

Wirtschaftliche Assoziationen

- Übersicht

Definition und Abgrenzung

Eine Assoziation ist ein Zusammenschluß von Konsumenten, Händlern und Produzenten mit dem Ziel, die Preise so zu beeinflussen, daß alle Beteiligten damit auskommen können. Es geht also bei einer Assoziation um einen Zusammenschluß ungleicher Interessen.

Durch eine solche Vernetzung der wirtschaftlichen Akteure wird versucht, so viel an Erfahrungen zusammenzutragen, daß die Wirtschaft aktiv gestaltet werden kann. Wenn es um Preisgestaltung geht, reicht nämlich das Urteil des Einzelnen nicht aus, um zu einem für alle befriedigenden Ergebnis zu kommen. Nötig ist hier ein Kollektivurteil. Das hat das Wirtschaftsleben mit dem Rechtsleben gemeinsam. Beide unterscheiden sich darin wiederum vom Geistesleben, wo das Individuum auch allein zu treffenden Urteilen kommen kann.

Anders als Kartelle und Agenturen gehen Assoziationen nicht auf Kosten der Konsumenten, weil diese an allen Entscheidungen direkt beteiligt sind. Dadurch erübrigt sich die bisherige Kartell- und Monopolgesetzgebung, die darauf hinausläuft, den Schutz der Konsumenteninteressen durch die Einschaltung von staatlichen Behörden zu gewährleisten. Assoziationen leisten dies innerhalb der Wirtschaft selbst.

Umgekehrt meint der Ausdruck Assoziationen, daß - im Unterschied zu Konsumgenossenschaften - die Konsumenten es hier nicht versuchen, die direkte Kontrolle über Handel und Produktion zu übernehmen. Es geht nicht um einen Herrschaftswechsel, sondern um einen Ausgleich der wirtschaftlichen Interessen durch faire Verträge.

Aufgaben und Mittel

Um das Angebot an Waren und Leistungen so an die Bedürfnisse anzupassen, daß sich die Konsumenten die benötigten Produkte auch leisten können, wirken die Assoziationen auf die Anzahl von Beschäftigten in der jeweiligen Branche. Wird ein Produkt für die Produzenten zu billig, müssen es weniger werden. Sie werden dann in anderen Branchen gebraucht, deren Produkte den Konsumenten wegen dem zu geringen Angebot noch zu teuer sind. Der Strukturwandel wird also von den wirtschaftlichen Akteuren selbst bewußt gesteuert, ohne zu warten bis der Markt - wie in der heutigen Theorie - es von selbst macht oder es - entsprechend der heutigen Praxis - einem völlig überforderten Staat überläßt.

Darüber hinaus zählt die sogenannte Währungspolitik zu den Aufgaben einer assoziativen Wirtschaft. Sie hat darüber zu wachen, daß der Außenwert der Währung sich auf ein Niveau einpendelt, das weder den Import noch den Export hemmt. Um die Geldmenge dynamisch an die reale Wirtschaft anzupassen, lassen Assoziationen das Geld so schnell altern wie die Produktionsmittel. Fallen die Produktionsmittel ersatzlos aus, gibt es nämlich nichts mehr zu tauschen. Das Geld verliert seinen Wert. Beide - Produktionsmittel und Geld - müssen also rechtzeitig erneuert werden, um ihren Wert zu behalten. Das Geld bekommt eine Laufzeit.

Versuchen einzelne Betriebe an den Assoziationen vorbei zu handeln, läßt sich - soweit keine gegenseitigen Verträge mißachtet worden sind - nicht auf die staatliche Macht zurückgreifen, um sie

auf die assoziative Linie zu bringen. Stattdessen müssen die vorhandenen Assoziationen mit ihrer wirtschaftlichen Macht rechnen und auf das einzig berechnete Zwangsmittel der Wirtschaft zurückgreifen, den Boykott. Anders als der Streik schon nämlich ein Boykott die Konsumenten, die der eigentliche Anlaß für das ganze wirtschaftliche Treiben sind.

Wege zur Assoziation

Da es bei einer Assoziation vor allem um eine Vernetzung geht, betont Steiner, daß man Assoziationen nicht so sehr gründen als zusammenfassen sollte. Das heißt, daß unter Umständen gar keine neue Unternehmen gegründet, sondern nur vorhandene Unternehmen zusammengebracht werden müssen.

So klein eine solche Assoziation zunächst auch sein mag, die Priorität liegt immer bei der Zusammenführung ungleicher Interessen. Da der Blick heute einseitig auf die Produzenten gerichtet ist, geht es daher zunächst um eine Konfrontation mit den Konsumenteninteressen. Wer hier etwas bewirken will, hat keine andere Möglichkeit als die Großkonzerne durch einen breit angelegten Boykott in die Knie zu zwingen und sein Geld den Produzenten zu geben, die sich kooperativer zeigen.

Die bisherigen assoziativen Versuchen, wie zum Beispiel von Demeter, leiden unter der noch willkürlichen Auswahl von Konsumentenvertretern und der Abwesenheit der anderen Produzenten. Bei einer Assoziation geht es nämlich auch darum, sich mit seinen Konkurrenten zusammzusetzen - natürlich unter Aufsicht der Konsumenten. Diese weitere Perspektive muß immer präsent sein und jede Gelegenheit dazu genutzt werden, sonst verkommen die angeblichen Assoziationen zu einem Instrument der Kundenbindung.

Ein von Steiner empfohlener - allerdings indirekter - Weg zu einer assoziativen Wirtschaft besteht in der Gründung von Berufsverbänden, die sich streng aus jeden Lohnfragen und anderen finanziellen Fragen heraushalten, um ihren Mitgliedern zu ermöglichen einen starken Berufsethos auszubilden. Dadurch wird der Ehrgeiz, der sonst in die wirtschaftliche Konkurrenz gesteckt wird, wieder dorthin gelenkt, wo es eigentlich hingehört - nämlich in das rein Fachliche - das heißt Geistige. Er widersetzt sich dann nicht mehr einer assoziativen Gesinnung innerhalb der Wirtschaft.

Sylvain Coiplot