment den anderen nicht zu übervorteilen. Die Transaktion ist eine zivilisatorische Institution, die verbietet, im Moment des Vertragsabschlusses den anderen zu betrügen, zu hintergehen etc. Jeder kann erwarten dürfen, dass das so geschieht. Darin sind beide Aktanden generell in einem gemeinschaftlichen oder kooperativen

---

weil sie in den Handels- und Transaktionsbeziehungen horizontale Interaktionsfelder eröffnet, die in ihrem Bannkreis die vertikalen Herrschaftsformen ausschliessen (sollen). Darin scheint bereits die politische Möglichkeit der Republik auf; deshalb wird die neue Ökonomik Ende des 18. Jahrhunderts zu Recht auch eine politische Ökonomie genannt (mit der besonderer Implikation, zumindest bei Adam Smith 1776, staatlich gewährleistet, Monopol-Macht-Ansprüche im Markt auszuschliessen. Der Markt solle ein *natural system of liberty* werden, d.h. eine macht- und herrschaftsfreie Institution. Der Markt der Political Economy des 17./18.Jahrhunderts ist eine ökonomische Polis-Konzeption: der Selbstherrschaft (als Ordnung) der Bürger als rechtsgleiche Personen. Güter/Preis-Bildungen sind gleichsam ‚Abstimmungen‘ über Bürgerinteressen. Bürger sind jurido-politische Rechtssubjekte, denen ein marktkonfundierendes juridisches System eindeutige Eigentumsrechte zuweisen kann (eine Negation reziprozitärer Verpflichtungsrelationen und fürstlicher Rechts-Willkür) (vgl. genauer Priddat 2015).

<sup>4</sup> Das ist der Grund, weshalb die Ökonomik hier von ‚Tausch‘/ *exchange* redet (die Transaktion ist ein neuerer Begriff, der erst mit der *institutional economics* (zuerst Commons 1924) zum Theorievokabular hinzugekommen ist, wenn auch kaum durchgängig). ‚Tausch‘ wird *a priori* als Äquivalententausch gedeutet, d.h. als ‚gleich‘ im Wert dessen, was gegeneinander getauscht wird. Da wir aber *de facto* nicht mit Tauschakten, sondern mit Kauf/Verkauf-Situationen zu tun haben, in denen Ware gegen Geld transferiert wird, ist der Transaktionsbegriff der einzig angemessene. Das bedeutet in der Umkehrung, dass weder Ware noch Geld *a priori* ‚gleich‘ oder gleich ‚wert sind‘, sondern erst im Transaktionsprozeß ‚für gleich‘ deklariert werden. Erst das Faktum der vollzogenen Transaktion erklärt Ware und Geld im je spezifischen Fall für ‚gleich‘. D.h. dass das, was in diesen Prozeß eingeht, ungleich sein kann. Wir haben es im Prinzip mit einem Bewertungsprozeß zu tun (was uns entfallen ist, weil die meisten Transaktionen hochkonventionell verlaufen). Bewertungen aber, das werden wir gleich genauer behandeln, sind interpretationsoffen.

Modus (auch wenn sie sich subjektiv juxtapositiv nutzenmaximierend verhalten). Sie haben sich, implizit (es nur im Fall des Rechtsstreites explizit machend), auf eine Ordnung eingelassen, eine zivilisatorische Regel, das einzuhalten, was sie sich gerade versprechen. Sie haben sich, implizite und explizite, deshalb auf diese Ordnung einzulassen, weil nur ihre Einhaltung den Erfolg der Transaktion gewährleistet. Wir können von einer *transactional constitution* reden, die, wenn sie explizit reflektiv würde, beide Aktanten auf eine Reflektion der Herstellung der Bedingungen der Geltung der Transaktion verpflichtete. Implizite wird das, was die Transaktion als Institution ausmacht, wie eine Regel befolgt. Beide Aktanten befinden sich in einem Gerechtigkeits-Erwartungsgleichgewicht (wir sehen, wie sich im Markt eine soziale Konstruktion institutional verankert offenlegen läßt).

Im juxtapositiven Konzept der Ökonomik wird diese Gewährleistungsleistung der Transaktion *ceteris paribus* vorausgesetzt, aber konzeptionell ignoriert. Die Handlungen beider nutzenmaximierender Transaktionspartner zeigen – in der Ökonomik - in ihrem Verhalten keine Reflektion der Einhaltungsbedingungen (als *conditio sine qua non* des Transaktionsgelingens); sie wissen nicht, dass sie in ihrem scheinbar nur eigeninteressierten Handeln die Institution mit reproduzieren.<sup>5</sup> Die Transaktion als Institution wird *ceteris paribus* gesetzt, d.h. als Gratisleistung des juristischen Systems. In der Logik dieser Handlungsweisen kann sich die Haltung der Akteure allerdings auf *smartness* verschieben, d.h. auf eine hohe Aufmerksamkeit, das eigene Handeln darauf auszurichten, den anderen doch zu übervorteilen (Ausnutzen von Informationsasymmetrien etc.) (Kabalak 2011). Das, was die Transaktion als Institution in die Märkte historisch eingeführt hat - ihre kulturelle Substanz (vgl. genauer den Schlußabschnitt unten) - ist die enorme Qualität, als Vertrauensbasis für anonyme Partner dienlich zu sein (Dreidre McCloskey Darlegung der Vertrauensbasis des Handels in der Neuzeit (McCloskey 2006)). Sie verliert an Gewährleistungsqualität, wenn man sich wegen der *smartness-behaviour* wieder der Person bzw. deren personaler Integrität extra versichern muß – was z.B. dadurch zum Ausdruck kommt, dass man fordert, wieder moralisch zu handeln (es ist *pari passu* nur ein anderer Ausdruck der Klage über die steigenden Versicherungskosten bzw. über die Unsicherheit hinsichtlich des transaktionalen Erwartungsgleichgewichtes).<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> In der *behaviourial economics* wird diese *transactional constitution* allerdings offensichtlich eingedacht, wenn die Akteure auf *fairness* abstellen, d.h. gegebenenfalls auf Nutzenmaximierung verzichten, um angemessene Transaktionsbedingungen eingehalten zu wissen (gegen *free riders*) (Falk 2003; Fehr / Fischbacher 2004).

<sup>6</sup> Indem man Moral für den Markt fordert, will man das geregelt wissen, was man vorher im Vertrauen auf die Gewährleistung der Transaktion durch die Transaktion selber geregelt zu

Denn die Transaktion ist jener Ort im Marktprozeß, an dem sich zwei Aktanten wechselseitig versprechen, das einzuhalten, was sie dann kontraktuell ausführen wollen. Potentielle Versprechen haben sie vielen anderen Anbietern vorher zu geben erwogen, ohne dass eine Resonanz erfolgte im Markt. Erst in der konkreten Transaktionssituation geraten die Versprechen in Resonanz und gehen in Einlösung über. Alle vorherigen Transaktionsversuche, wenn wir den suchenden Prozeß vorher (*Walras' tatonnement*) so nennen, sind erfolglos geblieben; nur erst dieser eine beginnt, transaktional wirksam zu werden (*transactional lock-in*).

Der transaktionale *lock-in* hat zur Wirkung, dass alle Konkurrenz ausgeschaltet ist. Im konsensuellen Moment des Vertrages begegnen sich die Konkurrenten als Kooperanden. Dabei sind nicht nur die je individuellen Nutzen zu zählen, die sich voneinander haben, sondern auch der Nutzen, den sie durch die Transaktion als koordinative Ordnung haben. Wenn sie ihre losen Nutzenmaximierungsvorstellungen nicht final wettbewerbsausschliessend koordinieren könnten, würden sie den Nutzen der Transaktion nicht einfahren können. Inmitten der Dynamik der Wettbewerbsmärkte ist die Transaktion - die einzige und ausschließliche marktliche Vermittlungs- und Kopplungsinstanz – zugleich, und mit Notwendigkeit, eine Wettbewerbsausschliessung: damit ein *non-market*-Moment. Das bedenken wir kaum: dass die Kernoperation des Marktes, der durch Wettbewerb definiert ist, einen wettbewerbsausschliessenden Phasenübergang birgt.<sup>7</sup>

Das sei hier extra betont, um die salvierende Funktion der Transaktion herauszuheben. Die Akteure, die im Konkurrenzmarkt als Rivalen auftreten,

---

wissen glaubte. Mit dem Verlust kultureller Institutionalität entstehen Informations- und Versicherungsmärkte, die das extra regeln wollen, was vordem implizite möglich war. Der Preis der Marktbenutzung steigt (vgl. diverse Aufsätze in Herzog/Honneth 2014). Ob die laufenden mannigfaltigen Transaktionen, die einzig die Märkte machen, weiterhin den Vertrauensraum stabilisieren, ist aktuell wieder in Frage gestellt: als moralische Frage an die Ökonomie. Deshalb muß es noch kein empirisches Problem sein, aber die Ridikülität mancher Transaktionsgebühren sind schon Mark Twain beim Eisenbahnmagnaten Jay Gould (in den 60iger Jahren des 19. Jahrhunderts) aufgefallen: „Beschaff's dir (Geld) auf unehrliche Weise, wenn du kannst; auf ehrliche, wenn du musst“ (Twain, zit. bei Greiner 2012: 55; vgl. Twain 2012). Die Thematisierung von Moral ist keine notwendig analytische Aussage, aber ein Indikator (Priddat 2007).

<sup>7</sup> Jede Entscheidung ist eindeutig ein Ausschluß aller Alternativen. Die entscheidende Frage bleibt: nach welchen Kriterien welcher Alternativen. Der hier interessierende Unterschied ist der: dass in der Transaktion als Prozess potentiell selber – emergent wechselseitig bzw. gemeinsam – geklärt werden kann, was endgültig als Entscheidung resultieren soll.

werden *momenthaft* ‚Freunde‘ oder Partner. Die Bedeutung dieser historisch der Transaktion zugewachsenen Funktion lässt sich nur im weiten Sinne politisch verstehen, wie wir sie bei Montesquieu etwa als *douce commerce*-Argument lesen (Hirschman 1987) (vgl. Fn. 2). Im friedlichen und friedfertigen Handel werden Rivalitäten nicht-militärisch, gewaltlos gelöst. Der Markt selber ist eine proto-politische Form des sozialen Vertrages, wie ihn Hobbes und vor allem Locke thematisiert haben.<sup>8</sup> Zwei ‚Einigungen‘ überlagern sich: die institutionelle ‚Einigung‘, als Bestätigung einer erwarteten Regel, und die faktische ‚Einigung‘, die schematisch oder aber mutualistisch erfolgen kann, mit gegenseitigen Zugeständnissen bzw. ‚Gaben‘.

Wagen wir es, das auf die Institution der Transaktion in Märkten herunterzubrechen, verstehen wir wieder, **dass erst die rechtliche und habituale Institutionalisierung des Markthandelns Formen der Konkurrenz produktiv machen kann**, da außerhalb dieser Gewährleistungsinstanzen die kooperativen Kopplungen unwahrscheinlich sind oder zumindest riskant und deswegen geringzahlig. Die Transaktion ist der im Markt eingelagerte *social contract*; wir nannten es eine *transactional constitution*. Das Vertragsrecht ist die geronnene institutionale Form dieser Einigung, die *à deux* bzw. bilateral immer wieder wiederholt wird, gleichsam als mikro-prozessuale Bestätigung des *social contract* des Marktes als zivilisatorischer Instanz der produktiven Konkurrenz.<sup>9</sup>

Die Gewährleistungsqualität der Transaktion als Institution hat sich historisch als mimetische Operation etabliert (was sie fortlaufend weiter leistet, außer im Indikatorenbereich nachlassender Befolgung). Die beiden Aktanden, die die Transaktion realisieren, realisieren nicht nur ihrer beider Nutzen, sondern zugleich auch die Institution selber. Die Leistung der Institution besteht wesentlich darin, sich auf ein Objekt zu einigen (auf den Transaktionsgegenstand inklusive seines monetären Kompensats), statt sich weiterhin in Rivalität zu halten.

---

<sup>8</sup> Die dichteste Fassung des *social contract* lesen wir bei Sigmund Freud: „Gewalt wird gebrochen durch Einigung, die Macht dieser Geeinigten stellt nun das Recht dar im Gegensatz zur Gewalt des Einzelnen. Wir sehen, das Recht ist die Macht der Gesellschaft“ (Freud 1982: 277).

<sup>9</sup> Weshalb wir kulturell so erschrocken sind, dass das in den hypermodernen Finanzmärkten anscheinend auszusetzen beginnt. Haben wir es mit dem Beginn einer De-Institutionalisierung zu tun? Vgl. Chesney 2015.



Der Philosoph Rene Girard hat die Kulturentwicklung auf ein mimetisches Begehren begründet. Rivalität entstehe um Objekte, die man begehrt, weil man das begehrt, was andere begehren. Wenn das Objekt aber in diesem mimetischen Begehren verschwindet, schlägt Rivalität in Gewalt um (Girard 2011; Palaver 2004). Transaktionen sind Instanzen, die genau diesen Umschlag verhindern können, als rivalitätsmoderierende Objektvermittlung. Girard entwirft das Begehren als ein sozial-konkurrentes, nicht als individuellen Wunschtraum (die ‚romantische Lüge‘). Damit ist es von vornherein latent gewaltfähig. Was Girard gegen den *social contract* als Konzept einwendet, dass er vor diesen Gewaltumschlägen nicht schütze (Palaver 2004: Kap. 4), kann für den *micro-social contract* der Transaktion auch gelten – Gewalt hiesse dann, dass die Aktanten in den Zustand der wechselseitigen Übervorteilung zurückfallen. Aber im Normalfall leistet die Transaktion die Aufrechterhaltung produktiver Rivalität, die nicht in wechselseitige Gier und Übervorteilung (Gewaltdimension) umschlägt. Sie hat gegen diesen Umschlag keine Sanktionen (außer den rechtlichen); nur die kulturelle Inhabitation oder Gewöhnung macht sie zu einer effektiven Institution. D.h. die Gewöhnung daran, dass das Einhalten von Verträgen einen eigenen Nutzen generiert, der die individuellen bilateralen Nutzen überhaupt erst zu realisieren gestattet. Darin ist eine Symmetriebehauptung eingelagert: dass beide ihre Nutzen realisieren können sollen (gleichsam ein Exploitations- bzw. ein wechselseitiges Herrschaftsverbot).

Jeder Aktand spiegelt die eigene Nutzenerwartung im Anderen; nur so kommt der Vertrag in der Transaktion zustande. Damit wird dem Anderen bereits immer schon zugestanden, seine Nutzenrealisation zu erfüllen, aber unter der mitlaufenden (konstitutionellen) Bedingung, dass beide sich wechselseitig diesen Zustand zugestehen. Es ist eine gespiegelte Mimesis des Begehrens, die im friedvollen Moment des austauschenden Zugeständnisses ihre Rivalität aussetzt.

### **Transaktion als emergenter Prozeß**

Man muß zwischen dem konkurrenten Such- und Vergleichsprozesse vor der Transaktion und der Transaktion als eigenständigem kooperativem Prozeß unterscheiden. Beide Prozesse zusammen bilden den Marktprozeß. Käufer suchen das beste Angebot, Verkäufer suchen Nachfrager, die sich auf ihr Angebot (und seinen Preis) einlassen. Es ist eine laufende Vergleichskommunikation, in der Überredung (Werbung) dominiert (Priddat 2014b). Die Verkäufer befinden sich in Konkurrenz um die Nachfrager, aber

auch die Nachfrager befinden sich in Konkurrenz, denn es geht beim Konsum nicht nur um Preis-/Qualität-Optimierung, sondern auch um Status- und Anerkennungskonkurrenz. Die Rivalität der Nachfrager untereinander beruht in performativer Differenzierung. Man begehrt das, was andere schon haben und dadurch ‚sind‘ (vgl. Dumouchel / Dupuy 1998). Wenn der erwartete Nutzen in einer sozialen Positionierung besteht, mit anderen gleichzuziehen oder sie zu übertrumpfen (*social rivalry*), ist der subjektive Preis nicht nach einem Standard zu bemessen, sondern nach der Rivalität. Man kauft sich ein in die neue *social community*, oder will sich in ihr dominant präsentieren. Man will das, sein‘, was andere ‚sind‘. Das sind preistreibende Momente (bzw. der Preis wird als Eintrittsgebühr in exklusive soziale Räume marginalisiert (vgl. Priddat 2014a)<sup>10</sup>).

Ist der Zustand erreicht, dass zwei Aktanten in Transaktion gehen, verabschieden sie sich aus dem Suchprozeß und gehen in einen anderen Modus, der die Rivalität in Kooperation wandelt. Dieser Phasenübergang ist latent labil, da man auch aus dem finalen Vertragsprozeß jederzeit wieder aussteigen und in den Suchprozeß zurückgehen kann. Transaktionen sind aber potentiell *bargaining*-Situationen: man kann verhandeln. Die meisten Konsumkaufakte sind gewöhnlich standardisierte Verfahren ohne Verhandlung. Aber das *bargaining* kann jederzeit beginnen und eigne Ergebnisse zeitigen, die dann, wenn sie geschehen, *völlig unabhängig von den Konkurrenzangeboten des Marktes entstehen*. Der gewöhnliche Konsumakt ist hochkonventionalisiert: man kauft das, was angeboten wird. Die Verhandlungen sind vorher geschehen, durch die Wahl dieses und keines anderen Transaktionspartners. Und: die Zeichen sind gesetzt (Preise, Mengen, Qualitäten). Aber man *kann* in den Transaktionen jederzeit aus den konventionellen Schemata austreten.

Dass Transaktionen potentiell *bargaining*-Situationen sind, zeigt nur, dass die Transaktion eine eigenständige Institution ist, die gegebenenfalls andere Preise erzielt, als die im Markt offeriert werden. Das findet immer dann statt, wenn einer dem anderen etwas gewährt, was im Marktraum vorher nicht zu ermesen war: z.B. der Vermieter dem Mieter einen Nachlass, weil er ihn sympathisch findet, z.B. der Hausverkäufer dem Käufer einen ‚Freundschaftspreis‘, z.B. der Händler dem alten Kunden ein Vorzugsangebot, wie auch z.B. die Bank ihrem langjährigen Kreditnehmer, auf Gebrauchtmärkten, ‚unter Freunden‘, in verwandtschaftlichen

---

<sup>10</sup> Man müsste den Markt a: den Gütermarkt, mit einem Markt b korrelieren, der die Statuswerte ermisst. Der Preis wäre dann einen Preis aus zwei Knappheitsdimensionen, die in einem zu analysierenden Estimationsprozess zweier verschiedener *pairwise matchings* entsteht, d.h. in einer Kreuzung zweier Skalen, die nicht kongruieren.

Geschäftsbeziehungen etc. Immer dort, wo sich persönliche Beziehungen innerhalb des Transaktionsprozesses aufbauen, haben wir es nicht mehr mit einer Wettbewerbsökonomie zu tun, sondern mit einer reziprozitären Ökonomie, in der einer dem anderen etwas ‚schenkt‘.<sup>11</sup> Die Gründe, Motive, Haltungen etc., die dazu führen, sind an dieser Stelle nebensächlich<sup>12</sup>, weil allein zu zeigen ist, dass jede Transaktion potentiell über eine solches *bargaining* einen ‚eigenen Markt machen‘ kann - *price making* statt *price taking* -, der sich faktisch aus dem umgebenden Markt ausklinkt. Das aber ist hier nur anzudeuten (Priddat 2012 + 2016), **um zu zeigen, dass die Kooperation nicht nur ein Momentum ist, sondern als ein eigenständiger Prozeß ausgefaltet werden kann. Auf jeden Fall ist die Rivalität ausgeschlossen, das heisst dass im Kernprozesses des Marktes, in den Transaktionen, das Prinzip des Marktes: Konkurrenz, momenthaft aufhört – als notwendige Bedingung seiner Geltung und Funktion.**

Wenn die Transaktion nicht als kooperativer Modus verstanden wird, sondern nur als Instanz, seine Vorteile zu maximieren, ist das Momentum der wechselseitigen Anerkennung des Begehrs des jeweils anderen ignoriert. Was die Transaktion als Aussetzung von Rivalität leistet, kann aber selber wieder ausgesetzt werden. Die Aktanden verstehen dann die Transaktion als eine Arena, in der sie Informationsasymmetrien nicht nur nutzen, sondern selber produzieren, d.h. den anderen überreden oder nötigen, zu einem Preis zu kaufen oder zu verkaufen, der frei und kooperativ verhandelt anders gewesen

---

<sup>11</sup> Reziprozitäre oder Gaben-Ökonomie ist kein ethnologisches Momentum vormoderner Gesellschaften (Henaff 2014, Mauss 2000), sondern – verteilt - präsent in allen Märkten und Non-Märkten (Priddat 2016; Hillebrand 2008, Adloff/Mau 2005; Bowles 2014; Dommann 2014). In den Transaktionen tauchen reziprozitäre Momente dann auf, wenn man dem Transaktionspartner etwas zugesteht, was ausserhalb der Wettbewerbspreise liegt. Dann geht die anonyme Transaktion in eine persönliche Beziehung über, weil a dem b etwas ‚geben‘, ‚schenken‘ will – aus welchen Motiv auch immer (zur Philosophie der Gabenökonomie Derrida 1993, Ricoeur 2006, Därmann 2010).

<sup>12</sup> Wenn man bedenkt, dass nicht nur in den *behaviourial economics* über das Spektrum der Gründe, Motive, Haltungen, Emotionen, Irrationalitäten, Anreize, Konventionen, Rationalitäten etc. geforscht wird, sondern generell inzwischen in Frage gestellt werden kann, inwieweit die Akteure in den Märkten die normativen Anforderungen durchgehender Rationalität erfüllen (vgl. Kahnemann 2012), dann haben wir es in den Transaktionen mit Konstellationen verschiedener Verhalten zu tun, mit asymmetrischen Ausgangspositionen, die transaktional bewältigt werden. Dann aber muss eine Ökonomik nicht mehr darauf bauen, dass ihre Akteure rational handeln bzw. nicht mehr als nutzenmaximierende Akteure in die Transaktion eintreten. Jedes Verhalten kann verarbeitet werden. Die Transaktionen arbeiten hocheffektiv, aber nicht notwendig effizient.

wäre. Dazu gehören auch Begehrkommunikationen, die Valenzen simulieren, die nicht im reellen Nutzen des Gutes enthalten sind (Werbung) etc.<sup>13</sup> Wir müssen die Sachdimension der Güter von ihrer sozialen unterscheiden.

Begehren ist ein den Nutzen überschüssender Zustand von Akteuren: ein *phantasma*, oder eine Imagination. Im Markt muß sich Begehren erst in Nutzenerwartung übersetzen. Das ist ein erster Rationalisierungsschritt, der das Begehren (die Wunschmaschine) in marktadäquate Erwartungen eingrenzt. In den Nutzenerwartungen repräsentiert sich oft dennoch mehr, als der reelle Nutzen darstellt, den man erst im Konsum, d.h. nach dem Kaufakt erfährt. Wir können drei Phasen unterscheiden: Begehren, Nutzenerwartung, realer Nutzen. Die Übersetzung von Begehren in Nutzenerwartung bleibt ein ambiguer Prozeß, den die Überredungskommunikationen – Werbung der Anbieter, aber auch die Kommunikationen in der Gesellschaft und ihren Netzwerken - ausbeutet. Sie will zum Kauf anreizen, indem sie das Begehren aktiviert und damit die Differenz zwischen Begehren und Nutzenerwartung verwischt, wenn nicht löscht. Die Begehrlichkeit zu wecken unterläuft den *rational choice*-Prozeß, der in der eher nüchternen Prüfung von möglichen Nutzenerwartbarkeiten ablaufen sollte. Hier spielen kognitiv-affektive Verschränkungen eine erhebliche Rolle (*neuroeconomics* (Kabalak/Priddat 2014)).

Während die *rational choice*-Erklärung des Konsumhandelns auf Präferenzen setzt, d.h. auf kognitiv vorgebildete Rankings von möglichen Kaufalternativen, setzt hingegen die Begehrkommunikation auf Aussetzung der Präferenzen, um Alternativen dominant werden zu lassen, die rational überlegt (also rein kognitiv) nicht zur Wahl stünden (zumindest nicht an erster Stelle). In der Ökonomik werden Begehr und Präferenzen gewöhnlich umstandslos identisch gesetzt, aber die Differenz zwischen dem, was sich Konsumenten erträumen und dem, was sie vernünftigerweise sich selbst zur Wahl stellen können, ist so erheblich für den tatsächlich erfolgenden Kauf, dass wir nicht davon ausgehen können, Präferenzen wären gleichsam individuell kultivierte überlegte Formen des Begehrs. Das kann man nur annehmen, wenn man die Überredungskommunikationen in den Märkten theoretisch ignoriert, die einzig dazu dienen, die Präferenzen zu irritieren, abzubrechen oder zu ändern

---

<sup>13</sup> Werbung ist nur scheinbar Information, sondern vor allem wettbewerbsausschliessende Überredung, ein Modus ökonomischer Kommunikation (Priddat 2014b) (vgl. auch Fn. 13). Man kann sie als eine Transaktion in der Transaktion kennzeichnen. Dann ist das Interpretationsangebot der Werbung ein ‚Geschenk‘, das der Konsument ‚dankend‘ annimmt, weil es ihn vor der kognitiven Anstrengung der *rational choice* bewahrt - ein eigenständiger Modus einer reziprozitärer Ökonomie (vgl. Fn. 10).

(Priddat 2014b). Die Ökonomik muß gewahr werden, dass sie in dem, was sie als Marketing marginalisiert, eine sie selbst irritierende Instanz in der Theorie hat, die ihr Präferenz/*rational choice*-Konzept nicht bruchlos anwenden läßt.<sup>14</sup>

Die Ökonomik hat sich einseitig auf einen Modus juxtapositiver Koordination eingelassen, der interaktive Modalitäten ausschließt. Wenn man aber die Transaktion ins operative Zentrum der Märkte stellt, sind juxtapositive wie alle anderen Koordinationsmöglichkeiten offen, d.h. sie lassen alle Formen der Kontraktion zu, alle Motive, Gründe, Anreize, Affekte etc. Es gibt – transaktionstheoretisch – keinen Grund, die durch die Transaktion gekoppelten Verhalten durch Rationalitätsprädikate auszuzeichnen. Rationalität kann genauso vorkommen wie Nicht- oder Irr-Rationalität, ohne dass die Marktfunktion gestört oder abgebrochen wird. Das ist keine andere normative Behauptung, sondern eine angemessene Erklärung für die faktisch asymmetrischen Verhaltenstypen, Nichtrationalitäten und anderen, aus der einseitigen *rational choice*-Sicht atypischen, Handlungen, die empirisch vorkommen. Wir öffnen den Begriffsrahmen für das Empirische, ohne immer wieder neue Form der Rationalität erfinden zu müssen, um den Effizienzmythos aufrecht zu erhalten. *Dabei ändern wir die ökonomische Theorie in ihrem zentralen Punkt, indem wir zeigen, dass die Funktionsfähigkeit der Märkte vollständig erhalten bleibt, ohne dass sie die normative Anforderung auf Effizienz erfüllen muß. Empirisch aber sind die Akteure so häufig nicht auf Rationalität geeicht, dass wir das anerkennen müssen und Theorien verwenden, die diesem Umstand gerecht werden.*<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Werbung ist ein Überredungsversuch, rationale Komparationen auszuschliessen; d.h. andere Angebote offen oder subtil zu diskreditieren. Es wird dadurch eine spezifische Form individuellen *bargainings* eingeleitet: die Werbung ‚verhandelt‘ mit dem Konsumenten, nur diese Relation wahrzunehmen, alle anderen nicht. D.h. auch Argumente einzuführen, den (evtl. günstigeren) Preis anderer zu ignorieren. D.h. auf das Maximieren zu verzichten, um subjektiv mit der Empfehlung zu leben, dass die überredende Relation die beste sei. Was hier das Beste / Maximale ist, beruht auf assertorischen Aussagen, nicht auf tatsächlichen Vergleichen – ein expliziter Verzicht auf *rational choice*. (Priddat 2014b).

<sup>15</sup> Der Schwerpunkt dieser Behauptung liegt nicht daran, die *rational choice* zu kritisieren, sondern ihre empirische Seltenheit zu betonen. Wir können die Märkte nicht danach analysieren, als ob ihre Teilnehmer selbstverständliche oder ‚natürliche‘ *rational actors* wären. Das ist der Effizienztraum der Ökonomie, der reell seltener vorkommt, als sie unterstellen muß; deshalb ist ihr immer wieder bemühtes Einfangen der atypischen Verhalten als je besondere Form der Rationalität selber schon traumatisch zu nennen. Der Ökonomik fehlt die methodische Gelassenheit, anzuerkennen, dass weite Felder des Marktverhaltens nicht rational ablaufen. Um die Rationalitätszuschreibung ubiquitär aufrecht zu erhalten, müssten Ökonomen die Liste Yudkowskis (basierend auf Kahnemann et al. (Kahnemann 2012)) in jedem Verhalten durchgehen und prüfen, ob sie die dort gelisteten

Was wir den Akteuren zurechnen können, ist allein die Tatsache, dass sie Transaktionen abschliessen. Das reicht völlig aus, um das Funktionieren von Märkten zu zeigen. Das erfolgreiche Gelingen von Transaktionen beruht nicht darauf, dass alle Beteiligten ein homogenes Verhalten einbringen, sondern **umgekehrt sind Transaktionen in der Lage, heterogene Verhalten erfolgreich zu koppeln**. Märkte sind Netzwerke von Transaktionen (von parallelen und sich kreuzenden Serien von Transaktionen), die alle möglichen Verhalten in Käufe-/Verkäufe koppeln können, ohne rationale Voraussetzungen notwendig zu machen. Anstelle von einer Rationalität der beteiligten Aktanten zu reden, haben wir es mit einer **institutionalen Rationalität der Transaktion selber zu tun, die in der Kopplung des Inhomogenen besteht**. Damit erweist sich der Markt als ein gesellschaftlicher Ort der Vermittlung von Akteuren, völlig unabhängig von ihren Familien, Stammes- oder Freundschaftsnetzwerken. Er ist ein öffentlicher Platz *sui generis (agora)*, auf dem beliebige Beziehungen hergestellt werden können: friedlich und ohne Anerkennungs- oder Zugehörigkeitsnachweis. Märkte sind ideale Arenen der erfolgreichen Begegnung von Fremden, die sich nur in den Aspekten koppeln, die sie beide in dem Moment interessieren, ohne das ‚soziale Gepäck‘ der sonstigen Beziehungsarbeit. Darin liegt ihre revolutionäre gesellschaftliche Funktion, die immer von Kulturkritik begleitet wurde, die den Markt als Auflösung tradierter Beziehungen ansah. Einziges Kriterium ist die Zahlungsfähigkeit bzw. die Verfügbarkeit über Eigentumsrechte.<sup>16</sup>

Was die beiden Aktanten in der Transaktion beschliessen, ist völlig ihnen allein anheimgestellt. Natürlich orientieren sie sich an vergleichbaren Alternativen auf dem Markt und wollen die beste Lösung. Das ist der Quellcode der Rationalität, die jeder in die Transaktion einbringen kann. Aber jede Transaktion ist letztlich ein lokales Ereignis, das sich aus der allgemeinen Komparation auskoppeln

---

kognitiven Mängelleistungen ausschliessen können (Ferguson 2009: 306 (Yudkowsky 2008: 91 – 109); eine zweite Liste emotionalen Verhaltens müsste aus der *neuroeconomics* hinzugefügt werden (Glimcher/ Camerer/Fehr/Poldrack 2009). Erst wenn alle Mängel ausgeschlossen sind, kann davon geredet werden, dass der untersuchte Akteur rational zu handeln fähig ist. Das ginge nicht allgemein, sondern nur empirisch.

<sup>16</sup> Das sind natürlich Exklusionsbedingungen. Die Marktfreiheit ist eine innerhalb seiner Ordnung, keine allgemeine Freiheit, den Markt jederzeit nutzen zu können. Um an Märkten teilzuhaben, bedarf es Leistungsangebote, die in den Transaktionen übertragen werden. Jede andere wirtschaftliche Teilhabe läuft über *non-markets*, die einen erweiterten Allokationsraum bilden (Öffentliche Güter, Sozialtransfers, Stiftungen, familiäre Versorgungen etc.). Hier haben wir es mit reziprozitären Systemen zu tun (vgl. Priddat 2016), die wir partiell im mutualistischen *bargaining* innerhalb von Transaktionen wiederfinden.

kann. Man kann sich sympathisch finden und eigne Übergaberegeln ersinnen. Oder man bricht die vergleichende Suche nach besseren Transaktionsmöglichkeiten ab, weil man es angemessen oder bequem findet, mit dem, den man gerade vor sich hat, den Vertrag einzugehen. Vor allem kommuniziert man und es reicht völlig aus, wenn man sich einig ist – aus welchen Gründen, Motiven, Anreizen etc. auch immer.<sup>17</sup>

*In utility-terms*: es kann mir mehr nutzen, eine Transaktion in persönliche *good relation* eingebettet zu sehen (ohne notwendig strategische Intentionen), weil ich dann meinen Vorteil mit dem Anderen koppele, und zwar in bewusster Form: ich kaufe bei ihm, damit es auch ihm gut geht. Nicht ‚gegen ihn‘. Das, was man von dem anderen nicht fordert (nicht optimiert), ist ein Geschenk, eine Gabe an ihn. Der Markt de-anonymisiert in dieser Lokalität. Bedeutsam ist die Feststellung, dass potentiell jede Transaktion de-anonymisieren könnte (wie ich wieder - aus persönlicher Treue - bei der Buchhandlung kaufe statt anonym bei Amazon zu bestellen). Es gibt keine natürliche Anthropologie des nutzenmaximierenden Menschen. Und es wäre unangemessen, diese *production of social mood* als Extension des Nutzenbegriffs zu verwenden.

Wir sehen, dass wir im realen Marktgeschehen häufig gabenökonomische Prozesse vorfinden, die nicht als effiziente Allokation verbucht werden, wohl aber als Allokation / Leistungsvermittlung (Priddat 2016). Und wir sehen, dass die Effizienzskalierung der Standardökonomie nicht zutreffen muss, wenn andere Skalierungen in die Transaktion einfließen.<sup>18</sup> Transaktionen sind mehrdimensional auslegbar: das kooperative oder *bargaining*-Momentum ist gleichsam *ingerollt* in der Transaktionsstruktur enthalten und jederzeit

---

<sup>17</sup> Die ökonomische Theorie versucht uns zu überreden, dass nur effiziente Handlungen ihr zuzurechnen seien. D.h. dass persönliche Beziehungen die mögliche Effizienz der Transaktionen übersehen. Was aber, wenn es für die Aktanden ‚effizient‘ ist, gerade eine persönliche Beziehung über die Transaktion zu generieren oder zu verfestigen? Man sieht leicht, dass es unangemessen ist, solche Beziehungen ‚effizient‘ zu ‚nennen, weil es gerade nicht um ein ‚Besser‘ oder ‚Optimum‘ geht, sondern um eine hybride Estimation, in der mehrere Aspekte kompariert werden und einen Nexus bilden, der auf der homogenen Skala des ‚mehr‘ oder ‚besser‘ nicht verzeichnet ist (Priddat 2015b).

<sup>18</sup> „Wir sind aber darin frei, die Entwicklung unserer Bedürfnisse selbst der Logik des Wettbewerbes zu unterwerfen. Letzten Endes steuern wir die Wirtschaft durch unsere Bedürfnisse. Dadurch gewinnt der Begriff der Konsumentensouveränität eine neue Bedeutung: Es geht nicht um die Freiheit, den individuellen Konsum zu realisieren, sondern darum, diesen aktiv zu gestalten und Beschränkungen zu unterwerfen, die wir frei bestimmen“ (Herrman-Pillath 2015).

aktivierbar<sup>19</sup>, als eigendefiniertes Geben und Nehmen. Selbst wenn sich Akteure angewöhnen, alle Transaktionshandlungen aus dem Eigeninteresse alleine zu betrachten – das historische Lernprogramm der Ökonomik -, ist das, was das eigene Interesse je sein soll und je sein kann, nicht *a priori* festgelegt und kann situativ und in der Interaktion modifiziert werden. Wenn wir die Alternativen, ihre Preise wie die eigenen Präferenzen als gegeben annehmen, als ontologische *facta*, kann die Transaktion nur als mechanische Antwort auf diese Vorgegebenheiten ausfallen.

Der finale transaktionale Konsensus ist der entscheidende Schritt, nicht die optimale Realisation aus dem Blickwinkel anderer Beobachter. Wenn Aktanden das Empfinden haben, ihr ‚Optimum‘ wäre erreicht, kann die Transaktion erfolgreich abgeschlossen werden, ohne dass optimale Optima gesucht werden. Der Erfolg der Transaktion beruht nicht darauf, dass beide die optimal mögliche Lösung erlangt haben, sondern die, die sie beide in der Situation für ausreichend halten.<sup>20</sup> Deshalb sind Komparationen – die Suche nach noch besseren Lösungen – jederzeit abbrechbar und der Wettbewerb wird dann ausgeschlossen. Die Unterstellung der ökonomischen Theorie, dass erst und immer dann abgebrochen wird, wenn die jeweils optimalsten Zustände erreicht sind, ist empirisch nicht haltbar. Die Rationalität der beteiligten Aktanten ist hochelastisch, d.h. im strengen Sinne wird sie nicht eingehalten, wenn die optimale Suche abgebrochen wird. Deshalb ist jedes Verhalten möglich und die Transaktionen sind dennoch erfolgreich, wenn die beteiligten Aktanden zufrieden sind. *Satisfying* ist das Kriterium, das Simon mit seiner *bounded rationality* als ausreichend eingeführt hatte. *Bounded rationality* formuliert aber immer noch eine - wenn auch eingeschränkte – *rational choice*. Es ist an dieser Stelle noch einmal zu wiederholen, dass jedes Verhalten transaktional bewältigt werden kann, auch Nicht-Rationalität oder Irrationalität. Niemand ist für den erfolgreichen Abschluss einer Transaktion verpflichtet, optimal zu handeln, wenn es ihm ausreicht, was im Kauf oder Verkauf gelingt. Wir haben mit der Transaktion einen Operator, der lediglich zwei Verhalten erfolgreich koppelt, ohne vorzugeben, welcher Art sie sein müssen. *Rational choice* hingegen ist ein normatives Konzept, das Akteure

---

<sup>19</sup> Eine *social string theory*.

<sup>20</sup> Robert Ayres spricht von einer „no-loss rule, instead of the maximizig principle utility rule of conventional Economics, namely that an exchange between two parties only happens if no one is worse off afterwards. Ayres calls this ‚transactional irreversibility of the pairwise exchange‘ ... „ (Lünsdorf 2015, mit Bezug auf Ayres 1994). Man will nicht schlechter aus der Transaktion herausgehen als man hineinging, aber nicht notwendig besser. Es geht vornehmlich um die Transformation, d.h. die Leistungsübergabe (als Allokation im engen Sinne, d.h. nicht als effiziente Allokation (vgl. genauer Priddat 2016)), nicht um deren Optimierung.



nötigt, komparativ aufmerksam zu sein. **Aber viele bewegen sich in den Märkten nach ganz anderen Kriterien, was den Markt nicht stört, der funktional alle Verhalten effektiv verarbeitet. Aber selten effizient.**

## Transaktionen als kulturelle Operatoren

Was leistet eine Transaktion? Sie vermittelt zwei Akteuren Leistungen. Eine Leistungsvermittlung heißt ökonomisch Allokation. Transaktionen sind bilaterale Allokationen: a bekommt eine Ware, b Geld. Wir konnten zeigen, dass diese Vermittlung / Allokation die entscheidende Leistung der Transaktion als Transaktion ist. Die Vermittlungsfunktion ist höherwertiger als die Effizienzfunktion. Sehen wir uns die Leistungscharakteristik genauer an:

Drei Dimensionen der Transaktion haben wir bereits identifiziert: sie ist

1. ökonomisch eine Leistungsvermittlung bzw. –übergabe,
2. juristisch gegen Betrug versichert (juridischer Revisionsvorbehalt, und
3. soziologisch eine Interaktion (d.h. nur als Interaktionspaar – als *pairwise matching* - marktrelevant).
4. Eine vierte Dimension ist bisher unbeleuchtet geblieben: ihre kulturelle Effektivität.

Effektivität ist nicht ‚Effizienz‘; das sei betont, weil der Ausdruck ‚kulturelle Effektivität‘ bereits ungewohnt ist. Juri M. Lotmann (2010) definiert Kultur: „Eine Kultur – vom kleinsten Element bis zum großen Makro-Design – verbindet, erforscht und nutzt mindestens zwei unvereinbare und doch untrennbare Sprachen, die nicht Wirklichkeit kodieren, sondern Bedeutungen durch Wechselwirkung produzieren“ (Baecker 2011: 10). In seiner englischen Version schreibt Dirk Baecker: “produce meaning through mutual interaction” (Baecker 2012: 1). Das genau erklärt die kulturelle Funktion von Transaktionen.

Sie leisten eine ungewöhnliche Vermittlung (die nicht dadurch aufgehoben wird, weil wir uns daran gewöhnt haben): Transaktionen vermitteln jedes Verhalten, wenn sie einen *social mood* herstellen, in dem beide Aktanden wechselseitig akzeptieren, das ihr Vertrag, d.h. ihre Interpretation dessen, was sie sich vermitteln, gültig bzw. akzeptiert wird. Im Gegensatz zu Ökonomik, die voraussetzt, dass beide wissen, was ihre Interessen und Nutzen unabhängig vom Transaktionsprozeß sind, entstehen die Nutzen potentiell erst im Prozeß (vgl. Fn. 3). Sie sind keine notwendig vorabgeklärten Tatbestände, sondern potentiell im *bargaining* der Transaktion erst gemeinsam herzustellen – und zwar potentiell singulär, lokal, nicht mehr mit dem umgebenden Markt

korreliert – ‘producing meaning through mutual interaction’.

Wir haben den Blick auf diese elastische Funktion der Transaktionen verstellt, wenn wir sie nur noch als Passierstellen vorgeklärter Individualrationalitäten sehen (wenn wir der Semantik der Ökonomik folgen). Als Instanzen der *mutual interaction* sind sie aber emergente Verhandlungsereignisse. Empirisch ist ihre emergente Wertbildung selten, aber latent jederzeit möglich. Doch gehen wir einen Schritt weiter, um die kulturelle Funktion herauszuheben.

Als elastische Operatoren sind die Transaktionen auch in den Standardsituation in der Lage, asymmetrische Beziehungen zu salvieren. Niemand ist gezwungen, einen Vertrag einzugehen, den er nicht freiwillig bedienen will. Auch die Informationen der Akteure sind häufig asymmetrisch, dennoch gehen sie die Transaktionen ein. ‘Asymmetrisch’ heist im strengen Sinne: dass die Rationalitätsbedingung nicht eingehalten werden kann bzw. nicht vollständig. Gemessen an dem, was die Akteure an Rationalität aufbringen sollten, verhalten sie sich empirisch vielfältig suboptimal. Jede suboptimale Transaktion ist – gemessen am strengen Rationalitätsstandard – *unvollständig* (d.h. potentiell reversionsoffen). Wenn aber die Transaktionen jedes Verhalten salvieren, das zu einem Abschluß kommt, den beide bilateral akzeptieren, *sind viele Transaktionen unvollständig, und bedienen dennoch die Märkte hocheffektiv.*<sup>21</sup> Dass sie unvollständig, aber effektiv sind, heisst, dass sie reversionlos akzeptiert werden, ohne die Rationalität des ‘best off’ auszureizen (vgl. Fn. 19).

Als kulturelle Operation hebt die Transaktion die Verschiedenheit der beiden Aktanden nicht auf: sie vergleicht nur, was zwischen ihnen (*mutually*) vermittelt wird, aber nicht sie selber noch die verhandelten Objekte. Ware bleibt Ware, Geld Geld. Und die beiden Aktanden bleiben, wie sie hineingingen. Ausser sie wandeln ihr Verhalten im Transaktionsprozess selber, indem sie sich

---

<sup>21</sup> Beide Aktanden gehen als ungleich in den Prozess. Die Transsubstantiation, Ware in Geld zu verwandeln, macht beide gleich im Resultat des Prozesses, kann aber nicht *a priori* unterstellen, dass dort etwas Gleiches vermittelt wird. Jede Gleichheit, als Vertragsresultat, kann verschieden sein. ‘Kann’ heisst: vom Potential der Transaktion als Transaktion her. Dass faktisch immer so transagiert würde, als sei schon von vornherein klar, was dort vermittelt wird, ist eine prozeßignorante Annahme. Denn potentiell entscheidet die *mutual interaction*, was transaktional gilt, nicht, was die Aktanden vorher bereits meinen bestimmt zu haben. Oder was man meint, dass ‘der Markt’ vorher bereits festlegt, was Geltung hat. Die Transaktion hebt ihre Asymmetrie nur partiell auf: indem sie ein bilateral akzeptiertes Ergebnis herstellt. Transaktionen produzieren ihr Ergebnis (außer man definiert die Akteure so, dass sie ihre gewünschten Ergebnisse vorproduziert haben): die Transaktion ist potentiell eine produktive Instanz, keine neutral Passage.

wechselseitig etwas zugestehen, was *ab ovo* ihnen nicht ersichtlich war. Die Transaktion kann anonyme Vermittlung leisten wie persönliche. Ihre kulturelle Elastizität erlaubt alle Formen von sozialen Beziehungen; in dem Sinne zeigt sie sich als eine besondere Soziologie, die wir in der Moderne als Marktkultur ausgefaltet bekommen haben. Sie ist der grosse Transmitter, d.h. die einzige kulturelle Instanz, der es gelingt, alle Verhalten in effektive Kooperation zu bringen. **Transaktionen sind in der Lage, heterogene Verhalten erfolgreich zu koppeln.** Das ist ihre kulturelle, d.h. marktkulturelle Leistung.

Die kulturelle Effektivität der Transaktion besteht darin, die verschiedenen Ausgangsbedingungen (verschiedene Verhalten, verschiedene Objekte, verschiedene Welten) zu vermitteln, aber nicht aufzuheben. Das ist die Bedingung für die hohe Effektivität der Transaktionen: immer wieder Anschlüsse zu generieren, auch in hochasymmetrischen Relationen (vgl. Rustemeyer 2015). Die Markttransaktionen 'kommerzialisieren' nicht notwendig die Verhalten und Objekte, wenn man damit meinen sollte, dass sie die Kulturen angleichen. Umgekehrt besteht die kulturelle Leistung bzw. Effektivität der Transaktionen darin, die kulturellen Verschiedenheiten zu vermitteln, ohne die Kulturen selbst zu vermitteln (im Sinne von 'angleichen').

Das ist insofern bemerkenswert, als der Verdacht, der Markt würde die Lebenswelten angleichen, kommerzialisieren, rationalisieren, nur bedingt gilt. Es liegt nahe, so zu reden, wenn man den Markt als Rationalisierungsveranstaltung betrachtet, die die Akteure zwänge, als *rational actors* zu operieren. Wenn Transaktionen die einzigen Elementare der Märkte sind, und wenn sie jedes Verhalten vermitteln, ohne das Verhalten mit Notwendigkeit 'anzugleichen', dann entfällt das Argument, dass Märkte / Transaktionen nutzenmaximierende Homogenität herstellen. Faktisch kann man das beobachten, kann aber gleichzeitig beobachten, dass viele Transaktionen subeffizient auslaufen, ohne dass die Märkte in ihrer Anschlußeffektivität gestört sind. Und man kann zusätzlich beobachten, dass etliche Transaktionen emergente *bargainings* tätigen, die ihre eigenen *mutual interactions* herstellen. *Bargaining* bzw. *mutual interaction* heisst, dass die jeweilige Bedeutung dessen, was vertraglich finalisiert wird, potentiell lokal /situational, interaktiv festgelegt werden kann. Von der Transaktionsstruktur moderner Märkte her spricht nichts dagegen (ausser das Faktum der Minimierung kognitiver Anstrengungen, das viele Transaktionen konventionell verlaufen läßt, d.h. als perennierende Kopie früher getroffener Entscheidungen. Das ist allerdings weder rational noch lokal, sondern serial (*economics of conventions*)).

Die Ökonomik, die jede Transaktion als effizient behaupten möchte, ist ein

normatives Program, dessen Valenz darin besteht, eine Reflektionsinstanz einzuführen, jede Transaktion so zu betrachten zu lehren, als ob sie rational erfolgen würde. Dafür unterstellt sie, dass das, was transaktional verhandelt werden kann, objektiv oder vorgegeben ist. Nur wo die Akteure sich so verhalten, dass sie nicht prüfen oder gar kooperativ modulieren, können wir die naturalistische Disposition der Ökonomik gelten lassen. Andersfalls nicht. Denn im Kern ist jede Transaktion potentiell eine singuläre *bargaining*-Möglichkeit (gleichsam ein eingerolltes Potential, das unter bestimmten Bedingungen entfaltet werden kann – eine Art ökonomischer *string-theory*).

In der neuen *digital economy* kristallisiert sich diese Singularität heraus, wenn Konsumenten individuell zugeschnittene Offerten bekommen, die

1. aus den statistisch ermittelten bisherigen Kaufbiographien rekonstruiert werden,
2. aus aktuellen Signalen (von Sensoren) und
3. aus den Trends, die die *social networks (communities, friends)* der jeweiligen Konsumenten anzeigen, die statussichernd in die Offerten algorithmisch eingearbeitet sind.

Wenn wir personalisiert zugeschnittene Offerten haben, ist jede Transaktion potentiell individuell-singulär (potentiell auch der Preis). Dann können wir nicht mehr von 'den Märkten' reden, nicht mehr allgemein 'vom Angebot' bzw. 'von der Nachfrage'. Märkte dissoziieren in Mannigfaltigkeiten individueller Offerten (mit potentiell individuellem *bargaining*) (vgl. genauer Priddat 2014c). Aus der reziprozitären Welt vormoderner Ökonomie (Polanyi 2014; Dommann 2014) über die anonymen Massenmärkte in die re-personalisierten Transaktionen hypermoderner Märkte sehen wir die Marktökonomie sich historisch wandeln. Es entsteht möglicherweise eine neue Marktkultur, die nur noch aus Abermillionen individueller und statistisch personalisierter Transaktionen besteht. Um das zu zeigen, brauchen wir die kulturelle Institution der Transaktion nicht zu erneuern, sondern vielmehr nur ihr verborgenes Potential entfalten.

## Literatur

Adloff, F. / Mau, St. (2005): Vom Geben und Nehmen. Zur Soziologie der Reziprozität, Ffm: Campus

Ayres, R. (1994): Information, Entropy and Progress – A New Evolutionary Paradigm, AIP-Press

Baecker, D. (2011): Künstliche Paradiese, 10 – 15 in: XING. Ein Kulturmagazin, H. 21, Jg. 7

Baecker, D. (2012): Artificial Paradise Revisited, [papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1865160](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1865160)

Bowles, S. (2014): Was Märkte können – und was nicht, 470 – 510 in: Herzog / Honneth 2014

Chesney, M. (2015): Zum Widerspruch zwischen der Logik des Finanzsektors und den Prinzipien des Liberalismus, 59 – 76 in: Pfeleiderer, G. / Seele, P. / Matern, H. (Hrsg.): Kapitalismus – eine Religion in der Krise II, Baden-Baden: Nomos

Commons, J. R. (1995 [1924]): Legal Foundations of Capitalism, New York: Macmillan.

Därman, I. (2010): Theorien der Gabe, Hamburg: Junius

Derrida, J. (1993): Falschgeld. Zeit Geben I, München

Dommann, M. (2014): Markttabu, 183 – 206 in: Dejung, Chr. / Dommann, M. / Chasse, D.Sp. (Hrsg.): Auf der Suche nach der Ökonomie, Tübingen: Mohr-Siebeck

Dumouchel, P. / Dupuy, J.P. (1998): Die Hölle der Dinge. René Girard und die Logik der Ökonomie, LIT-Vlg.

Falk, A. (2003): Homo Oeconomicus versus Homo Reciprocans: Ansätze für ein neues wirtschaftspolitisches Leitbild? 141 ff. in: Perspektiven der Wirtschaftspolitik 2003

Fehr, E. / Fischbacher, U. (2004): Social norms and human cooperation, in: Trends in Cognitive Sciences, 8 (4), April 2004, 185-190

Ferguson, N. (2009): Der Aufstieg des Geldes, Berlin: Econ

Freud, S. (1982): Warum Krieg? In: derselbe, Studienausgabe in 10 Bänden, Bd. IX, Ffm.

Girard, R. (2011): La violence et le sacré, Paris: Hachette Pluriel editions

Glimcher, P. W. / Camerer, C. F./ Fehr, E. / Poldrack, R. A. (2009) (Eds.): *Neuroeconomics: Decision Making and the Brain*. Amsterdam [u.a.]: Elsevier/Academic Press.

Greiner, U. (2012): Alles klar!, 52 – 55 in: ZEIT-Literatur Nr. 49 / Nov. 2012

Henaff, M. (2014): Die Gabe der Philosophen: Gegenseitigkeit neu denken. Transcript Vlg.

Herrmann-Pillath, C. (2015): Energie und Wirtschaft: Eine naturphilosophische Betrachtung, in: Enkelmann, W.D. / Priddat, B.P. (Hrsg.): Was ist?! Wirtschaftsphilosophische Anmerkungen, Bd. II, Marburg: Metropolis (im Erscheinen)

Herzog, L. / Honneth, A. (2014) (Hrsg.): Der Wert des Marktes, Berlin: Suhrkamp

Hillebrandt, F. (2008): Praktiken des Tauschens. Zur Soziologie symbolischer Formen der Reziprozität, Wiesbaden: VS-Vlg.

Hirschman, A.O. (1987): Leidenschaften und Interessen. Politische Begründungen des Kapitalismus vor seinem Sieg, Ffm.: Suhrkamp

Kabalak, A. (2011): Rationale Gründe für Kooperation, Anhang 1 in: Priddat, B.P.: Leistungsfähigkeit der Sozialpartnerschaft in der Sozialen Marktwirtschaft. Mitbestimmung und Kooperation. Marburg: Metropolis

Kabalak, A. / Priddat, B.P. (2014): Emotion, Gefühl und Entscheidung. Elemente einer Affektenlogik der Ökonomie. *Economics of persuasion X*, Kap. 10 IN. Priddat 2014b

Kahnemann, D. (2012): Schnelles Denken, langsames Denken, Berlin. Siedler

Lotmann, J. (2010): Die Innenwelt des Denkens. Berlin: Suhrkamp

Lünsdorf, N. (2015): Applied Thermodynamics in Evolutionary Economics, Dissertation an der Wirtschaftsfakultät der Universität Witten/Herdecke, Februar 2015

Mauss, M. (2000): The Gift, N.Y. / London: W.W. Norton

McCloskey, D. N. (2006): *The Bourgeois Virtues. Ethics for an Age of Commerce*, Chicago and London: The University of Chicago Press

Palaver, W. (2004): *Rene Girards mimetische Theorie*, Wien: LIT

Polanyi, L. (2014): *The Great Transformation*, Berlin: Suhrkamp

Priddat, B.P. (2006): Leidenschaftliche Interessen: Hirschmanns Theorem im Blickpunkt alternativer Rekonstruktionen, 29 – 54 in: Pies, I. / Leschke, M. (Hrsg.): *Albert Hirschmanns grenzüberschreitende Ökonomik*, Tübingen: Mohr-Siebeck 2006

Priddat, B.P. (2007): *Moral als Indikator und Kontext von Ökonomie*, Marburg, Metropolis

Priddat, B.P. (2011a): Mutual and self-enforcing agreements. Neue Anmerkungen zur Vertragstheorie der Ökonomie, 61 – 90 in: Wieland, J. (Hrsg.): *Die Zukunft der Firma*, Marburg: Metropolis

Priddat, B.P. (2011b): Kollaborative Vertragsprozesse und Netzwerke. Williamson and beyond, 111 – 146 in: Grüninger, St. / Fürst, M. / Pforr, S. / Schmiedeknecht, M. (Hrsg.): *Verantwortung in der globalen Ökonomie gestalten. Governanceethik und Wertemanagement*, Marburg: Metropolis

Priddat, B.P. (2012): *Akteure, Verträge, Netzwerke. Der kooperative Modus der Ökonomie*, Marburg: Metropolis

Priddat, B.P. (2014a): Wertlose Preise. Der Preis als Eintrittsgebühr in den Konsum. *Economics of persuasion IX*, Kap. 9 in: Priddat 2014b

Priddat, B.P. (2014b): *Economics of persuasion. Ökonomie zwischen Markt, Kommunikation und Überredung. Neue Einsichten in der Ökonomie*. Marburg: Metropolis

Priddat, B.P. (2014c): *Homo Dycetos. Netze, Menschen, Märkte. Über das neue Ich: market-generated identities*, Marburg: Metropolis

Priddat, B.P. (2015): Die *oikos-polis*-Differenz als prägende Struktur der neuzeitlichen Ökonomie/Politik-Formation, in: Därmann, I. / Winterling, A.

(Hrsg.): Oikonomia und Chrematistike. Wissen und Strukturen von „Wirtschaft“ im antiken und frühneuzeitlichen Europa (in Vorbereitung)

Priddat, B.P. (2015b): ‚mehr‘, ‚besser‘, ‚anders‘. Über den Steigerungsanspruch der Ökonomie, in: Enkelmann, W.D. / Priddat, B.P. (Hrsg.): Was ist?: Wirtschaftsphilosophische Erkundungen. Definitionen, Ansätze, Methoden, Erkenntnisse, Wirkungen, Bd. II / von III, Marburg: Metropolis

Priddat, B.P. (2016): Mehr als Effizienz? Über Allokation und die gabenökonomische Infrastruktur der modernen Ökonomie, in: Enkelmann, W.D. / Priddat, B.P. (Hrsg.): Was ist?: Wirtschaftsphilosophische Erkundungen. Definitionen, Ansätze, Methoden, Erkenntnisse, Wirkungen, Bd. III / von III, Marburg: Metropolis (in Vorbereitung)

Ricoeur, P. (2006): Wege der Anerkennung, Ffm.: Suhrkamp

Rustemeyer, D. (2015): Kulturen und Märkte, in: Enkelmann, W.D. / Priddat, B.P. (Hrsg.): Was ist? Wirtschaftsphilosophische Erkundungen, vol. 2, Marburg: Metropolis

Teubner, G. (2006): In the Blind Spot: The Hybridization of Contracting, 51 – 71 in: Theoretical Inquiries in Law, Vol. 7

Twain, M. (2012): Meine geheime Autobiographie, Berlin: Aufbau Verlag, 2 Bde.

Yudkowsky, E. (2008): Cognitive Biases Potentially Affecting Judgement of Global Risks, In: Bostrom, N. / Cirkovic, M. (eds.): Global Catastrophic Risks, Oxford



