

Die Macht von Unternehmen im Kapitalismus: Die mühsame Annäherung der ökonomischen Theorie an die Realität

Ulrike Herrmann

Offiziell versteht sich Deutschland als „soziale Marktwirtschaft“. Diese Wortwahl ist kein Zufall, denn Marktwirtschaft klingt kuschelig. Der Begriff erinnert an gemütliche Bauernmärkte, wo die Äpfel noch einzeln abgewogen werden, während man die neuesten Nachrichten aus der Nachbarschaft austauscht. Doch diese Marktwirtschaft gibt es nicht, in der viele kleine Firmen miteinander konkurrieren. Stattdessen leben wir im Kapitalismus, der sich dadurch auszeichnet, dass wenige Großkonzerne die gesamte Wertschöpfungskette dominieren, von den Rohstoffen bis zum Absatz.

Ordoliberalismus: Viel Ideologie, wenig Empirie

Wie extrem die Konzentration ist, zeigen die Zahlen für Deutschland: Großkonzerne machen zwar nur ein Prozent der deutschen Firmen aus, aber im Jahr 2015 generierten sie 67 Prozent des gesamten Umsatzes. Gleichzeitig sind 82 Prozent aller Firmen Kleinstbetriebe – aber gemeinsam kamen sie 2015 nur auf 7 Prozent des Umsatzes (Statistisches Bundesamt 2017: 521).

Diese Konzentration ist keineswegs neu. Seit etwa 1880 wird Deutschland von Kartellen, Trusts und Großkonzernen beherrscht (Abelshauser 2011: 173ff). Doch diese Realität kommt in der dominanten Theorie nicht vor. Stattdessen setzte sich in Deutschland der „Ordoliberalismus“ durch, der von einer „sozialen Marktwirtschaft“ träumt. Berühmtester Vertreter ist Ludwig Erhard, der es erst zum Wirtschaftsminister und dann von 1963 bis 1966 zum Bundeskanzler brachte.

Für die Ordoliberalen ist „der Markt“ kein Ort, an dem einfach nur Waren getauscht würden – so pragmatisch sahen es noch die Klassiker wie Adam Smith oder David Ricardo (Ötsch et al. 2018: 70). Stattdessen wird „der Markt“ zu einer normativen Fiktion überhöht: Er ist angeblich stets effizient, führt zur maximalen Gerechtigkeit und bedeutet größtmögliche Freiheit. „Der Markt“ ist keine empirische Tatsache, sondern wird a priori postuliert (Ötsch et al. 2018: 14).

Die Wirklichkeit der Oligopole kann nicht stören, weil die Realität keine Rolle spielt. Der Wettbewerb wird nicht erforscht, sondern einfach vorausgesetzt. In einer ungestörten Begegnung von Angebot und Nachfrage, so heißt es, würde sich der faire Preis herausbilden.

Nicht selten wird der Wettbewerb sogar zur eigentlichen Sozialpolitik verherrlicht. Erhard ist dafür typisch. In seinem Buch *Wohlstand für alle* lässt er fast keine Seite verstreichen, ohne die sozialen Segnungen der Konkurrenz zu preisen. Um ein paar seiner Sentenzen zu zitieren: „Das erfolgversprechendste Mittel zur Erreichung und Sicherung jeden Wohlstandes ist der Wettbewerb“ (Erhard 2009: 15). „Auf dem Wege über den Wettbewerb wird – im besten Sinne des Wortes – eine Sozialisierung des Fortschritts und des Gewinns bewirkt“ (Erhard 2009: 16). „Wohlstand für alle“ und „Wohlstand durch Wettbewerb“ gehören untrennbar zusammen“ (Erhard 2009: 17). Die Kursivsetzungen stammen

übrigens von Erhard selbst, der seinen zahllosen Wiederholungen offenbar nicht traute und daher zur Typographie griff, um die frohe Botschaft vom Wettbewerb garantiert an die Leser zu bringen.

Allerdings konnte selbst Erhard nicht völlig ignorieren, dass die Wirtschaft zur Konzentration neigt. Etwas umständlich klagte er: „Die Entwicklung der modernen Technik förderte ihrerseits noch einmal gewisse Monopolisierungstendenzen, so dass ohne Zweifel die Gleichheit der Wettbewerbsbedingungen allenthalben störend beeinträchtigt wurde“ (Erhard 2009: 200). Doch aus dieser Erkenntnis folgte nichts. Erhard war nicht bereit, sich zu fragen, wie viel von seiner „Marktwirtschaft“ wohl übrig bleibt, wenn alle wichtigen Branchen die von ihm bedauerten „Monopolisierungstendenzen“ aufweisen.

Wichtiger war das politische Ziel, dass die ökonomische Macht der Unternehmen nicht angetastet wird. Marktfundamentalisten arbeiten mit dem simplen Propagandatrick, die Welt in Gut und Böse einzuteilen. Die Dichtomie ist denkbar einfach: Der Markt ist Freiheit, und jeder „Eingriff“ ist eine Diktatur des Staates. Besonders wirkmächtig war der neoliberale Nobelpreisträger Milton Friedman, der kurz und bündig dekretierte: „Grundsätzlich gibt es nur zwei Arten, die wirtschaftlichen Aktivitäten von Millionen Menschen zu koordinieren: Die eine ist die zentral gelenkte, wobei mit Hilfe von Zwangsmaßnahmen gearbeitet wird, also den Techniken, wie sie Armeen und totalitäre Staaten anwenden. Die zweite Art ist die freiwillig gesteuerte, also die Kooperation einzelner Individuen, wie man sie auf jedem Marktplatz erleben kann“ (Friedman 2002: 36)

Gelegentlich wird behauptet, dass die deutschen Ordoliberalen eine andere Theorie vertreten würden als die angelsächsischen Neoliberalen, zu denen Friedman zählt. Doch im Marktfundamentalismus unterscheiden sie sich nicht, weswegen die Ordoliberalen im angelsächsischen Diskurs auch als „German neoliberalism“ beschrieben werden (Ötsch et al. 2018: 3, Fußnote 2).

Der Ordoliberalismus ist auch keineswegs überwunden, sondern gerade in Deutschland noch immer der offizielle Referenzrahmen. So hat sich der Vorsitzende der Monopolkommission Achim Wambach ausdrücklich auf Ludwig Erhard und seinen Staatssekretär Alfred Müller-Armack berufen, um zu untersuchen, inwieweit die Digitalisierung die Ökonomie verändert. Dabei geht auch Wambach davon aus, dass zu den typischen Charakteristika einer Sozialen Marktwirtschaft ein „fairer Wettbewerb im Sinne der vollständigen Konkurrenz“ gehöre (Wambach 2017: S. 2).

Wie schon zitiert, wusste aber selbst Erhard, dass der Einsatz von Technik zu „gewissen Monopolisierungstendenzen“ führt. Diese Erkenntnis geht auf Karl Marx zurück. In seinem *Kapital*, Band 1, hat er als Erster beschrieben, dass der Kapitalismus dialektisch ist: Konkurrenz endet stets im Oligopol oder gar im Monopol. Denn sobald Technik systematisch eingesetzt wird, um die Wettbewerber zu unterbieten, entfaltet sie ihre eigene Logik und Dynamik.

Marx: Der Kapitalismus neigt zum Monopol

Für jeden einzelnen Unternehmer ist es attraktiv, neue Maschinen anzuschaffen, die produktiver sind als die Anlagen der Konkurrenz. Denn sobald ein Fabrikant seine Waren billiger herstellt, kann er sie auch billiger verkaufen – und einen Extraprofit erwirtschaften, den Marx „Extramehrwert“ nannte. Die Wettbewerber müssen jedoch sofort nachziehen, wenn sie nicht vom Markt gefegt werden wollen. Also investieren auch sie in neue Maschinen, und der Extramehrwert verschwindet wieder.

Jeder Kapitalist unterliegt damit dem „Zwangsgesetz der Konkurrenz“, wird von seinen Wettbewerbern getrieben und weitet seine Produktion aus, um nicht unterzugehen. Doch die meisten Märkte sind irgendwann gesättigt und können die zusätzlichen Waren nicht mehr aufnehmen. Den Verdrängungswettbewerb überleben nur jene Firmen, die das beste Preis-Leistungs-Verhältnis bieten können. Dies sind meist die Großkonzerne, denn sie profitieren von steigenden Skalenerträgen: Je größer die Stückzahlen sind, desto billiger wird die eingesetzte Technik pro Stück.

Marx ging bereits implizit von diesen steigenden Skalenerträgen aus und war daher der erste Ökonom, der klar beschrieb, dass der Kapitalismus zum Oligopol neigt: Die kleinen Firmen werden verdrängt, bis nur noch wenige Großkonzerne eine ganze Branche beherrschen. Oder wie Marx es ausdrückte: Es kommt zur „Expropriation von Kapitalist durch Kapitalist“ und zur „Verwandlung vieler kleineren in weniger größere Kapitale“ (Marx 1962: 654).

Marx' Beobachtungen bestätigen sich auch, wenn zufällig völlig neue Märkte entstehen. Beispiel Internet: Es wurde in staatlichen Laboren entwickelt, doch kaum war es für die private Nutzung frei gegeben, dauerte es nur kurze Zeit, bis sich auch in den virtuellen Welten einige wenige Giganten durchgesetzt hatten, ob sie nun Amazon, Facebook oder Google heißen. Allerdings sind jetzt nicht mehr die industriellen Skaleneffekte wichtig, sondern die Internet-Giganten profitieren von den Netzwerkeffekten: Wer die meisten Daten besitzt, setzt sich schließlich durch. Aber wieder regiert das Oligopol, und für kleine Internetfirmen ist nur noch die Nische frei, wo sie kaum Umsatz machen.

Marx selbst sah diese Konzentrationsprozesse mit Freude. Er hoffte, dass der Kapitalismus von selbst untergehen würde – indem sich die Kapitalisten gegenseitig enteigneten, bis nur noch wenige Unternehmer übrig wären. „Je ein Kapitalist schlägt viele tot“, was die Revolution vereinfachte: Am Ende müsste die „Volksmasse“ nur noch „wenige Usurpatoren“ entfernen. „Die Expropriateure werden expropriert“ (Marx 1962: 791). Bekanntlich kam es anders. Der Kapitalismus mitsamt seinen Oligopolen erwies sich als bemerkenswert stabil.

Trotzdem ist es Marx' bleibendes Verdienst, dass er die Dynamik des Kapitalismus richtig beschrieben hat. Seine Erkenntnisse waren so epochal, dass sie sogar noch einen weiteren Ökonomen berühmt gemacht haben – Joseph Schumpeter. Er hat die Theorien von Marx detaillierter ausgeschmückt, mit einprägsamen Metaphern versehen – und einen neuen Helden eingeführt: den Unternehmer.

Schumpeter: eine kreative Variante von Marx

Hatte Marx nur summarisch festgehalten, dass die Kapitalisten ihre Produkte und Produktionsverfahren verbessern, unterschied Schumpeter nun fünf Varianten, was als Innovation gelten kann: neue Waren, neue Technik, Öffnung neuer Märkte, neue Rohstoffe oder eine neue Organisationsstruktur (Schumpeter 1983: 66). Dank dieser Innovationen

können Unternehmer zusätzliche Gewinne erwirtschaften, die bei Schumpeter „Extraprofiten“ hießen und nicht mehr „Extramehrwert“ wie noch bei Marx. Ganz wie bei Marx kann sich der Unternehmer nicht lange an seinen Monopolgewinnen freuen, denn prompt folgt der „Schwarm“ der Nachahmer, die diese Erfindung übernehmen, so dass der Extraprofit schwindet. So weit, so bekannt.

Bei Marx war der Kapitalist letztlich nur eine „Charaktermaske“, der die systemimmanenten Kräfte personifiziert. Schumpeter hingegen adelte die Unternehmer zur schöpferischen „Elite“. Sein „Entrepreneur“ ist ein Erfinder, ein kreativer Geist, ein energischer Führer, der „ein privates Reich“ gründen will. Er ist eine Kämpfernatur, will seine Überlegenheit beweisen, hat „Siegerwillen“ und „Freude am Gestalten“. Als Außenseiter löst er jenen „Sturm der kreativen Zerstörung“ aus, der die Konkurrenten in den Untergang reißt und den Kapitalismus immer wieder durcheinander wirbelt und vorantreibt.

Diese hemmungslose Überhöhung der kreativen Elite ist nicht nur befremdlich, sie war noch nicht einmal originell. Sie war nur die Antithese zu Marx und wäre ohne dessen Theorie gar nicht denkbar gewesen. Schumpeter hat versucht, „Marx von den Füßen auf den Kopf zu stellen“, wie es ein Biograph formulierte (McCraw 2009: 68f).

Schumpeter hat nie geleugnet, dass er seine zentralen Ideen von Marx übernommen hat, sondern lobte den Vorgänger ausgiebig: „Als ökonomischer Theoretiker war Marx vor allem ein sehr gebildeter Mann ... Er war ein unersättlicher Leser und ein unermüdlicher Arbeiter. Er übersah sehr wenige Beiträge von Bedeutung ... und stieß immer auf den Grund der Materie vor. ... Marx beschrieb den Prozess des industriellen Wandels deutlicher und erkannte deshalb dessen zentrale Bedeutung weitaus klarer als jeder andere Ökonom seiner Zeit“ (Schumpeter 2008: 21ff).

Schumpeter hatte für Marx so viel übrig, weil ihm klar war, dass die Annahme vom perfekten Wettbewerb unsinnig ist. Sie widerspricht nicht nur der Empirie – sondern würde auch rein theoretisch nicht funktionieren. Oder wie Schumpeter es formulierte: „Wenn der perfekte Wettbewerb die Regel wäre, gäbe es weit weniger Grund zur Freude, als man meinen könnte“ (Schumpeter 2008: 78).

Denn bei einem perfekten Wettbewerb bleibt unter anderem völlig unklar, wie Preise entstehen: Wenn alle Firmen miteinander konkurrieren, kann keine Firma die Preise beeinflussen. Aber wo kommen die Preise dann her? Jeder einzelne Betrieb kann seine Kosten nur berechnen, wenn er die Preise für Rohstoffe und Vorleistungen kennt, die er für die Produktion benötigt. Genau diese Preise sollen sich aber erst durch den Wettbewerb bilden. Die Marktfundamentalisten stecken in einem amüsanten Dilemma fest: Sie können zwar erklären – warum Schuhe billiger als Häuser sind – aber sie können nicht herleiten, wie Schuhe und Häuser überhaupt zu einem Preis kommen.

In einem Punkt sind sich Ordoliberaler, Marx und Schumpeter jedoch weitaus ähnlicher, als man zunächst annehmen könnte: In ihren Theorien spielt das Geld keine zentrale Rolle – weder als Krisenverstärker noch als Machtfaktor. Ludwig Erhard posierte zwar gern als „Vater der D-Mark“, aber tatsächlich hatten drei Amerikaner die Währungsreform von 1948 ausgearbeitet. Die deutschen Ökonomen durften nur die Merkblätter entwerfen, die die Bevölkerung informieren sollten (Abelshausen 2011: 123). Schumpeter hat zwar jahrelang an einer Geldtheorie gearbeitet, gab am Ende aber auf: Das Thema war zu schwierig (McCraw 2009: 155). Marx wiederum scheiterte daran, dass er letztlich glaubte, dass Geld gleich Gold sei (Marx 1962: 109). Daher konnte er auch nie schlüssig erklären, wie die Kreditvergabe funktioniert. Er kam über Fragmente nicht hinaus, die erst nach seinem Tod in Band III des *Kapitals* veröffentlicht wurden. Selbst überzeugte Marxisten verzwei-

feldn: „Offen gestanden sind diese Kapitel ein Durcheinander, obwohl voller anregender Einsichten“ (Harvey 2010: 331).

Keynes: Die Macht geht vom Geld aus

Eine umwälzende Theorie des Geldes lieferte erst John Maynard Keynes. Da er selbst jahrelang an den Börsen gewettet hatte, wusste er aus Erfahrung, wie mächtig die Finanzmärkte sind. 1936 wurde daraus seine „Allgemeine Theorie“. Bis heute hält sich das Missverständnis, dass es bei Keynes vor allem um „deficit spending“ ginge – also um schuldenfinanzierte Staatsausgaben, wenn die Unternehmen zu wenig investieren. Doch Keynes' Theorie ist weitaus grundsätzlicher: Er zeigt, dass die zentralen „Investoren“ im modernen Finanzkapitalismus nicht die „echten“ Unternehmer sind – sondern die Anleger und Spekulanten, die sich auf den Finanzmärkten tummeln. An den Börsen entscheidet sich, ob sich eine Kapitalanlage rentiert. Der moderne Kapitalismus wird durch die Spekulation getrieben (Keynes 1937).

Keynes war der erste Ökonom, der jenes Rätsel lösen konnte, das Marx und Engels bereits 1848 in ihrem *Kommunistischen Manifest* beschrieben hatten: Warum kommt es inmitten von Reichtum zu Armut und warum stehen Fabriken leer, obwohl Arbeitslose arbeiten wollen? Der Schlüssel ist das Geld: Es kann jederzeit zurückgehalten werden, wenn die Zukunft zu unsicher erscheint. Daher regieren die Erwartungen, der Zufall – und der menschliche Herdentrieb.

Da Keynes selbst professioneller Spekulant war, warnte er vor der Gefahr, dass Börsenwetten zum Selbstzweck werden – und dass nicht mehr die erwartete Profitabilität von Firmen zählt, sondern allein das Herdenverhalten der Finanzanleger. Er schrieb: „Spekulanten mögen so lange keinen Schaden anrichten, wie sie Blasen auf dem steten Strom des Unternehmertums gleichen. Die Lage wird jedoch heikel, wenn das Unternehmertum nur noch eine Blase im Strudel der Spekulation ist. Wenn die Kapitalbildung eines Landes zum Nebenprodukt eines Spielkasinos wird, droht die Aufgabe zu misslingen“ (Keynes 2008: 103). Keynes hatte damit eine Metapher geprägt, die bleiben würde: Es ist zu einer stehenden Redewendung geworden, vom „Kasinokapitalismus“ zu sprechen, wenn die Finanzmärkte gemeint sind.

Die Allgemeine Theorie war keineswegs allumfassend: Keynes wollte erklären, wie es zur Massenarbeitslosigkeit kam, und ließ daher alle Aspekte weg, die nicht unmittelbar die Weltwirtschaftskrise berührten. Daher fehlte beispielsweise das Thema, wie Finanzkapitalismus und Großkonzerne zusammenwirken oder wie die technische Dynamik die Ökonomie prägt.

Allerdings lag es nicht allein an den historischen Umständen, dass sich Keynes vor allem auf makroökonomische Großaggregate konzentrierte – dies war auch eine theoretische Entscheidung. Keynes interessierte sich nicht für mikroökonomische Fragen (und übernahm daher viele Fehler der Neoklassik). Ihm war es egal, wie Einzelpreise oder Gewinne entstehen (Robinson 1964: 76). Man darf vermuten, dass er nichts gegen Großkonzerne hatte, sofern sie nur ausreichend investierten.

Keynes' thematische Orientierung prägt seine Nachfolger bis heute. Auch bei den Post-Keynesianern sind die zentralen Themen noch immer: endogene Geldtheorie, Inflation als realwirtschaftliches (Lohn-)Phänomen, Unsicherheit und effektive Nachfrage sowie die Finanzpolitik (siehe etwa die Zusammenfassung auf www.iwp.jku.at/wiki/index.php/Post-Keynesianismus).

Es ist zwar jedem Post-Keynesianer klar, dass Oligopole das Marktgeschehen beherrschen, aber dieses Phänomen wird nur selten ins Zentrum gerückt. Eine Ausnahme war Michal Kalecki, der die Oligopoltheorie von Marx und Schumpeter weiter entwickelt hat. Wie Kalecki beschreibt, entscheidet der „Grad des Monopols“, wie hoch die Gewinnmarge ist, die die Firmen als Teil der Preise durchsetzen können. Sind die Oligopole ausgeprägt und die Profite hoch, sinkt die Lohnquote und die Ungleichheit steigt. Je höher jedoch die Gewinne der Unternehmen sind, desto unwahrscheinlicher ist es, dass der gesamte Profit wieder investiert wird. Nachfrage fehlt, so dass die Umsätze fallen – und die Investitionen noch weiter zurückgehen. Kalecki kommt zu dem Schluss, dass der Kapitalismus schon deshalb störungsanfällig ist, weil er zum Monopol neigt – was wiederum den Staat zwingt, permanent einzugreifen. Bei Kalecki ist das „deficit spending“ keine reine Krisentheorie wie bei Keynes, sondern permanent nötig, um die Konjunktur zu stabilisieren (Toporowski / Mamica 2015).

Die Fusion der Theorien

Wie schon das Beispiel Kalecki zeigt, wird der Post-Keynesianismus beim Thema Marktmacht besonders fruchtbar, wenn er sich mit anderen Schulen mischt. So bediente sich John Kenneth Galbraith auch bei den Institutionalisten, um zu beschreiben, dass die Großkonzerne faktisch eine private Planwirtschaft betreiben, in der technokratische Bürokraten das Sagen haben, die jedes Risiko scheuen (Galbraith 1967).

Mariana Mazzucato wiederum ging der Frage nach, wie es überhaupt zu Innovationen und neuen Großkonzernen kommen kann, wenn die privaten Firmen Risiken am liebsten meiden. Denn Grundlagenforschung ist prinzipiell unsicher und kann auch scheitern. Ihr empirisches Ergebnis: Es waren stets staatliche Labore, die den Computer, das Internet, die pharmazeutische Biotechnologie, die Nanotechnologie oder die regenerative Energie entwickelt haben. Allerdings stellte der Staat nicht nur das Wissen zur Verfügung – oft musste er zusätzlich noch dafür sorgen, dass die Erfindungen zu marktreifen Produkten wurden. „Die Regierung musste sogar die Kommerzialisierung des Internets unterstützen“ (Mazzucato 2014: 21f).

Der „kreative Zerstörer“ (Schumpeter) ist also nicht der geniale Unternehmer – sondern der forschende Staat. Trotzdem sind auch die Privatunternehmer wichtig. Allerdings sind sie weniger Entdecker, sondern vor allem Vermarkter der neuen Produkte. Steve Jobs hat nicht das GPS oder den Touch-Screen erfunden, aber er hat daraus das I-Phone gemacht. Heute ist sein Apple-Konzern ein Monopolist, aber diese Marktmacht wäre ohne den Staat nie möglich gewesen.

Mazzucato wollte dezidiert verschiedene Methoden fusionieren: Wie sie in ihrem Vorwort schreibt, sei es ihr darum gegangen, „das Denken von Joseph Schumpeter und Hyman Minsky zusammenzubringen“ (Mazzucato 2014: xviii). Dieser Ansatz hat garantiert Zukunft, wenn es darum geht, die Marktmacht von Unternehmen weiter zu erforschen.

Literatur

- Abelshauer, Werner (2011): *Deutsche Wirtschaftsgeschichte. Von 1945 bis zur Gegenwart*, München: Beck.
- Erhard, Ludwig (2009): *Wohlstand für alle*, Köln: Anaconda (Erstausgabe 1957).
- Friedman, Milton (2002): *Kapitalismus und Freiheit*, Frankfurt am Main: Eichborn (Erstausgabe 1962).
- Galbraith, John Kenneth (1967): *The New Industrial State*, Harmondsworth: Penguin.
- Harvey, David (2010): *A Companion to Marx's Capital*, London: Verso.
- Keynes, John Maynard (2008): *The General Theory of Employment, Interest and Money*, London: BN Publishing (Erstausgabe 1936).
- Keynes, John Maynard (1937): *The General Theory of Employment*, In: *The Quarterly Journal of Economics* Vol. 51 (2), 209–223.
- Marx, Karl (1962): *Das Kapital, Band I*, In: *Marx-Engels-Werke, Band 23*, Berlin: Dietz (Erstausgabe 1867).
- Mazzucato, Mariana (2014): *The Entrepreneurial State. Debunking Public vs. Private Sector Myths*, London: Anthem Press.
- McCraw, Thomas K. (2009): *Prophet of Innovation: Joseph Schumpeter and Creative Destruction*, Cambridge: Harvard University Press.
- Ötsch, Walter Otto / Pühringer, Stephan / Hirte, Katrin (2018): *Netzwerke des Marktes. Ordoliberalismus als Politische Ökonomie*, Wiesbaden: Springer VS.
- Robinson, Joan (1964): *Economic Philosophy*, Harmondsworth: Penguin.
- Schumpeter, Joseph A. (1983): *The Theory of Economic Development*, New Brunswick / London: Transaction Publishers (Erstausgabe 1911).
- Schumpeter, Joseph A. (2008): *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York: Harper (Erstausgabe 1942).
- Statistisches Bundesamt (2017): *Statistisches Jahrbuch 2017*, Wiesbaden.
- Jan Toporowski / Lukasz Mamica (2015): *Michal Kalecki in the 21st Century*, Houndmills: Palgrave
- Wambach, Achim (2017): *Soziale Marktwirtschaft: Herausforderung Digitalisierung*, In: *WPZ Analyse* Nr. 14, 28.4.2017, S. 1–9.