



JONATHAN KELLER

Von der Bedeutung des Gewinns im Umgang mit Kaufen, Leihen und Schenken

Im Bestreben, gemeinsam verstärkt am Bewusstsein für die wirtschaftlichen und sozialen Zusammenhänge zu arbeiten, findet vom 17. bis 19. November 2017 am Goetheanum die Tagung «Ökonomie der Brüderlichkeit im Umgang mit Kaufen, Leihen, Schenken» statt.

Ueli Hurter berichtete in der Ausgabe vom 21. Juli 2017, dass Amazon, der weltweit größte Onlinehändler, die amerikanische Biolebensmittelkette Whole Foods Market, welche auch Demeter-Produkte vertreibt, übernehmen wird. Dadurch erhält Amazon neben zahlreichen Läden die Macht, die Preise für die durch Whole Foods verkauften Produkte praktisch im Alleingang festzulegen und sie ganz in den Dienst der Gewinnerzielung zu stellen.

Das Gewinnstreben, die Gewinnmaximierung wird gewöhnlich als die für den Antrieb des Wirtschaftsprozesses notwendige Kraft schlechthin betrachtet. Um diesen Antrieb aufrechtzuerhalten, werden – auch, wenn bereits ansehnliche Gewinne vorhanden sind – wo immer möglich die Kosten reduziert, Arbeitsabläufe rationalisiert, Firmensitze oder Arbeitsplätze ins Ausland verlegt, Mitarbeitende durch Maschinen ersetzt oder Löhne gekürzt. Um zugekaufte Produkte möglichst günstig beziehen zu können, verstärken Unternehmen ihre Marktstellung und erhalten so die Möglichkeit, die Preisbildung stärker zu beeinflussen.

Unter Gewinn versteht man heute den Mehrertrag, den ein Geschäft einbringt: Wenn also dem Gewinnenden durch einen Tausch oder Leihvorgang nach Abzug aller seiner Aufwendungen zur Erarbeitung, Bereitstellung und Finanzierung der durch ihn erbrachten Leistung immer noch ein Ertrag übrig bleibt. Genau genommen heißt dies jedoch, dass der Gewinnende, auf seinen eigenen Vorteil bedacht, immer auf Kosten seines Geschäftspartners wirtschaftet. Demzufolge müssen die Konsumenten aber um dieser Gewinne willen mehr bezahlen, also mehr verdienen, das heißt mehr arbeiten, als sie mit den Produkten an Werten erhalten. Aber auch der umgekehrte Fall ist möglich: Ist der Gewinner ein Konsument, hat er zu wenig für eine Leistung oder ein Produkt ausgegeben, um die Kosten des Anbieters zu decken. In diesem Fall werden der Anbieter und seine Mitarbeiter gezwungen, mehr zu arbeiten, mehr Produkte herzustellen und zu verkaufen, als es eigentlich notwendig wäre. So führt das heutige Gewinnstreben unumgänglich dazu, dass jeder Wirtschaftsvorgang einen Gewinner und einen Verlierer mit den uns bekannten sozialen Folgen erzeugt.

Auch Rudolf Steiner misst dem Gewinn als Antrieb des Wirtschaftsprozesses große Bedeutung zu. Im 10. Vortrag des «Natio-

nalökonomischen Kurses» äußert Steiner Folgendes: «So, dass es keine Stelle im volkswirtschaftlichen Prozess gibt, wo nicht von Vorteil und Gewinn gesprochen werden muss. Und dieser Gewinn, der ist nicht etwas bloß Abstraktes; dieser Gewinn, an dem hängt das unmittelbare wirtschaftliche Begehren des Menschen und muss daran hängen. [...] Und dieses Hängen an diesem Vorteil ist dasjenige, was eigentlich den ganzen volkswirtschaftlichen Prozess hervorbringt, was die Kraft in ihm ist.»

Bedeutet dies, dass Rudolf Steiner den Gewinn, wie er heute verstanden wird, gutheißt und anerkennt? Wer den ganzen 10. Vortrag oder den gesamten Vortragszyklus studiert, wird feststellen, dass Steiner den Begriff des Gewinns als den volkswirtschaftlichen Prozess antreibenden Faktor ganz anders, viel grundlegender als heute üblich auffasst und verwendet.

Der Gewinn beim Kaufen

Mit Gewinn bezeichnet Steiner zum einen den Vorteil, der jedem am Wirtschaftsprozess Beteiligten – dem Produzenten, dem Konsumenten und dem Händler – durch den Kaufvorgang zukommt: Der Produzent bevorzugt das erhaltene Geld anstelle seines (sonst vergehenden) Produktes; der Konsument bevorzugt das Produkt anstelle des Geldes, das sonst in der Tasche wertlos bliebe; der Händler schließlich steht in derselben Weise als Dienstleister für die beiden anderen – einmal als Käufer, einmal als Verkäufer –, mit demselben Gewinnverhältnis dazwischen. Damit ein reales Gewinnerleben für alle Beteiligten entsteht, ist es somit in keiner Weise notwendig, dass der eine zulasten des anderen mehr erhält, als er für die anteilmäßige Deckung seiner eigenen und der Bedürfnisse der Seinigen braucht.

Der Gewinn beim Leihen

Zweifellos wird es auch als Gewinn erlebt, wenn durch eine geschickte und effiziente Organisation der Arbeit – wie es bei der Arbeitsteilung geschieht – bei gleichbleibender Tätigkeitsdauer mehr produziert und verkauft werden kann als davor. Auch der hier – durch den die Arbeit organisierenden Unternehmer – entstehende Mehrwert treibt den Wirtschaftsprozess voran. Doch wenn dieser größer ist als die Lebensbedürfnisse des Unternehmers, wem gehört dann der Überschuss?

Im Seminar zum Nationalökonomischen Kurs meint Rudolf Steiner, dass jeder Arbeiter als Unternehmer zu verstehen sei und der entsprechende Überschuss gleichsam allen gehöre. Da er aber aus dem Organisieren der Arbeit gebildet wurde, entsteht die Frage, ob dieser Überschuss nicht dahin fließen müsste, wo in die Zukunft hinein unternehmerisches Wirken entfaltet und aufgrund dessen gefördert werden soll.

Die Weitergabe des unternehmerisch erwirtschafteten Gewinnanteils, die Grundlage künftigen Unternehmertums, nennen wir Leihen. Demnach können wir das auch andersherum formulieren: Im Kaufvorgang sollte so viel Unternehmergeinn enthalten sein, wie es für die Entfaltung und Förderung von neuen Unternehmungen an Leihgeld braucht.

Der Gewinn beim Schenken

Ein weiteres Erleben von Gewinn finden wir da, wo durch die Anwendung von energiebetriebenen Maschinen die Arbeit erleichtert und somit die Produktion gesteigert wird. Wem aber gehört der so zustande kommende Mehrertrag bei gleichbleibender Arbeitsleistung?

In Hinblick auf diese Frage kommt möglicherweise ein weiterer Gedanke aus dem «Nationalökonomischen Kurs» in Betracht, wo Rudolf Steiner von der unabdingbaren Notwendigkeit spricht, dass im gesunden Wirtschaftskreislauf alle einmal geschaffenen Werte wieder aufgelöst, vernichtet werden müssen. Dies geschieht immer dann, wenn die im freien Kultur- und Geistesleben tätigen Menschen (Lehrer, Künstler, Priester ...), die zwar unglaublich wertvolle Arbeit leisten, aber keine eigentlichen Werte im wirtschaftlichen Sinne schaffen, durch ihren Konsum solche ihnen zur Verfügung gestellten Werte verbrauchen.

Insofern Steiner im Zusammenhang mit diesen Zuwendungen an das freie Kultur- und Geistesleben immer von Schenken spricht, können wir sagen, dass im Kaufvorgang immer so viel an Schenkung enthalten sein muss, wie zur Finanzierung eines unabhängigen und vielseitigen Geisteslebens notwendig ist.

Die Ermittlung des richtigen Preises

Der richtige Preis, der keine Gewinnanteile nach herkömmlicher Auffassung enthält, bei dem also niemand bevorzugt oder benachteiligt wird, müsste freilich dauernd neu ermittelt werden. Damit dies auch Re-

alität werden kann, braucht es mehr als die Einsicht, was in diesem Preis richtigerweise enthalten sein soll. Denn das Wirtschaftsleben entsteht aus den Bedürfnissen der Menschen. Zur Befriedigung derselben gehört es zunächst dazu, dass sich dabei jeder selbst am nächsten steht:

«Denn der einzelne, der unmittelbar verbraucht, was er einkauft, der kann nur seinen egoistischen Sinn befriedigen. [...] Dagegen in dem Augenblick, wo sich in den volkswirtschaftlichen Prozess das assoziative Wesen hineinstellt, in diesem Augenblick wird ja das unmittelbar persönliche Interesse nicht da sein, sondern die Überschau wird tätig sein über den volkswirtschaftlichen Prozess; es wird das Interesse des anderen mit in dem volkswirtschaftlichen Urteil darinnen sein. Und ohne das kann nämlich ein volkswirtschaftliches Urteil nicht zustande kommen, sodass wir heraufgetrieben werden aus den volkswirtschaftlichen Vorgängen in die Gegenseitigkeit von Mensch zu Mensch und in das hinein, was sich dann aus der Gegenseitigkeit von Mensch zu Mensch des Weiteren entwickelt: das ist in Assoziationen wirkender objektiver Gemeinsinn – Gemeinsinn, der nicht hervorgeht aus irgendwelcher Moralinsäure, sondern aus der Erkenntnis der Notwendigkeiten des volkswirtschaftlichen Prozesses.» (Rudolf Steiner: Nationalökonomischer Kurs, 10. Vortrag, 2. August 1922)

In einer Wirtschaft, die ihre Gestaltung allein dem freien Markt, also den Einzel- und Gruppenbedürfnissen und deren egoistischem Gewinnstreben überlässt, können also nie richtige Preise zustande kommen. Dies wird, folgt man Steiners Ausführungen, erst dann möglich werden, wenn regionale und branchenbezogene Gremien, die Assoziationen, zusammengesetzt aus Vertretern von Konsumenten, Händlern und Produzenten, die Preisgestaltung an die Hand nehmen.

In der Hoffnung, einige Impulse in diese Richtung initiieren zu können, veranstalten mehrere Einrichtungen vom 17. bis 19. November 2017 am Goetheanum zusammen die Tagung «Ökonomie der Brüderlichkeit im Umgang mit Kaufen, Leihen, Schenken». Weitere Informationen dazu finden Sie auf www.goetheanum.org oder auf www.confodera.ch

Bild Confoedera-Förderverein nach den Angaben von Rudolf Steiner im NÖK

ST