



Christian Hiß
Richtig rechnen!
Durch die Reform der Finanzbuchhaltung zur ökologisch-
ökonomischen Wende
SBN 978-3-86581-749-5
124 Seiten, 14,8 x 21 cm, 19,95 Euro
oekom verlag, München 2015
©oekom verlag 2015
www.oekom.de

Echte Ökonomie

Als Gärtner arbeitete ich mit den Gesetzen des Aufbaus und des Abbaus der natürlichen Fruchtbarkeiten und bin deshalb mit der ursprünglichsten aller Ökonomien vertraut, dem Haushalten mit den natürlichen Ressourcen und den Gesetzen ihrer Regeneration. Ich kenne ihre Belastbarkeit und arbeite am erfolgreichsten innerhalb der Grenzen, die sie auszuhalten in der Lage sind. In den vergangenen Jahrzehnten hat aber ein Ökonomieverständnis die Oberhand gewonnen, das diese Gesetzmäßigkeiten und Grenzen missachtet. Man geht mit den natürlichen und sozialen Ressourcen um, als wäre ihre unendliche Verfügbarkeit und Leistungsfähigkeit gegeben.

Dieses falsche Wirtschaften wird abgeleitet aus einem konstruierten und abstrakten Rechenschema, das zwar jedes Unternehmen anwendet, das aber trotzdem nicht richtig ist. Es verengt den Blick auf eine unvollständige Abstraktion und macht blind für die ganze Realität des jeweiligen Wirtschaftsprozesses. Man hält die gewonnenen Zahlen der betriebswirtschaftlichen Rechnung für das Abbild der ökonomischen Wirklichkeit und übersieht dabei, dass die Rechnung aber nur einen bestimmten Teil dieser Wirklichkeit widerspiegelt, wesentliche Faktoren des Wirtschaftens aber ausblendet und übergeht. Die Konsequenz davon wird an den zunehmenden Risiken und Schäden an Natur und Gesellschaft deutlich. Bisher hat man sie leichtfertig übergangen, das wird zukünftig nicht mehr so einfach sein, denn sie werden sich als sich

realisierende Vermögensverluste wieder bemerkbar machen. Der Raubbau am Natur- und Sozialvermögen wird durch steigende Preise, die Reparaturkosten von Schäden durch Naturkatastrophen und Maßnahmen zur Befriedung sozialer Verwerfungen in der Belastung des Staates, der Rechnung bei den Unternehmen und in der Folge beim Privatvermögen wieder auftauchen. Mit steigenden Kosten aus externalisierten Risiken und Schäden wird dem Staat nichts anderes übrig bleiben, als die Steuern und andere Zwangsabgaben zu erhöhen. Um es pathetischer zu formulieren: Die durch den betriebswirtschaftlichen Tunnelblick ausgeblendeten Seinsbereiche der natürlichen und gesellschaftlichen Wirklichkeit verschaffen sich wieder Geltung und Achtung, sie lassen sich durch abstrakte Effektivitätskalkulationen nicht einfach wegrechnen.

Es wäre daher sinnvoller und konstruktiver, eine neue, der Gesetzmäßigkeit der lebendigen Natur und der sozialen Verantwortung entsprechende Buchhaltungs- und Bewertungsmethode einzuführen, anstatt die falsche Rechnung weiter voran zu treiben und die Risiken und Schäden für Wirtschaft und Gesellschaft noch mehr zu erhöhen. Finanzielle Gewinne von Unternehmen sind dann echte Gewinne, wenn gleichzeitig die sozialen und natürlichen Vermögen zunehmen und nicht abnehmen. Ist das nicht der Fall, dann sind finanzielle Gewinne nur Scheingewinne. Würde die Gesamtrechnung stimmen und wären die Variablen der Kalkulation andere als jetzt, dann wäre auch wieder Wirtschaftswachstum möglich und sinnvoll, ein Wachstum, mit dem und vom dem alle gut leben können, jetzt und in Zukunft.



Nachhaltigkeit und Regionalität

Nachhaltigkeit und Regionalität sind Trendthemen. Und das ist auch dringend notwendig, in Anbetracht der herrschenden, vielfach problematischen Zustände in Wirtschaft, Natur und Gesellschaft. Doch ihre Allpräsenz macht stutzig – sind es etwa zwei Begriffe, die man in die Wortgattung von Uwe Pörksens Plastikwörtern einreihen kann? Ganz von der Hand zu weisen ist die Vermutung nicht, denn sie sind anziehend und mobilisierend, aber auch dehnbar und unbestimmt. Universell brauchbar, wenn es darum geht aufzuzeigen, dass man verantwortungsvoll denkt und handelt. Sie besitzen einen großen Hof, aber ihr gehandelter Bedeutungsumfang ist eng begrenzt. Was heißt regional? Wo beginnt eine Region und wo hört sie auf? Und was meint man überhaupt, wenn man Regionalität sagt und einfordert? So spontan, wie man mit dem Begriff eine Vorstellung und ein Gefühl des Vernünftigen verbindet, so unbestimmt wird er auf der Suche nach seiner konkreten Definition. Neuere Umfragen unter Konsumenten zeigen, dass »Regionalität« als Kaufmotiv »Bio« bereits abgelöst hat. Aber kaum jemand kann näher bestimmen, was für ihn regional in Entfernung bedeutet. Sind 50 Kilometer Transport für die Lebensmittel akzeptabel oder gar 500 Kilometer? Meist wird das Bild vom Bauern auf dem Markt in der Stadt oder der Hofladen in der Nähe als Antwort gegeben. Selten wird hinterfragt, ob die Produkte in jenem Hofladen auch auf dem Hof produziert wurden. Oft ist dies nicht der Fall, aber man ist schon beruhigt, wenn man in der Nähe

einkauft. Völlig hinter dem Vorhang der Unkenntnis sind bisher die Bedingungen und Wirkungen, die mit der Erzeugung dieser Produkte einhergehen. Wahrscheinlich beruht der Trend zur Regionalität auf ganz subjektiv-psychologischen Ursachen, nämlich den Bedürfnissen nach menschlicher Nähe, Kooperation und Sozialisation als Gegengefühl zur Verlorenheitsempfindung in der globalisierten Welt. Die Verbindung zur ökologisch-ökonomischen Vernunft ist relativ, denn regionaler Konsum ist nicht gleichbedeutend mit ökologisch sinnvollem Konsumieren. Um dies objektiv tragfähig nachweisen zu können, müssen viele Faktoren hinzugezogen werden, die im Ergebnis oft eher ernüchternd sind. Regionalität und die mit ihr einhergehenden Verheißungen sind nicht alleine abstrakt zu fassen, sie müssen im eigenen Erleben innerhalb einer sozialen Beziehung gesucht und auf ihren ökonomischen Wert näher bestimmt werden. Im reinen Ökologischen löst sich der Vorteil oft auf, weil die regionale Beschaffung nicht automatisch ökologischer ist als die überregionale.

Ein Beispiel dafür ist die wissenschaftliche Diskussion um den vermeintlich ökologischen Vorzug des Konsums regional versus überregional produzierter Äpfel. Regelmäßig haben die in Neuseeland erzeugten, in großen Mengen transportierten und in Deutschland konsumierten Äpfel in wissenschaftlichen Untersuchungen die günstigere Ökobilanz gegenüber den Äpfeln aus regionaler Produktion, die über Monate in energieintensiven Kühllagern bis zu ihrem Verkauf gelagert werden.

Doch untersucht man den Begriff Regionalität von seiner sozioökonomischen Seite, so macht er ganz objektiv Sinn. Regionale Konsummotive sind letztendlich ökonomische Werte, weil sie Garanten der Versorgung und des Wohlstands im lokalen Handlungsspielraum des einzelnen Menschen sind. Überregionale Großstrukturen sind anfällig und bergen enorm viele versteckte Risiken für jedes Unternehmen und gleichbedeutend für jeden Konsumenten und jedes wirtschaftende Subjekt.

Ein wichtiger Gesichtspunkt in dieser Diskussion ist die Herkunft der Produktionsmittel. Es genügt nicht, wenn man nur ein Endprodukt, wie zum Beispiel einen fertigen Kopfsalat, auf seine Endherkunft prüft. Will

man einen tatsächlichen regionalökonomischen Mehrwert schaffen, so muss man die ganze Wertschöpfungskette betrachten und einfordern, dass auch das Saatgut, die Energie, die fachliche Qualifikation und die Fruchtbarkeit in Form von Pflanzennährstoffen aus der Region stammen. In der Regel ist es im Moment so, dass das Samenkorn für den Salatkopf aus Australien oder China stammt, die Jungpflanze aus den Niederlanden, das Substrat, in dem der Setzling wächst, russischer Herkunft ist, die Arbeitskraft, die die junge Pflanze in den heimischen Erdboden pflanzt und später wieder erntet, für einen kurzen schlecht bezahlten Arbeitsaufenthalt aus Rumänien oder Polen in Deutschland weilt und die Traktortechnik amerikanischer Herkunft ist. Die Energie, mit der der Traktor angetrieben wird, stammt aus arabischen Ölquellen, und der Stickstoffdünger, mit dessen synthetisch energieintensiv hergestellten Nährstoffen der Kopfsalat wächst, wird vornehmlich in russischen und osteuropäischen Fabriken produziert.

Sind schließlich alle Komponenten an einen Ort zusammengeführt, wächst der Salatkopf in vielleicht sechs Wochen in der Region heran und wird dann geerntet. Wie weit er nach der Ernte wiederum wegtransportiert wird, bevor er endlich seiner endgültigen Bestimmung auf dem Teller eines Konsumierenden angekommen ist, hängt alleine davon ab, wie der Produzent vermarktet und nach welchen Kriterien der Konsument einkauft. Beispiele für eine geografisch völlig entgleiste Praxis der Nahrungsmittelversorgung gäbe es mehr als genug.

Also: Regionalität, wie sie im Moment verstanden und vielfach propagandistisch verwendet wird, ist nicht mehr als ein Wunsch- und Trugbild. Bei differenzierter Betrachtung und dem Versuch, regionales Wirtschaften genauer zu fassen, wird es aufwendig. Die konkrete Umsetzung von echter regionaler Herkunft bei Nahrungsmitteln ist unter den derzeit gegebenen Umständen so gut wie unmöglich, dafür müsste sich sehr viel an der gängigen Praxis in der Nahrungsmittelproduktion ändern.

Fast ebenso scheint es mit dem Begriff der Nachhaltigkeit zu sein, denn bei näherer Betrachtung fällt er auseinander und zerrinnt in der Komplexität des Gemeinten. Die Leitbegriffe der Nachhaltigkeit sind

das Dreigestirn Ökonomie, Ökologie und Soziales. In der allgemeinen Vorstellung ist die Gleichstellung dieser drei Wirklichkeitsbereiche das Ziel nachhaltigen Lebens. Neben der übermächtigen Wirtschaft sollen Natur und Zwischenmenschliches ihren Wert zugesprochen bekommen. Das verlangt auch die Wirtschaftsethik meist in Form von politisch geforderten und gesetzlich verankerten Leitplanken, in deren Zwischenraum die Wirtschaftsunternehmen ihren Aktionsraum bekommen sollen. Der große übergeordnete Denkraum, der zum ersten Mal 1972 vom Club of Rome in seiner immer noch hochaktuellen und seiner Zeit weltweit beachteten Studie »Die Grenzen des Wachstums« gesteckt wurde, ist die Sicherung der Überlebensfähigkeit zukünftiger Generationen auf der Erde. 1987 hat die Brundlandt-Kommission nachgelegt und in ihrem Bericht die Aussagen bekräftigt.

Ab diesem Zeitpunkt startet der Begriff »Sustainable Development« seine Karriere. Der zügellose Raubbau und die allgegenwärtige Überlastung natürlicher Grundlagen sollen gestoppt werden und die Achtung vor der Kreatur oberste Priorität erhalten. Die Menschheit, jede Nation, jede Kommune und jeder Mensch, ist dazu aufgerufen, sich so nachhaltig zu verhalten, dass künftige Generationen die Chance haben sollten, in demselben Wohlstand leben zu können wie die gegenwärtige. Seit dieser Zeit sind unzählige gut gemeinte Aktionen, Ideen und Projekte durchgeführt und auf den Weg gebracht worden. Die Wirtschaftsunternehmen überschlagen sich mit ihren Propagandaaktivitäten rund um die ökologischen und sozialen Fragestellungen und mahnen besorgt an, man dürfe das Wirtschaften in all den ökologisch und sozial guten Absichten nicht vergessen und den Wohlstand nicht gefährden. An den Universitäten und Schulen stehen Nachhaltigkeitsthemen in den Curricula und die Politik spielt die Regulierende und versucht, der Wissenschaft und der Wirtschaft die Deutungshoheit über den Begriff streitig zu machen. Selbst die Kirchen haben das Thema entdeckt und bringen den moralischen Imperativ gegen die Wirtschaft in Stellung. Die Schöpfung soll bewahrt werden, heißt es. Bei genauem Hinsehen stecken sie ebenfalls in der Ökonomiefalle und rechnen auch nicht besser.

Mittlerweile ist der Begriff »Nachhaltigkeit« gesellschaftlich eingeführt und zur Vokabel der Alltagssprache geworden.

Nun wäre es an der Zeit, dass man es endlich begreifen würde: Die Aufspaltung des Nachhaltigkeitsbegriffs in Ökonomie, Ökologie und Soziales ist eine schlechte Erfindung, ein Denkfehler und nichts als der Versuch, den gegenwärtig etablierten Ökonomiebegriff von Ballast zu befreien und von seiner Unvollständigkeit abzulenken. Das Eigentliche, worum es geht, wenn wir die gegenwärtige Situation reflektieren müssen, ist der gültige Wirtschaftsbegriff und seine mit ihm verbundene Rechenmethode – weil: Nachhaltigkeit ist eine ökonomische Einheit und nichts anderes. Soziale und ökologische Leistungen der Unternehmen sind ökonomische Leistungen und kosten Geld. Werden die Leistungen nicht erbracht, weil sie niemand bezahlen will, kostet es später auch Geld. Bei genauerer Betrachtung sind sich die Bereiche Ökonomie, Ökologie und Soziales immanent und fallen ineinander hinein. Ökologisches und soziales Fehlverhalten ist gleichzeitig ökonomisches Fehlverhalten und nichts anderes. Denn die Schäden und Verluste, die an der existenziellen Grundlage allen Lebens durch das Wirtschaften verursacht werden, werfen Kosten und Risiken auf, und zwar nicht erst in Zukunft, wie man hofft, sondern im Moment ihrer Entstehung.

Das bedeutet: Die Kernfrage des Problems nicht nachhaltenden Wirtschaftens in Bezug auf die sozialen und ökologischen Parameter ist nicht in erster Linie in außerökonomischen, wie ethisch-moralischen oder idealistischen Kategorien zu suchen, sondern in ökonomischen.

Erfolgreiches Wirtschaften ist nicht das, was wir heute unter dem Diktat einer unvollständigen und deshalb falschen betriebswirtschaftlichen Rechnung verstehen, sondern wenn so gewirtschaftet wird, dass keine ökologischen und sozialen Risiken, Kosten und Folgekosten im je eigenen ökonomischen Handlungsradius eines Unternehmens oder eines Konsumenten entstehen.

Aber der heutige Begriff von Ökonomie ist fehlgeleitet, denn weder Unternehmer noch Wissenschaftler, weder Banker und Finanzbeamte noch Wirtschaftsprüfer und Steuerberater haben es bisher geschafft,

in ihrer Blickfeldbegrenzung richtig zu rechnen und die Wertigkeiten und Risiken des gegenwärtigen Wirtschaftens richtig zu kalkulieren. Wir sind seit Jahrzehnten Meister im Externalisieren, im Ignorieren wesentlicher Faktoren einer wirtschaftlichen Unternehmung. Die Axiome stimmen nicht, sie sind nicht haltbar. Die Folgen davon bekommen wir zu spüren: in überschuldeten Staaten, atomar verseuchten Regionen, unfruchtbaren Kühen, ausgeräumten Landschaften, dauernd sich steigern den Krankenkosten, ruinierten Ackerböden, dahinsiechenden ländlichen Regionen und versteckten sozialen und ökologischen Risiken aller Art. Atomstrom ist nicht billig, sondern der teuerste überhaupt, wenn die kalkulatorischen und tatsächlichen Folgekosten und unüberschaubaren Risiken richtig bilanziert und in die Strompreise eingehen würden. Der Liter Milch würde nicht 50 Cent kosten, sondern mindestens zwei Euro, das Kilo Spargel mindestens 15 Euro statt sechs Euro, wenn man die Kollateralschäden der überrationalisierten und industrialisierten Landwirtschaft an Mensch und Natur gewissenhaft einrechnen würde. Ein ausreichender Lohn, sinnvoll gestaltete Arbeitsplätze und mehr Verantwortung bei der Arbeitsübertragung wären mit Sicherheit das wirkungsvollste Mittel, um die Krankenkassen zu entlasten und die Krankenstände zu reduzieren.

Die ökonomische Rechnung, derer wir heute folgen, zielt auf den Vermögensverlust an den sozialen und natürlichen Ressourcen zugunsten von kurzfristigen finanziellen Vermögenszuwächsen, die wiederum in eventuell Verlust erzeugende Unternehmungen investiert werden. Soll der Wohlstand dagegen nachhaltig gesichert werden, müssen die ökologischen und sozialen Kosten der Wiederbeschaffung im Moment ihrer Entstehung eingerechnet werden. Bei objektiver Kalkulation übersteigen die ökonomischen Risiken und die versteckten Vermögensverluste des auf Kurzfristigkeit ausgelegten Wirtschaftens wahrscheinlich bereits jetzt die finanziellen Gewinne der Unternehmen.

Die Nachhaltigkeitsdebatte konnte zwar schon einiges bewirken, doch an die Wurzel des Problems traut sich noch kaum jemand richtig heran. Im Gegenteil, die überkommenen Denk-, Handlungs- und Rechenmuster

haben sich derart festgesetzt, dass es kaum möglich ist, einigermaßen objektiv über das faktische Zusammenspiel von ökologischen Werten und der Betriebswirtschaft zu sprechen. Zum Beispiel müssen die Nahrungsmittel nach wie vor billig sein, egal welche Schäden und versteckten Kosten bei ihrer Produktion entstehen. Der Anteil, den die Menschen in Deutschland prozentual von ihrem Einkommen durchschnittlich für ihr Essen ausgeben, ist mit gerade noch zehn Prozent historisch niedrig. Eigentlich gibt es ja nichts dagegen einzuwenden, wenn durch eine sinnvolle Rationalisierung die Produktion effektiver und der Arbeitsaufwand geringer werden. Aber die Rechnung muss wirklich stimmen und die nachhaltige Sicherung der Lebensgrundlagen nach sich ziehen.

Heute ist es so, dass derjenige Unternehmer der Dumme ist, der grundlegend nachhaltig wirtschaftet, Schäden und Risiken vermeidet und deshalb einen höheren Aufwand hat. Im Wettbewerb am Markt mit seinen verzerrten Verhältnissen kann er nur schwer bestehen oder wird, wenn er seine wahren Kosten auf die Preise umlegt, als Wucherer abgetan. »Bio-produkte seien zu teuer«, ist immer noch ein in der Gesellschaft weit verbreitetes Vorurteil. Dass der Preis deshalb höher ist, weil der ökologisch sorgsam arbeitende Bauer durch sein Wirtschaften Schäden und damit Folgekosten vermeidet, somit richtig rechnet und zukünftigen Generationen Wohlstand ermöglicht, ist nur wenigen klar.

nummer	konto	konto	konto			
664034	3331	4666	1701	17.08.2014	Futtermittel Käber	Aufwan
664035	3331	4666	1701	18.08.2014	Futtermittel Sauen	Aufwan
70355	6345	3000	1702	18.08.2014	Kraftstoff	Aufwan
				19.08.2014	Düngemittel	Aufwan
7276	1701	3000	9400	22.08.2014	Hilpfung Stall 03	Aufwan
				26.08.2014	Strom Hühnerstall	Aufwan

Verantwortung und Markt

Die scheinbar allgegenwärtige Forderung der Konsumentenschaft nach billigen Nahrungsmitteln wird von den Bauern, den Verarbeitern und den Händlern dieser billigen Nahrungsmittel gerne als Rechtfertigung für ihr eigenes ruinöses Wirtschaften benutzt, ist aber im Grunde nur ein hilfloser Versuch, sich aus der eigenen Verantwortung zu ziehen. Denn bevor auch nur ein Konsument ein billiges Nahrungsmittel überhaupt kaufen kann, wurde es bereits billig produziert und am Markt angeboten. Billig darf in dem Zusammenhang nicht mit rationell und effizient verwechselt werden, sondern meint die im doppelten Sinne billige, das heißt qualitativ schlechte und schadensverursachende Produktion. Wie oft hört man von den Bauern und ihren Vertretern die Aussage: »Wir würden ja gerne anders produzieren, die Mitarbeiter besser bezahlen und die Umwelt schützen, die Nutztiere besser behandeln und den Boden mehr schonen, aber die Konsumenten wollen für ihre Nahrungsmittel nicht mehr bezahlen.«

Diese Aussage ist wertlos, auch wenn sie sehr häufig verwendet wird. Denn würde kein Produzent jemals billig produziert haben, weil er seine Preiskalkulation objektiv richtig, das heißt unter Einbezug der ökologischen und sozialen Sorgfalt erstellt hat, könnte kein Konsument billig einkaufen. Die ökonomische Verantwortung für die Verursachung von Schäden und Risiken, die durch die Billigproduktion von Nahrungsmitteln entstehen, liegt eindeutig beim Produzenten oder Lieferanten, denn

er macht den ersten Schritt, indem er das Angebot unterbreitet und Anreize setzt. Wurde das Angebot am Markt angenommen, sagt er, die Kunden wollen das Produkt mit dem niedrigeren Preis.

Bisher ist aber am Produkt nicht erkennbar, warum es billiger geworden ist. Man nimmt gemeinhin an, dass es durch die gesteigerte Effektivität in der Gestaltung der Produktionsabläufe im Preis günstiger geworden ist. Es kann aber auch sein, dass durch die günstigere Produktion ökologische und soziale Vermögen abgebaut wurden und der billigere Preis ökonomisch nicht richtig und damit langfristig nicht haltbar ist. Hier kommt eine grundsätzliche Eigenschaft eines Preises zur Geltung. »Billig« oder »günstig« sind als spontaner, meist unbewusster Ersteffekt beim Konsumierenden immer positiv, »teuer« als Worte oder Tatsachen immer negativ konnotiert.

In Zeiten des E-Commerce haben Suchmaschinen Hochkonjunktur, die überregional nach dem billigsten Angebot suchen, und das ohne jede Frage, welche Schäden, Verluste und Schicksale hinter diesen Angeboten stecken. Die Relativität der Einschätzung von billig und teuer wird erst in weiteren Schritten deutlich, indem man Fragen an den tieferen Hintergrund der Kalkulation des Preises stellt. Das ist mühsam, aufwendig und in unserer schnelllebigen Zeit bei kleinen und alltäglichen Einkäufen oft nicht machbar.

Geht es um eine größere Investition, wie zum Beispiel einen Hausbau oder den Kauf eines Autos, dann fragen viele Konsumenten schon öfter nach den Gründen und Ursachen unterschiedlicher Preise und holen sich mehr Informationen ein.

Im Konsum von Nahrungsmitteln wird diese genauere Analyse noch kaum gemacht. Da wird sehr viel mit verschwommenen Bildern von intakter Produktion gearbeitet. Durch die Lebensmittelskandale der Vergangenheit kamen immer wieder Informationen an die Öffentlichkeit, die die verschobenen Bilder und Vorstellungen etwas zurechtgerückt haben. Es ist deshalb überhaupt zweifelhaft, ob wir die viel beschworene freie Marktwirtschaft mit ihrem Kernparadigma – dem freien Wettbewerb – wirklich haben. Denn ein Grundgesetz dessen ist, dass alle

Marktteilnehmer vollständiges Wissen über Produkt, Leistung und Preis besitzen. Bei Lebensmitteln ist dies sicher nicht der Fall, dazu liegt die Produktionsrealität in den Betrieben zu sehr im Dunkeln.

Wüsste der Konsument durch die Transparenz und Bereitstellung von Informationen mehr über die Hintergründe der Preisentstehung, dann würde er mündiger und könnte sich ein besseres Urteil über das echte Preis-Leistungs-Verhältnis eines Produktes oder einer Dienstleistung bilden. Die wichtigste Grundlage einer objektiven Preisfindung und Preisgerechtigkeit ist also die vollständige Information über den gesamtökonomischen Vorgang der Herstellung. Diese Informationen besitzt bisher aber ausschließlich der Anbieter und nicht der Konsument. Er alleine weiß, wie er im Betrieb gewirtschaftet hat. Der Anbieter weiß, wie er die Mitarbeiter bezahlt und wo er das Saatgut einkauft, wie er die Tiere behandelt und wie er mit dem Boden umgeht. Der Konsument weiß das nicht.

Mit dem Hinweis, dass der Konsument für die billigen Lebensmittel verantwortlich wäre, übergibt der Anbieter einem unmündigen Marktteilnehmer die Verantwortung. Dieser weitverbreitete Umstand ist die große und gefährliche Lücke in unserem System der Marktwirtschaft. Sie kann geschlossen werden, indem Hersteller und Anbieter selbst mehr Verantwortung für ihre Wirtschaftspraxis übernehmen und anders kalkulieren oder dem Konsumenten wesentlich mehr Informationen über ihre Betriebe bereitstellen.

Deshalb wäre es an der Zeit, dass es Suchmaschinen gäbe, die nach dem qualitativ besten Produkt suchen und nicht nach dem billigsten. Eine weitere Möglichkeit ist, dass die Rechnung an sich geändert und die ökonomische Formel der gesamtökonomischen Vernunft angepasst wird. Dann werden von sich aus andere Preise für die Produkte und Dienstleistungen entstehen.

Um die beiden gesellschaftlichen Megatrends Nachhaltigkeit und Regionalität in ihrer inneren Berechtigung besser zu verstehen und sie vor ihrer gänzlichen Verdünnung und damit Wirkungslosigkeit zu schützen, müssen sie genauer betrachtet und ihre ökonomische Relevanz aufge-

zeigt und definiert werden. Nachhaltigkeit und Regionalität sind letztendlich objektive Größen der Ökonomie. Wenn dieser Zusammenhang verstanden wird, dann haben die beiden Megatrends Aussicht auf langfristigen Bestand; wird er nicht verstanden, dann wird es sehr teuer.



Preise sind gebündelte Wirkungen

Das Wort »Preis« stammt wortgeschichtlich von dem lateinischen »pretium« ab, was so viel bedeutet wie Wert, Geltung und Lohn. Der Preis eines Gutes oder einer Leistung beinhaltet also seinen Wert. In diesem Wert subsummiert sich der Gegenwert aller darin enthaltenen Leistungen, die der Käufer erhält. Aus Aufwand und Kosten, die die Buchhaltung erfasst hat, errechnen der Hersteller und Verkäufer den Deckungsbeitrag für den Herstellungsprozess.

Mit dem Preis werden aber nicht nur die Kosten und der Aufwand, die sich für den Betrieb in Geldwerten ausgedrückt haben, weitergegeben, sondern auch die Wirkungen auf die Natur, die Kulturlandschaft und das Soziale, die die Herstellung eines Produktes ausgelöst haben. Alle externen Effekte vom allerersten Prozessschritt bis zur Übernahme durch den Käufer haften dem Produkt an. Im Preis beim Verkauf, also bei der wertdefinierenden Übergabe vom Produzenten zum Konsumenten, werden sämtliche Wirkungen und Effekte auf eine einzige Zahl pro Einheit zusammengefasst.

Mit der Verwertung des Produktes oder der Leistung durch den Konsumenten löst sich dieser im Preis gebündelte Wert mit allen seinen Wirkungen wieder auf. Und mit dem Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung wird gleichzeitig auch wieder ein Auftrag an den Hersteller vergeben, genau dasselbe Produkt mit denselben Wirkungen wieder herzustellen. Wird ein Produkt aus irgendeinem Grund nicht mehr

gekauft, dann wird auch kein neuer Auftrag an den Produzenten mehr vergeben.

Wird in einem Betrieb nicht richtig kalkuliert und werden wesentliche Teile des Aufwands nicht in den Preis eingerechnet, ist für ein neu herzustellendes Produkt das Geld nicht vorhanden, den Aufwand erneut zu betreiben.

Bei den Nahrungsmitteln ist die Reduzierung auf den Preis besonders problematisch, weil mit ihrer Produktion eine Vielzahl von Effekten auf die Lebensgrundlagen verbunden ist. Der Umgang mit dem Boden, den Tieren, den Pflanzen, der Landschaft, dem Wasser und viele weitere Effekte gerinnen in eine einzige abstrakte Zahl. Hinter dieser Zahl steckt ein Universum an Wirkungen. Die meisten sind hinter einem Schleier verborgen und am Produkt nicht sichtbar. Das Marketing nutzt dieses Nichtwissen und diese Nichterfahrung, um ihre gestellten Bilder in die Köpfe der Konsumenten zu pflanzen.

Für die Nahrungsmittelbeschaffung ist dieser transformative Vorgang durch die Abstraktion in ihrem Preis relativ neu, denn noch vor gerade mal 100 Jahren konnte fast jeder Konsument eines Nahrungsmittels unmittelbar erleben und erfahren, wie das Lebensmittel von der Entstehung bis zum Verbrauch beschaffen war und wo die Grenze der natürlichen Produktivität lag. Noch vor 100 Jahren musste die Hälfte der Menschen unserer Gesellschaft in Deutschland für die Produktion ihrer Lebensmittel selbst Hand anlegen und hat ihre umfängliche qualitative Beschaffenheit und Wirkungen und damit ihren eigentlichen Wert direkt und selbst erfahren können. Weitere 100 Jahre davor waren es noch Dreiviertel. Heute ist durch die arbeitsteilige Gesellschaft diese Erfahrung aus dem Erfahrungsraum von 99 Prozent der mitteleuropäischen Gesellschaft herausgefallen und somit einem umfänglichen Werturteil entzogen.

Der Trend zur Regionalität im Konsum von Nahrungsmitteln hat einen seiner Ursprünge im Bedürfnis, mehr über die Hintergründe der Beschaffenheit der Produkte und ihrer Wirkungen zu erfahren und zu wissen. Für die heutigen und kommenden Generationen müssen die Preise deshalb

mehr beinhalten als in der Vergangenheit. Sie müssen dem Konsumenten die qualitative Wirkungssubstanz des Nahrungsmittels widerspiegeln. Der heutige Konsument ist darauf angewiesen, dass der Preis das Faktum seiner existenziellen Überlebensfähigkeit wiedergibt, weil er selbst nicht mehr den Zugang hat, es durch die direkte Anschauung beurteilen zu können.



Zauber der Zahl

Der Geldwert ist die abstrakteste, abgezogenste Wertbestimmung, die ein Objekt annehmen kann. Er ist eine vollständige Abstraktion, als solcher hat er eine doppelte Eigenschaft: Er reduziert eine Ware oder eine Leistung auf ein einziges Merkmal, den Geldwert, und ist als solcher universal gültig. Er blendet die Gesamtheit der Werte, die das Tauschobjekt selbst hat, aus. Letztlich löst sich das Geld ganz von seiner eigentlichen Bestimmung, ein Mittel zum Zweck zu sein, und wird zum Selbstzweck erhoben. Dieser asketische Blick des homo oeconomicus sub. monetaris (des Menschen als Geldmaximierer) auf die quantitative Dimension des Geldes bedroht die Existenz der Welt, wie einst der Pesterreger Mitteleuropa bedroht hat. In dieser problematischen Entwicklung geht die ursprüngliche Intention des Wirtschaftens, den Nutzen zu maximieren, verloren. Nutzen wird durch Geld ersetzt. Dies gilt auch und besonders für die Landwirtschaft als einem Wirtschaftsbereich, der lange dem Druck der Betriebswirtschaft standhielt und erst im Laufe der letzten Jahrzehnte nachgab, nachdem Bundeskanzler Adenauer unter dem Eindruck des gerade überwundenen Hungers in Deutschland und dem Wirtschaftswunder in einer denkwürdigen Regierungserklärung im Jahr 1954 die Industrialisierung der Landwirtschaft forderte. Wurde bis vor wenigen Jahrzehnten die Wertbestimmung in der Landwirtschaft auf der Basis von Beobachtung, Erfahrung und Tradition vorgenommen, so verschiebt sich das heute zur betriebswirtschaftlichen Kalkulation

und dem Jahresergebnis in der Gewinn-und-Verlust-Rechnung und der Bilanz. Tradition, Bräuche und Sitten, die aus der existenziellen Erfahrung des Überlebens oder Nichtüberlebens abgeleitet waren, sind aus der Mode gekommen und der Folklore überlassen. Noch bis vor einem halben Jahrhundert wurde das wirtschaftliche Geschick eines Bauern am Zustand seines Bodens, seines Viehbestands und seiner erzielten Ernten beurteilt, damit am realen Gegenstand. Die Erfolgsindikatoren waren unmittelbar erlebbar. Nicht die Kategorien der Betriebswirtschaft und des Bilanzergebnisses, sondern die regional ausgelegten und tradierten Handlungsanweisungen waren der Imperativ für das Wirtschaften, bestimmten das Zusammenleben, den Pflanzenbau, die Tierhaltung, die Verarbeitung, die Vorratshaltung und den Verbrauch.

Ohne Zweifel hat die betriebswirtschaftliche Durchdringung den landwirtschaftlichen Betrieben große Fortschritte gebracht, vor allem konnten mit ihrer Hilfe die Arbeitsabläufe rationalisiert und der Blick auf die durchaus notwendige Ertragssteigerung gelenkt werden. Mit steigendem betriebswirtschaftlichem Bewusstsein wurden Problemfelder isoliert, konstruktiv angegangen und Defizite behoben. Das Wirtschaften und sein Resultat wurden in einem bisher unerreichten Maß überschaubar und unabhängig von der subjektiven Beurteilung des Einzelnen und seines sozialen Umfeldes, in einem größeren Rahmen erkennbar und steuerbar. Das Wissen stieg an und hat durch entsprechende Bildungsmaßnahmen ein hohes Niveau erreicht, Expertenwissen löste Erfahrungswissen ab. Das ging allerdings sehr weit. In einer Umfrage unter deutschen Gärtnern, woher sie ihr Wissen zur täglichen Betriebsführung beziehen, wurde die eigene Beobachtung und Erfahrung mit einem Prozent als letzte von zehn Möglichkeiten angegeben – nach Internet, Fachmagazinen und staatlicher Beratung.

Die Spezialisierung auf eine oder wenige Pflanzenkulturen oder ein Produkt löste die vielfältige Subsistenzwirtschaft ab. Große Teile der Gesellschaft mussten nicht mehr für ihr tägliches Brot selbst Hand anlegen wie in den Jahrtausenden davor. Heute sind es noch knapp ein Prozent. Armut und Hunger in Stadt und Land gehörten der Vergangen-

heit an, riesige Märkte entstanden und konnten bedient werden. Durch die Dokumentation und Abstraktion in Zahlen gelang es, die jeweilige Arbeitsleistung in die zeitlich und individuell objektive Anschauung und Vergleichbarkeit zu bringen. Und es besteht kein Zweifel, dass die Betriebswirtschaftslehre und Analyseinstrumente die entscheidenden Hilfestellungen zur Reflexion von quantitativer Produktivität und Unproduktivität gaben.

Aber was brachte der Betriebswirtschaft diesen Erfolg? Es war der Zauber der Zahl, die Bestimmungsmacht des Objektiven, sie gab Sicherheit und Halt. Sie trat an die Stelle einst sozialer und kirchlich-religiöser Regeln oder Orientierung gebender Sitten und Traditionen. Gleichzeitig bot sie sich an als jener übergeordnete Souverän, einer, der immer weiß, was richtig ist, und auf den man sich verlassen kann. Die Überzeugungskraft der in Zahlen abgebildeten betrieblichen Vorgänge ist stark, man kann sich auf sie verlassen, sich leiten lassen und sich an ihr orientieren, sie erlöst von schwierigen moralischen Debatten, ist der Spiegel von Erfolg und Misserfolg, Glück und Unglück, kurz: Sie ist ein vollständiger Ersatz und ist scheinbar frei von jedem Ideologieverdacht. Und sie eröffnet den Rückzugsraum aus der Last zum subjektiven Urteil über komplexe Zusammenhänge.