

ABWANDERUNG UND WIDERSPRUCH

Reaktionen auf Leistungsabfall
bei Unternehmungen, Organisationen und Staaten

von

ALBERT O. HIRSCHMAN

Dem Andenken von Eugenio Colorni (1909–1944),
der mich lehrte, wie aus Einfällen Ideen werden können.



1 9 7 4

J. C. B. MOHR (PAUL SIEBECK) TÜBINGEN

INHALT

1. Einleitung und Überblick über die bisher vertretenen Lehrmeinungen	1
„Abwanderung“ und „Widerspruch“	3
Spielraum für Leistungsverlechterungen und Schlafheit im Spiegel des wirtschaftswissenschaftlichen Denkens	4
Abwanderung und Widerspruch als Verkörperungen der Ökonomie und der Politologie	13
2. Abwanderung	17
Wie die Reaktionsweise Abwanderung funktioniert	18
Konkurrenz als Kollusion	21
3. Widerspruch	25
Widerspruch als Komplement zur Abwanderung	28
Widerspruch als Alternative zur Abwanderung	30
4. Eine besondere Schwierigkeit bei der Verbindung von Abwanderung und Widerspruch	37
5. Wie Monopole aus der Konkurrenz Nutzen ziehen können	46
6. Über räumliche Dyopole und die Dynamik von Zweiparteiensystemen	53
7. Eine Theorie der Loyalität	65
Die Aktivierung des Widerspruchs als Funktion der Loyalität	66
Wann ist Loyalität sinnvoll?	67
Die Abwanderungsdrohung des Loyalisten	70
Boykott	73
Elemente eines Modells des loyalistischen Verhaltens	74
Modifikationen des loyalen Verhaltens durch strenge Initiation und hohe Strafen bei Abwanderung	78
Die Loyalität und die Schwierigkeit der Abwanderung von „öffent- lichen Gütern“ (und Übeln) weg	83
8. Abwanderung und Widerspruch in der amerikanischen Ideologie und Praxis	90

9. Das Problem der optimalen Mischung von Abwanderung und Widerspruch	102
Anhang A: Eine einfache diagrammatische Darstellung von Widerspruch und Abwanderung	108
Anhang B: Die Auswahl zwischen Widerspruch und Abwanderung . .	111
Anhang C: Das Phänomen der Umkehrung	116
Anhang D: Konsumentenreaktionen auf Preiserhöhungen und Qualitätsverschlechterungen bei mehreren Liebhaberartikeln	119
Register	