

Unternehmer und Komasaüfer

Gregor Hochreiter, 25.04.2007



INSTITUT FÜR
Wertewirtschaft

- Diese Analyse wurde mit Sorgfalt verfaßt und bittet darum, *ausgedruckt* und in Ruhe gelesen zu werden. Sie bietet Ihnen im Gegenzug für Ihre ungeteilte Aufmerksamkeit wertvolle Anregungen und könnte sogar Ihr Leben verändern.
- Sie dürfen diese Analyse gerne an Interessierte weiterleiten; eine Veröffentlichung ist jedoch nur nach Rücksprache (info@wertewirtschaft.org) gestattet.
- Das Institut für Wertewirtschaft ist ein vollkommen unabhängiges Institut, das sich ausschließlich durch freiwillige Beiträge finanziert. Unsere Aufgabe ist es, die Krise der Gegenwart besser zu verstehen, die Grundlagen einer freien, friedlichen und prosperierenden Gesellschaft zu erarbeiten, dieses Wissen zu vermitteln, Orientierung zu bieten und Menschen dabei zu helfen, ein werteorientiertes und sinnerfülltes Leben zu führen, ohne dabei den heute dominanten Illusionen zu erliegen.

Die öffentliche Diskussion um die sogenannten Komatrinker ebbt in Österreich nicht ab. Es vergeht kaum ein Wochenende an dem nicht über einige Jugendliche berichtet wird, die nach einer durchzechten Nacht ins Spital eingeliefert werden mußten. Die Politik steht mit neuen Regulierungen und Bevormundungsgesetzen Gewehr bei Fuß und fordert eine strengere Handhabung des Jugendschutzgesetzes. So sollen auch jene Unternehmer vermehrt die Macht des Gesetzes zu spüren bekommen, die die exzessiven Trinkgelage mit Angeboten wie „flat-rate Saufen“ unterstützen und die die im Jugendschutzgesetz vorgesehenen Altersgrenzen nicht einhalten.

Die aktuelle Diskussion über die Trinkgewohnheiten der heutigen Jugend soll uns als Anlaß dienen, zunächst die Funktion des Unternehmers genauer unter die Lupe zu nehmen. Die gewonnenen Einsichten ermöglichen es uns dann in einem zweiten Schritt, jene mit einer freien Gesellschaft kompatiblen Fragestellungen zu formulieren, die sich fernab des politischen Aktionismus ein verantwortungsvoll agierender Unternehmer auf Grundlage eines realistischen Selbstverständnisses stellen sollte.

Der Unternehmer

Die Spannweite der im öffentlichen Diskurs kursierenden Unternehmerbilder reicht vom egoistischen Profitmaximierer über den Innovator im Geiste Schumpeters bis zum ausbeutenden Großkapitalisten, wobei von der eigenen Positionierung die normative Bewertung des Unternehmertums stark korreliert. Manche Kommentatoren loben die Unternehmer über den grünen Klee und bezeichnen sie als die Heroen der Wirtschaft, andere verteufeln sie als moderne Sklaventreiber. Als Derivat dieser politisch gefärbten Schwarz-Weiß-Malerei erhält auch der Profit eine höchst unterschiedliche, meist extrem eindimensionale, Bewertung; entweder als gerechtfertigte Entlohnung des Unternehmers oder als sittenwidrige Verkürzung des Arbeitnehmerlohns.

Um uns dem ökonomischen Phänomen des Unternehmers schrittweise anzunähern, soll zunächst das Unternehmerbild bei Schumpeter näher beleuchtet werden, das mit dem Aufkommen der Innovationsförderung in den letzten Jahren sicherlich am häufigsten bemüht worden ist.

Der Unternehmer bei Schumpeter

Bei Schumpeter ist der Unternehmer derjenige Akteur im wirtschaftlichen Prozeß, der neue Produktionsmöglichkeiten am Markt *durchsetzt*. Etwas akademischer ausgedrückt, durchdringt er den Markt mit neuen Kombinationen der Produktionsfaktoren (Land, Arbeit, Kapital). Unternehmer ist nicht derjenige, der diese neuen Kombinationen erkennt, sondern nur derjenige, der sie auch wirklich umsetzen kann:

Unternehmung nennen wir die Durchsetzung neuer Kombinationen u n d a u c h deren Verkörperungen in Betriebsstätten usw., Unternehmer die Wirtschaftssubjekte, deren Funktion die Durchsetzung neuer Kombinationen ist und die dabei das aktive Element sind. (Joseph A. Schumpeter: Theorie d. wirtschaftlichen Entwicklung, S. 111.)

Neben dem Begriff der „Durchsetzung neuer Kombinationen“ spielt für das Verständnis des wirtschaftlichen Ablaufs bei Schumpeter der allseits bekannte Begriff der „schöpferischen Zerstörung“ eine übergeordnete Rolle. Diese Fixierung auf den Prozeß der „schöpferischen Zerstörung“ rührt daher, daß sich bei

Schumpeter die Wirtschaft ohne Unternehmer im Gleichgewicht befindet. Unter Gleichgewicht ist jener Zustand zu verstehen, in dem sich alle Handlungen beständig wiederholen. Es ist der Unternehmer, der die Wirtschaft aus diesem ewig gleichen Ablauf herausreißt, indem er Altes zerstört und auf den Ruinen der Vergangenheit Neues schafft.

Doch darf bei der Behandlung des Schumpeter'schen Unternehmers eines nicht außer Acht gelassen werden. Für Schumpeter, der ebenso fälschlich wie hartnäckig zur „Österreichischen Schule der Nationalökonomie“ gezählt wird, ist der Gleichgewichtszustand das realistische Abbild der Wirklichkeit und nicht wie etwa bei Mises ein didaktisches Hilfskonstrukt zur besseren Unterscheidung von Zins und Profit. Schumpeter folgt mit seiner der „österreichischen“ Ansicht entgegenstehenden Einschätzung des Gleichgewichtszustandes dem französischen Ökonomen Léon Walras, weswegen der ehemalige österreichische Finanzminister auch eher zu der von Walras begründeten „Lausanner Schule“ zu zählen ist.

Das Gros der Bevölkerung ist bei Schumpeter hingegen passiv. Zum einen folgt Schumpeter den Neoklassikern darin, die

Unternehmer und Komasaüfer

Präferenzen der Konsumenten als gleichbleibend anzunehmen. Zum anderen können die Kapitalisten (Sparer) ebenso wenig Wegbereiter der Veränderung sein, da man sie in seinem Gleichgewichtsmodell vergeblich sucht. Sparen kommt bei Schumpeter nicht vor. Im Unterschied zur heute dominierenden Gleichgewichtsökonomie der Chicagoites negiert Schumpeter allerdings nicht die Veränderung an sich und versucht wenigstens der allseits zu beobachtenden Marktdynamik ein Gesicht zu verleihen. In der Funktion des Unternehmers vereinigt Schumpeter nunmehr alle die für eine dynamische Auffassung der Wirtschaft notwendigen Eigenschaften. Er ist der Held der Veränderung, der Held der wirtschaftlichen Entwicklung, der unumschränkte Protagonist des Fortschritts.

Der augenscheinliche Erfolg der Schumpeter'schen Konzeption des Unternehmers liegt zu einem Großteil sicher darin begründet, daß dessen Betonung der „schöpferischen Zerstörung“ der gefühlten Lebensrealität vieler Unternehmer sehr nahe kommt, gilt es doch am hart umkämpften Markt neue Produkte zu plazieren. Die positive Konnotation des Unternehmers als „Führer“ (Schumpeter) der wirtschaftlichen Entwicklung tut ihr übriges dazu.

Dem Unternehmer-Held setzt Schumpeter noch einen treuen Wegbegleiter zur Seite, den Banker. Wie wir gleich sehen werden, entpuppt sich dieses Duo bei näherem Hinsehen als „Duo infernale“. Doch der Reihe nach. Wie bereits erwähnt gibt es bei Schumpeter kein Sparen und so steht Schumpeter'sche Unternehmer vor einem unüberwindbaren Finanzierungsproblem, denn wie soll er ohne genuines Sparen seine innovativen Produktionsmethoden überhaupt finanzieren? Da eilt ihm der Schumpeter'sche Banker zur Hilfe und bietet ihm einen ungedeckten Kredit an, den das fractional-reserve Bankensystem aus dem Nichts geschöpft hat. Die ungedeckte Geldmenge erfährt in diesem Augenblick ihre erste Ausweitung. Wer mit der „Österreichischen Konjunkturzyklustheorie“ bereits vertraut ist, weiß genau was nun folgt. Nach einer durch die Ausweitung der ungedeckten Geldmenge verursachten Boomphase schlittert die Wirtschaft in eine unausweichliche Rezession, die die durch die Boomphase verursachten Verzerrungen der Produktionsstruktur heilt.

Schumpeter sieht hingegen in der Ausweitung der Kreditmenge den Schlüssel zum wirtschaftlichen Erfolg und stellt damit die „Österreichische Konjunkturzyklustheorie“ auf den Kopf.¹

Unternehmer und Komasaüfer

Während die „Österreicher“ nicht müde werden zu betonen, daß die Ausweitung der ungedeckten Geldmenge den Konjunkturzyklus überhaupt erst auslöst und das langfristige Wohlstandsniveau drückt, erklärt Schumpeter die Wellenbewegung der wirtschaftlichen Entwicklung schlicht und einfach damit, daß das ökonomische Potential jeder Innovation begrenzt ist. Sobald eine Innovation ihren Plafond erreicht, flaut die wirtschaftliche Tätigkeit bis zum Aufkommen einer neuen Innovation ab. Im Abschwung kontrahiert dann aufgrund der sinkenden Nachfrage nach Krediten auch wieder die Geldmenge. Während bei Schumpeter Ausweitung und Kontraktion der ungedeckten Geldmenge der Berg- und Talfahrt des Konjunkturzyklus folgt, schreitet sie bei Mises, Rothbard & Co. dem künstlichen Boom wie auch der unabwendbaren Rezession voran.

Die Krisenanfälligkeit der freien Marktwirtschaft ist bei Schumpeter demnach systemimmanent. Er befindet sich mit dieser Fehleinschätzung, salopp formuliert, in trauter Zweisamkeit mit Karl Marx. Für die „Österreicher“ ist hingegen die zyklische Entwicklung auf einen mit der Marktwirtschaft unverträglichen Eingriff in das Eigentumsrecht zurückzuführen.

Ein weiteres Charakteristikum des Schumpeter'schen Unternehmers liegt darin, daß er nicht das finanzielle Risiko des unternehmerischen Handelns trägt. Er ist nicht Kapitalist, sondern die Bank allein übernimmt das Verlustrisiko. Lassen wir Schumpeter selbst zu Wort kommen:

Die Übernahme des Risikos ist in keinem Falle ein Element der Unternehmerfunktion. Mag er auch seinen Ruf riskieren, die direkte ökonomische Verantwortung eines Mißerfolgs trifft ihn nie. (Joseph A. Schumpeter: Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung, S. 217)

Den Profit streicht der Unternehmer allerdings schon ein. Ist der Unternehmer in der Durchsetzung neuer Kombinationen erfolgreich, erfreut sich das Produkt kurzfristig einer Monopolstellung und verdient einen Profit, der im Grunde genommen einfach ein „surplus over costs“ ist. Der Profit verschwindet bei Schumpeter allerdings sofort, wenn der Unternehmer denselben Produktionsablauf noch einmal wiederholt. Weder Wiederholung noch Imitation stellen nämlich für Schumpeter eine unternehmerische Leistung dar:

Unternehmer und Komasaüfer

„(...), daß jemand grundsätzlich nur dann Unternehmer ist, wenn er eine „neue Kombination durchsetzt“ - weshalb er den Charakter verliert, wenn er die geschaffene Unternehmung dann kreislaufmäßig weiterbetreibt - , (...)" (Joseph A. Schumpeter: Theorie d. wirtschaftlichen Entwicklung, S. 129.)

Der Monopolgewinn signalisiert anderen Produzenten, nicht Unternehmern (!!!), die Möglichkeit, ein Einkommen, keinen Profit (!!!) zu verdienen. Dieses Hinzuströmen weiterer Produzenten senkt die Preise und bringt die von einem Unternehmer aus dem Gleichgewicht gebrachte Wirtschaft wieder ins Gleichgewicht.

Aufgrund der flüchtigen Vergänglichkeit des Profits hat das Profitmotiv für Schumpeter als Antriebsmotiv unternehmerischen Handelns keine Bedeutung. Mit stark sozialdarwinistischen Untertönen formuliert er „Plus Ultra“ zum übergeordneten Unternehmersmotiv, das sich in drei spezifische Beweggründe aufspaltet: a) Dynastiegründung, b) Siegerwille (Wirtschaften als Wettkampf nicht als Kooperation) c) Freude am Gestalten/am Werk.

Der Unternehmer bei Mises

Die Auseinandersetzung mit dem sträflich vernachlässigten Unternehmerbild bei Mises soll zusätzliche Probleme der Schumpeter'schen Konzeption aufzeigen und uns in weiten Teilen als theoretische Grundlage für die weitere Auseinandersetzung mit dem Problem „Komasaufen“ dienen.

Wie für den irisch-stämmigen Richard Cantillon, der in seinem vermutlich 1732 erschienenen „Essai sur la nature du commerce general“ zum ersten Mal die Unternehmerfunktion beschrieb, sieht Ludwig von Mises die Funktion des Unternehmers im Tragen der Ungewißheit („Bearer of Uncertainty“). Im Unterschied zu Schumpeter erkennt Mises, daß die Präferenzen der Konsumenten einer permanenten Veränderung unterworfen sind. Und weil zudem der Produktionsprozeß von der Investition über die Produktion bis zum Verkauf Zeit benötigt und sich währenddessen die Präferenzen der Konsumenten ändern, muß jemand im wirtschaftlichen Prozeß das damit einhergehende Absatzrisiko schultern. Jene Person, die die Ungewißheit trägt, ist Unternehmer:

Unternehmer und Komasaüfer

Die Unternehmerfunktion liegt im Einsatz der Produktionsmittel für die Produktion, somit für die Zukunft, und das Unternehmerrisiko entstammt der Ungewißheit, die über die künftige Marktlage herrscht. (Ludwig von Mises: Nationalökonomie, S. 247)

Profit verdient deswegen nur derjenige Unternehmer, der heute die zukünftigen Präferenzen der Konsumenten richtig antizipiert.

Den erfolgreichen Unternehmer zeichnet somit ein hohes Maß an Urteilsfähigkeit aus. Er trifft heute Entscheidungen für morgen und verändert den Produktionsablauf derart, daß er die morgigen Konsumentenpräferenzen möglichst gut bedienen kann. Der Unternehmer ist den Launen der Konsumenten hilflos ausgesetzt, die mit ihren ständig wechselnden Konsumwünschen den Marktprozeß steuern. Wer als Unternehmer sich nicht den Konsumwünschen unterwerfen möchte, erleidet dauerhaft Verluste und scheidet früher oder später aus dem Marktprozeß aus. In den Augen der Konsumenten hat er bei der Schaffung neuer Werte versagt, weil er relativ hoch bewertete Produktionsfaktoren zu einem relativ niedrig bewerteten Produkt zusammengesetzt hat.

Der erfolglose Unternehmer vergeudet die ewig knappen Ressourcen.

Ein weiteres Unterscheidungsmerkmal zwischen Unternehmer und Arbeitnehmer findet sich in der Verschiedenartigkeit des Verlustrisikos. Mit der Wahl seines Arbeitsplatzes spekuliert ein Arbeitnehmer immer auch auf den zukünftigen Erfolg des Unternehmens. Je profitabler eine Unternehmung, desto höher sind langfristig die realen Arbeitseinkommen. Allerdings trägt der Arbeitnehmer „nur“ ein *relatives* Verlustrisiko. Entscheidet er sich für ein „falsches“ Unternehmen, fällt sein Einkommen geringer aus als es sonst der Fall gewesen wäre. Über dem Unternehmer hängt jedoch immer auch das Damoklesschwert des *absoluten* Verlustrisikos. Geht sein Unternehmen in Konkurs, erwirtschaftet er ein negatives Einkommen; sein Vermögen sinkt. Daher ist für Mises der Unternehmer notwendigerweise Kapitalist (und jeder Kapitalist, d.h. Sparer, Unternehmer).

Das bedeutet natürlich auch, daß ein Unternehmer nur solange die Funktion des Unternehmers ausführt, solange er das der universellen Ungewißheit geschuldete *absolute* Verlustrisiko schultert. Dieses kann bei Abschluß eines Vertrages auf einen

Unternehmer und Komasaüfer

anderen Unternehmer übergehen, wenn beispielsweise eine Fluglinie Sitzplatzkontingente langfristig an einen Reiseveranstalter verkauft.

Aus dem bereits Gesagten läßt sich die weitverbreitete Vorstellung widerlegen, wonach der Profit die Arbeitseinkommen reduziere, wie Frank Knight in seiner 1921 erschienen Arbeit mit dem einschlägigen Titel „Risk, Uncertainty & Profit“ anführt:

It [profit, Anm.] may be distinguished from the contractual returns received for services not involving the exercise of judgment, and which are paid by the entrepreneur, by pointing out that the latter are imputed, while his own income is residual. That is, in a sense, the entrepreneur's income is not "determined" at all, it is "what is left" after the others are "determined."

Noch einmal zur Verdeutlichung. Der Arbeitnehmer erhält heute das Einkommen für die Herstellung jener Produkte, die morgen feilgeboten werden und von denen niemand weiß, welchen Preis sie erzielen werden. Die heutigen Gewinn- oder Verlustzahlen sind dagegen das Ergebnis des Zusammenspiels von gestrigen Lohnzahlungen und den heute realisierten Preisen. In öffentlichen

Debatten wird diese essentielle zeitliche Verschiebung meist ignoriert.

Der Vollständigkeit halber sei noch der Grund für Wohlstand und Armut der Nationen bei Mises erwähnt. Dieser findet sich in der gesellschaftlichen Zeitpräferenzrate. Je höher die Sparneigung der Bevölkerung, d.h. je niedriger die Zeitpräferenzrate, desto höher der Kapitalstock aus dem weitere wohlstandsmehrende Kapitalgüter wie Maschinen finanziert werden können. Der Wohlstand einer Gesellschaft hängt bei Mises also von der Gesellschaft und nicht wie bei Schumpeter von ein paar Unternehmern ab. Die Banken fungieren bei Mises als Intermediäre, als spezialisierte Vermittler zwischen Sparern und Unternehmern, sowie als Lagerhaus für Geldeinlagen, wobei die sichere Aufbewahrung des Geldes, nicht dessen Verleih, als Dienstleistung den Kunden angeboten wird.

Die Mises'sche Konzeption des Unternehmers ermöglicht uns eine weitere, für die heutige Zeit äußerst notwendige Abgrenzung des Unternehmers zum Betriebsführer bzw. zum Manager, wobei wir uns zunächst auf den gravierenden Unterschied zwischen Unternehmer und Manager konzentrieren wollen.

Unternehmer und Komasaüfer

Im Prinzip ist ein Manager ein Angestellter des Unternehmers mit Führungsaufgaben, der daher ein Einkommen verdient und niemals einen Gewinn lukriert. Selbst die in den letzten Jahren sehr beliebten Gewinnbeteiligungsprogramme ändern nichts daran, daß ein Manager unter keinen Umständen das den Unternehmer charakterisierende *absolute* Verlustrisiko zu tragen hat. Man kann Unternehmer nicht spielen. Darauf wies Mises im Zuge der Sozialismusdebatte hin. Manager handeln deswegen auch tendenziell kurzfristiger und riskanter als Unternehmer, da sie zum einen die Verluste ihrer Entscheidungen stark begrenzt sind und zum anderen, weil sie niemals gewiß sein können, die Früchte ihrer Entscheidungen zu ernten.

Nebst der Verengung des Unternehmers zu einem Innovator, lehnt sich das in der Öffentlichkeit vermittelte Bild des Unternehmers sehr stark an den Effizienzfetisch der Chicagoites an. Der Verlust des Faktors Zeit in den Gleichgewichtsmodellen der Chicagoites hat eine fatale Auswirkung auf das unternehmerische Selbstverständnis, bleibt doch als einzige „unternehmerische“ Aufgabe nur noch, den Produktionsprozeß möglichst effizient zu organisieren. Die Effizienzmaximierung ist jedoch als typische Managementaufgabe zu klassifizieren. Den fundamentalen

Unterschied zwischen Managern und Unternehmern bringt der amerikanische Unternehmer Peter F. Drucker in zwei markanten Zitaten auf den Punkt.

„Management is doing things right; leadership is doing the right things.“

„Efficiency is doing things right; effectiveness is doing the right things.“

Mit dem Verlust der Unternehmerfunktion in der ökonomischen Theorie und der damit einhergehenden Gleichsetzung der Unternehmer- und Managementaufgabe ging ein stichhaltiges Argument gegen die Annahme von Staatsaufträgen verloren. Fungiert nämlich der Staat durch eine seiner Behörden als Auftraggeber, wird die Unternehmerfunktion, d.h. die Spekulation auf zukünftige Marktpreise, nicht wie etwa bei einem Vertrag zwischen echten Unternehmern an einen anderen Unternehmer übertragen, sondern sie löst sich formell in Luft auf. Formell deswegen, weil der zuständige Beamte oder Minister als Vertragspartner unter keinen Umständen das absolute Verlustrisiko trägt.

Unternehmer und Komasaüfer

Es wäre jedoch ein fataler Fehlschluß zu glauben, daß mit diesem formellen Sich-in-Luft-auflösen der Unternehmerfunktion die universelle Ungewißheit aus der Welt zu schaffen ist. Das Gegenteil ist der Fall. Die werteschaaffende Aufgabe der Unternehmer, den Produktionsprozeß immer wieder neu auf die sich verändernden Konsumentenwünsche anzupassen, macht einer orientierungslosen Planbewirtschaftung Platz. Betriebe werden nicht mehr mit dem Blick auf die Befriedigung der Konsumentenwünsche gegründet, sondern weil eine Behörde dies so möchte. Der ehemalige Unternehmer, der seine gesellschaftliche Aufgabe im Aufspüren und Befriedigen der Präferenzen der Konsumenten gesehen hat und sich dem Urteil der Konsumenten unterworfen hat, kümmert sich nur mehr um die möglichst effiziente Organisation des Tagesgeschäfts; jene Aufgabe, die eigentlich den Tätigkeitsbereich eines Managers charakterisiert.

Somit läßt sich schlußfolgern, daß nicht jeder der sich Unternehmer *nennt*, tatsächlich auch Unternehmer *ist*. Wer eine finanzielle Förderung annimmt, den Absatzpreis garantiert bekommt, ja wer überhaupt einen Vertrag mit einer staatlichen Behörde abschließt, handelt (zum größten Teil) nicht mehr als

Unternehmer und trägt seinen Teil zur weiteren Erosion des Wohlstands und der Freiheit bei.

Saufen, Gesetz und die Sinnkrise

Aus einer wertfreien ökonomischen Perspektive kann den Produzenten von Alkohol und den ausschenkenden Gastronomen kein wie immer gearteter Vorwurf gemacht werden. Die Bedürfnisse der Konsumenten, so negativ man sie selbst auch bewerten mag, sind nun einmal vorhanden. Ein gesetzliches Verbot schafft die Bedürfnisse auch nicht aus der Welt. Die Ausweichbewegungen sind leicht vorherzusehen: der Schmuggel von Alkohol samt der mit dem Schmuggelwesen einhergehenden Zunahme der Gewalt – vide die Zeit der Prohibition in den USA –, sowie der Umstieg auf härtere und selbstgebrannte Getränke. Wer sich schon einmal länger in Skandinavien aufgehalten hat, weiß wovon ich spreche. Während meines Aufenthalts in Norwegen wurde mir einmal ein Selbstgebrannter (norwegisch: hjemmebrent) mit über 90% Volumprozent Alkohol angeboten, der ob seines ungenießbaren Eigengeschmacks nur als Cocktail der besonderen Art mit schwarzem Kaffee zu trinken ist. Von Genuß kann da keine

Unternehmer und Komasäufer

Rede mehr sein. Des weiteren erfreuen sich Medizinstudenten im Bekanntenkreis großer Beliebtheit, da sie ab und zu medizinischen Alkohol aus den Spitälern entwenden, der dann als Basis für eine Bowle dient.

Ein gesetzliches Verbot würde folglich bloß Symptome bekämpfen. Um uns ein wenig mit den Ursachen des zunehmenden Alkoholkonsums auseinanderzusetzen, müssen wir selbstredend den Bereich der Ökonomie verlassen. So wertet der österreichische Psychoanalytiker Viktor Frankl exzessiven Alkoholkonsum als Zeichen für eine tiefverankerte Sinnkrise:

In Ermangelung eines Lebenssinns, dessen Erfüllung den Mann glücklich gemacht hätte, versuchte er, ein solches Glücksgefühl unter Umgehung jeder Sinnerfüllung herbeizuführen, und zwar auf dem Umweg über die Chemie. Tatsächlich läßt sich das Glücksgefühl, das normalerweise menschlichem Streben gar nicht als Ziel vorschwebt, vielmehr lediglich eine Begleiterscheinung des Sein-Ziel-erreicht-Habens vorstellt – diese Begleiterscheinung, dieser „Effekt“, läßt sich auch „baschen“, und die Einnahme von Äthylalkohol macht es möglich. B. A. Maki, der Direktor des Naval Alcohol

Rehabilitation Center, stellt etwa fest: „In treating the alcoholic, we very often find that life has seemed to have lost meaning for the individual.“ (Viktor Frankl: Das Leiden am sinnlosen Leben, S. 19).

Diese Sinnkrise kann ein Verbot ebenso wenig bekämpfen. Eher ist davon auszugehen, daß der alle Initiative und Selbständigkeit abtötende Alltag der Zwangsschule maßgeblich zur weit verbreiteten Sinnleere unter den Kindern und Jugendlichen beiträgt.

Unternehmer und die saufende Jugend

Kann nun Unternehmern für die profitorientierte Bedienung des aus der gefühlten Sinnlosigkeit erwachsenen Bedürfnisses nach temporärer Abtötung des Stumpfheitsgefühls durch exzessiven Alkoholkonsum ein Strick geknüpft werden? Aus Perspektive der Ethik ist ein derartiger interventionistischer Eingriff in die Eigentumsrechte der Unternehmer wie auch der Konsumenten unter keinen Umständen hinnehmbar. Erschwerend kommt hinzu, daß das vordergründige Ziel der Politik, den Alkoholkonsum der

Unternehmer und Komasaüfer

Jugendlichen einzudämmen, mit den Mitteln des Verbots nicht zu erreichen ist.

Die Beurteilung der vorliegenden Fragestellung erweist sich aus ökonomischer Sicht und aus der Sinnperspektive deutlich diffiziler. Als wertfreie, positive Wissenschaft kann die Ökonomie keine Werturteile treffen. Sie hat die Präferenzen der Konsumenten nicht zu beurteilen. Allerdings kann aus dem Gewinnmaximierungspostulat nicht direkt eine unternehmerische Notwendigkeit abgeleitet werden, jedes Bedürfnis blind zu befriedigen. Denn dieses Postulat kann keine Aussage über den Zeitraum treffen, in dem der Gewinn maximiert werden soll. Es ist nämlich durchaus denkbar, daß die profitable Bedienung bestimmter kurzfristiger Konsumbedürfnisse den zukünftigen realen Wohlstand niedriger ausfallen läßt als wenn der Unternehmer kurzfristig andere Produkte anbietet. So würde ein langfristig orientierter Unternehmer im konkreten Fall versuchen, ein Produkt zu entwickeln, das den Jugendlichen dabei hilft, ihre Sinnkrise zu überwinden.

Den letzten Strang einer umfassenden Richtschnur für das unternehmerische Handeln bildet somit die Frage nach der

Sinnhaftigkeit eines Produktangebotes. Gerade weil ein realistisches Unternehmerbild den Unternehmer immer als vielschichtige Persönlichkeit und eben nicht als reduktionistischen Gewinnmaximierer einer „homo oeconomicus AG“ auffaßt, soll und muß sich jeder Unternehmer auch der Frage nach der Sinnhaftigkeit seines Unternehmens stellen. Die Letztentscheidung was als sinnvoll erachtet wird und was nicht, obliegt selbstverständlich dem potentiellen Unternehmer. Es darf aber doch bezweifelt werden, ob man der „Beihilfe“ zum Komasaufen tatsächlich ein Sinn abringen kann.

Abschließend sei noch gesagt, daß dem Unternehmer die Verantwortung für die Folgen der eigenverantwortlichen Handlungen anderer Menschen nicht aufgebürdet werden kann. Doch gerade im Umgang mit Jugendlichen sollte sich auch der Unternehmer bewußt sein, daß der exzessive Konsum von Alkohol langfristig negative Folgen für sein gesamtes Umfeld haben kann, wobei hier keinesfalls einem moralischen Rigorismus das Wort geredet werden soll. Genuß, Exzeß und Puritanismus sind drei verschiedene Paar Schuhe. In seinem ureigensten Interesse sollte der Unternehmer jedoch nicht vergessen, daß manche kurzfristige

Unternehmer und Komasaüfer

Profitmöglichkeiten langfristig den für ein gedeihliches Unternehmertum notwendigen Humus vergiften.

¹ Ludwig von Mises führt Schumpeters Scheitern als Bankdirektor und Finanzminister auf dessen fehlerhaftes Verständnis des Geldes zurück: „Viele Leute ...glauben fest an Professor Schumpeters soziale Doktrinen. Sie scheinen vergessen zu haben, daß zu der Zeit, als der große Professor österreichischer Finanzminister war, er Österreich nicht vor der verheerendsten Inflation der Geschichte bewahren konnte und daß, als der große Professor Präsident der Biedermann Bank war, dieselbe Bank in Konkurs ging.“ (Ludwig von Mises – Der Mensch und sein Werk, S. 91f.) Ergänzend sei hinzuzufügen, daß Mises ein Jobangebot in einer führenden Position in der Creditanstalt ablehnte kurz bevor sie 1931 kollabierte.

² Unter Innovation versteht Schumpeter konkret 5 Tätigkeiten:

- Herstellung eines neuen, den Konsumenten noch nicht vertrauten Produkts oder einer neuen Qualität eines Produkts
- Einführung einer neuen Produktionsmethode
- Erschließung eines neuen Absatzmarktes
- Erschließung einer neuen Bezugsquelle von Rohstoffen oder Halbfabrikaten
- Durchführung einer Neuorganisation

Falls diese Analyse wertvoll für Sie war, unterstützen Sie bitte die Arbeit des Instituts für Wertewirtschaft mit einer freien Spende auf

das Konto des Instituts bei der

Erste Bank, Österreich

Kontonummer: 28824799900, Bankleitzahl: 20111

IBAN: AT332011128824799900, BIC: GIBAATWW

Ab einer Spende von 60€ erhalten Sie für ein Jahr unsere Mitgliedschaftsvorteile, ab 300€ nehmen wir Sie für ein Jahr in unseren Gründerkreis auf.

Nähere Informationen: <http://wertewirtschaft.org/spende>

Unser Angebot

Wir hoffen, daß diese Analyse wertvoll für Sie war. Wir würden uns sehr freuen, von Ihnen zu hören und wären Ihnen sehr dankbar, wenn Sie unser Angebot an Verwandte, Freunde, Bekannte, Mitarbeiter und Vorgesetzte weiterempfehlen würden. Das Institut für Wertewirtschaft bietet Unternehmen, NGOs, Institutionen, Universitäten und Privatpersonen folgende Dienstleistungen:

Seminare

- Seminare für Privatpersonen: <http://wertewirtschaft.org/seminare/>
- Mitarbeiterschulungen direkt in Ihrem Unternehmen/Verein. Auf Wunsch übernehmen wir auch die komplette Organisation eines externen Seminars. Themen: Wirtschaftsethik, Erfolg durch ökonomisches Denken, Werte & Sinn im Unternehmen, Unternehmertheorie, Nachhaltige Wertsicherung im Konjunkturzyklus, Dynamische Anreizanalyse (→ info@wertewirtschaft.org).
- Seminare für Studenten oder Schüler: Ob kompetente Lehre auf höchstem akademischem Niveau oder interaktive (auch kindergerechte) Einführung in die Ökonomie mittels innovativer Simulationen - bei uns sind Sie richtig (→ info@wertewirtschaft.org).

Vorträge

Wir bieten kompetente Vortragende zu folgenden Themen: Ökonomische Grundlagen / Wirtschaft wirklich verstehen, Werte & Sinn in der Wirtschaft, Wirtschaftsethik / CSR, Ethisches Investment, Vermögenssicherung in der Wirtschaftskrise, Konjunkturzyklus, Menschenbild in der Ökonomie, Ideengeschichte, Freiheit & Verantwortung, Unternehmertum, Österreichische Schule der Nationalökonomie, Ökonomie und Religion, Epistemologie / Wissenschaftstheorie, Risiken in Technologie und Wirtschaft, Bildungsfreiheit, Werteorientierte Bildung, aktuelle politische und wirtschaftliche Fragen. Anfragen an: info@wertewirtschaft.org. Jeden 7. um 7 (monatlich um 19:00 Uhr, unabhängig vom Wochentag) findet in Wien ein Club für Wertewirtschaft mit aktuellen Vorträgen statt (→ <http://wertewirtschaft.org/club/>).

Projekte

Das Institut für Wertewirtschaft bietet interessierten Unternehmen die Möglichkeit, gemeinsame Projekte umzusetzen. Nützen Sie die Kompetenz des Instituts für den Aufbau wahrer Werte, die wertewirtschaftliche Überprüfung und Ausformung Ihrer Unternehmenskultur und werte- und sinnorientiertes Unternehmertum. Das Institut für Wertewirtschaft kombiniert ökonomisches und ethisches Know-how - keine halben Sachen, nicht bloß gute Intentionen und schon gar keine kurzfristige PR, sondern echte Werte und Sinn für Ihr Unternehmen und Ihre Mitarbeiter. Kontakt: info@wertewirtschaft.org.

Tutor

Ob Sie bloß gelegentliche Fragen haben oder vor einer großen Lebensentscheidung stehen; ob Sie bloß eine zweite Meinung einholen oder Ihren Lebensentwurf und Ihr Weltbild auf Stimmigkeit prüfen wollen: Wir stellen Ihnen gerne nach Möglichkeit einen persönlichen Tutor zu Ihrer Verfügung. Ihr Tutor hilft bei praktischen Lebensfragen, aber auch bei theoretischeren Fragestellungen, z.B. der Auseinandersetzung mit dem eigenen Weltbild: Ihr Tutor empfiehlt Ihnen Literatur, begleitet Sie bei schwieriger Lektüre, gibt Ihnen zahlreiche Anregungen zum Nachdenken und steht für persönliche Diskussionen zur Verfügung. Auch bei Seminar- und Diplomarbeiten ist ein Tutor eine wertvolle Hilfe.

- **Denkfutter:** Sie nennen uns ein Thema und wir liefern Ihnen Texte mit tiefeschürfenden, überraschenden, kontroversiellen, aufmunternden Denk-Anregungen. Ob zur Schärfung Ihres Intellekts aus persönlichem Interesse oder für akademische Arbeiten, Projekte, Veranstaltungen, Diskussionen, Unterricht ... (Kostenbeitrag: auf Anfrage).
- **Persönliches Gespräch:** Entweder Sie besuchen uns persönlich in Wien, laden uns zu sich ein oder wir führen ein Telefongespräch. Sie nennen uns zuvor die Themen, die Ihnen am Herzen liegen, sodaß sich Ihr Tutor vorbereiten kann. Auch eine schriftliche Nachbereitung bieten wir Ihnen an. (Kostenbeitrag: €30/Stunde)

- **Privatlehrer:** Für Kinder/Jugendliche bieten wir einfühlsame Hauslehrer - allerdings nicht zur Prüfungsvorbereitung, sondern zum gemeinsamen Entdecken von Wissen. (Kostenbeitrag: €20/Stunde)

Was Sie nicht erwartet: Es handelt sich weder um Psychotherapie oder Lebens-/ Sozialberatung, noch ein religiöses/ideologisches Angebot.

Publikationen

Die einfachste Möglichkeit, regelmäßig alle unsere Publikationen (Übersicht: [http:// wertewirtschaft.org/publikationen/](http://wertewirtschaft.org/publikationen/)) zu erhalten, ist eine Mitgliedschaft beim Institut für Wertewirtschaft (Nähere Informationen: [http:// wertewirtschaft.org/spende/](http://wertewirtschaft.org/spende/)):

- **5€ / Monat:** einfaches Mitglied, Abonnement unserer Publikationsreihe, Zusendung unserer Mitgliederschrift
- **10€ / Monat:** Förderndes Mitglied
- **25€ / Monat:** Gründer, Zusendung aller Publikationen, auch Buchtitel
- **50€ / Monat:** Fördernder Gründer

Institut für Wertewirtschaft
Alberichgasse 5/12, A-1150 Wien
Fax: +43 1 2533033 4733
Email: info@wertewirtschaft.org
<http://wertewirtschaft.org>