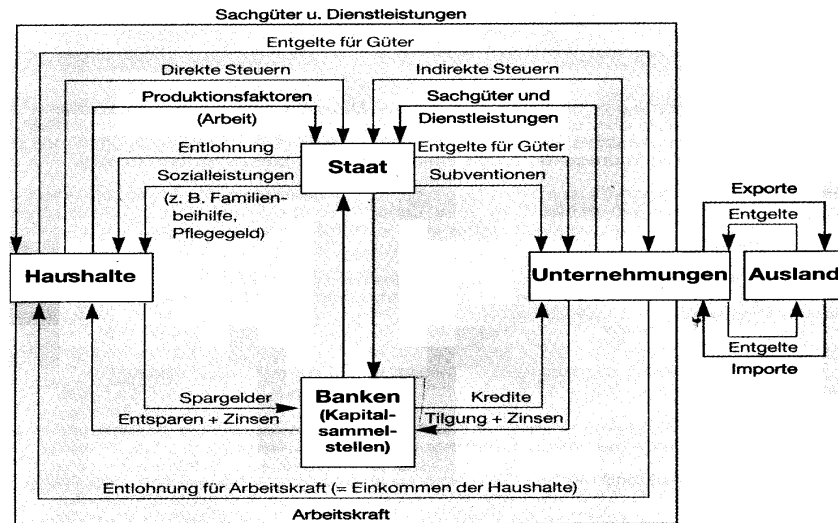


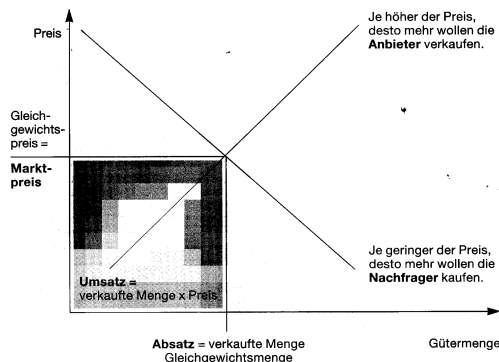
Der Markt

Der volkswirtschaftliche Kreislauf



Markt nennt man in funktioneller Hinsicht das Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage, durch das sich Preise bilden. Der Marktpreis ist ein **Regulator** der Volkswirtschaft. Steigt der Preis, wird die Produktion angeregt, jedoch die Nachfrage geht allmählich zurück.

Fällt der Preis, steigt zwar die Nachfrage, jedoch die Produktion wird eingeschränkt. Der Preis stimmt Angebot und Nachfrage aufeinander ab. Der Markt kann sich zum Nutzen der Verbraucher aber nur dann selbst regeln, wenn die Anbieter durch die **Konkurrenz** zu immer größeren Leistungen veranlasst werden.



Arten:

- (1) Ein Markt kann organisiert oder nicht - organisiert sein. Im zuerst genannten Fall liegt ein Markt im institutionellen Sinne vor, auf dem bestimmte festgelegte Regeln gelten; zB Wochenmärkte, Jahrmärkte, Auktionen, Ausschreibungen, Börsen. Angebot und Nachfrage werden auch durch Messen und Ausstellungen zusammengeführt.
- (2) Nach dem Marktzutritt kann in offene, beschränkte und geschlossene M. unterschieden werden. Wenn der Zugang zum M. und der Marktaustritt jederzeit für alle Anbieter offensteht, herrscht freie Konkurrenz, sonst liegt ein geschlossener M. vor. Letzterer kann durch staatliche Verfügung entstehen (z.B. früher durch das Postregal, Konzessionen), auf rechtlichen Gründen beruhen (Patent) oder lediglich faktisch (temporär) gegeben sein. Die resultierenden Wirkungen sind jeweils unterschiedlich.
- (3) Ein M. ist frei, wenn die Marktpartner ihre Aktionsparameter, insbesondere den Preis, frei aushandeln bzw. setzen können. Unterliegt der Aktionsparameter behördlichen Eingriffen - zB in Form von Fest-, Höchst- oder Mindestpreisen (Preisfunktionen) - so liegt ein regulierter Markt vor.
- (4) Nach Prämissen wird folgendermaßen unterschieden: Man nennt einen Markt **homogen**, wenn das Gut (Produkt-)technisch homogen ist und als solches auch von den Nachfragern perzipiert wird. Letzteres bedingt, dass persönliche Präferenzen zwischen Anbietern und Nachfragern fehlen, Transportkosten nicht auftreten, also ein räumlicher Punktmarkt vorliegt, außerdem Angebot und Nachfrage sich auf den gleichen Zeitpunkt beziehen (zeitlicher Punktmarkt). Fehlt eine dieser Voraussetzungen, liegt ein heterogener M. vor. - Herrscht auf einem homogenen M. vollständige Markttransparenz und reagieren die Beteiligten auf Marktsignale mit unendlicher Reaktionsgeschwindigkeit, spricht man vom vollkommenen M. In allen anderen Fällen handelt es sich um einen unvollkommenen M. Auf einem vollkommenen M. gibt es einen einheitlichen Preis ("Gesetz der Unterschiedslosigkeit der Preise"). "Vollkommenheit" ist als Begriff rein analytisch zu verstehen, wird also im normativen Sinne nicht als überlegen bewertet.

Marktabgrenzung: Soll ein Markt bestimmt werden, ist eine Marktabgrenzung in sachlicher, räumlicher und zeitlicher Hinsicht vorzunehmen, d.h., es ist festzulegen, wer unter diesen Kriterien zu den Anbietern und Nachfragern gehört oder gehören soll. Eine Marktabgrenzung als solche gibt es nicht, sondern nur im Hinblick auf eine Fragestellung bzw. Zwecksetzung. Außerdem ist ein gewisser Grad an "Willkür" nicht vermeidbar.

Marktpotential: Aufnahmefähigkeit eines Marktes → Gesamtheit möglicher Absatzmengen eines Marktes für ein bestimmtes Produkt oder eine Produktkategorie. Das M. bildet die obere Grenze für das Marktvolumen.

Marktformen klassifizieren die Märkte nach der Anzahl der Marktteilnehmer und deren relativem Gewicht (Marktmorphologie). Durch die Kombination von einem, wenigen, vielen Anbietern und Nachfragern lässt sich ein Markt-Schema bilden:

Nachfrager	einer	wenige	viele
Anbieter			
einer	bilaterales Monopol	beschränktes Angebotsmonopol	Angebotsmonopol
wenige	beschränktes Nachfragemonopol	bilaterales Oligopol	Angebotsoligopol
Viele	Nachfragemonopol	Nachfrageoligopol	polypolistische Konkurrenz

Sind auf beiden Marktseiten sehr viele Akteure vorhanden, spricht man auch von **atomistischer Marktstruktur** oder von vollkommener Konkurrenz.

Vorstehendes Marktschema stellt nur auf die Anzahl, nicht auf das Gewicht der Akteure ab. Letzteres lässt sich jedoch in die Analyse einbeziehen. Dominiert z.B. ein Anbieter marktanteilmäßig die übrigen, gelangt man zum Teilmonopol (Forchheimer-Fall). Entsprechende Erweiterungen ergeben sich bei den anderen M. - In der Preistheorie werden aus den M. Verhaltensweisen abgeleitet, die für die Preisbildung ausschlaggebend sein sollen, was sich jedoch als zu kurzschlüssig erwiesen hat (Wettbewerbstheorie). Behandelt werden in der Preistheorie vor allem folgende M.: Monopol, Oligopol, Polypol, „Monopson“, bilaterales Monopol (Preisbildungsmodelle).

Portfolio-Analyse - PREIS-ABSATZ-PORTFOLIO

I. Entstehung:

- Portfolio-Ansatz von Markowitz (1952), der Finanzwirtschaft zuordenbar: Eine Planungsmethode zur
- das, nach bestimmten Kriterien (z.B. Erwartungswert und die Standardabweichung der Kapitalrendite) bewertet, eine optimale Verzinsung des an der Aktienbörse investierten Kapitals erbringen sollte (Portfolio Selection).
- Der Ansatz wurde später auf andere Bereiche (zB Sachinvestitionen) übertragen. - Anfang der 70er Jahre gelang es, die P.-A. auf ganzheitliche Problemstellungen bei diversifizierten Unternehmen anzuwenden (Vorreiter in der Praxis: General Electric): Es ging um die Bestimmung eines nach zukünftigen Chancen und Risiken ausgewogenen Produkt/Markt-Programms. - Seither wurde die P.-A. vielfach modifiziert und zählt zu den verbreitetsten Analyse- und Planungsinstrumenten eines strategischen Managements.

II. Ziel: Ist die Betrachtungsebene der P.-A. das Gesamtunternehmen, so sind seine Elemente die strategischen Geschäftsfelder (SGF). Grundüberlegung der P.-A. ist es, die einzelnen SGF nicht isoliert zu betrachten, sondern eine ganzheitliche Planung des Verbundes aller SGF anzustreben. Die P.-A. visualisiert, wie ausgewogen die Geschäfte eines Unternehmens sind. Da sie damit auch eine Denkfigur bietet, ist sie nicht nur eine Analyse-methode, sondern auch eine Führungskonzeption (Portfolio-Management).

III. Ansätze: Um die Geschäfte eines Unternehmens untereinander vergleichbar zu machen, werden, je nach Konzept, unterschiedliche Bewertungskriterien zu einer generalisierenden Vereinfachung der Sachverhalte herangezogen.



1. P.-A. der Boston Consulting Group:

- Kriterien sind "Marktwachstum", als Ausdruck der Attraktivität eines Marktes, und "relativer Marktanteil", als Ausdruck der Wettbewerbsposition eines Geschäfts des Unternehmens relativ zur Konkurrenz. Beide Kriterien zeigen sich im **PIMS-Modell (PIMS)** stark positiv korreliert zur Rentabilität (bzw. dem Gewinn).
- Theoretische Grundlage sind das Konzept des Lebenszyklus (z.B. weist eine frühe Phase im Lebenszyklus auf hohe Wachstumspotentiale hin, erfordert aber auch erhöhte Investitionen) sowie die Erfahrungskurve (ein höherer Marktanteil ermöglicht eine günstigere Position auf der Erfahrungskurve und damit mehr Gewinn und Cash-flow).
- Darstellungsweise: Eine Portfolio-Matrix mit den unter a) genannten Dimensionen zeigt die Abbildung der Portfolio-Matrix der Boston Consulting Group in der Übersicht "Portfolio-Analyse". Positioniert man in ihr die strategischen Geschäftsfelder, lassen sich vier Arten mit ihren dazugehörigen Normstrategien unterscheiden. Diese Normstrategien zielen auf eine Ressourcenzuteilung ab, die ein längerfristiges Gleichgewicht der Zahlungsströme sowie eine ausgewogene Investitionspolitik erwarten lässt.

Erörtern Sie als Hausübung die Begriffe:

PIMS-Studie und

finden Sie ein Praxisbeispiel zur „Portfolio-Analyse“

DER HOMO OECONOMICUS

Das **ökonomische Prinzip** erklärt rationale Verhaltensweisen für wirtschaftliches Handeln. Nach dem „ökonomischen Prinzip“ handelt, wer das Verhältnis zwischen dem Ausmaß der Zielerreichung und den für die Erreichung des Zieles aufzuwendenden Ressourcen optimiert: **Maximal- oder Minimalprinzip**.

Ökonomie „ist die Lehre von der bestmöglichen (effizienten) Verwendung knapper Ressourcen.“ „Betrachtungsweise, die individuelle wie auch gesellschaftliche Handlungen und Handlungsprozesse ausschließlich unter dem Aspekt des rational Wirtschaftlichen zu beurteilen versucht.“

„Betrachtet werden in der **Mikroökonomie** nicht Volkswirtschaften in ihrer Gesamtheit, sondern [einzelne Wirtschaftseinheiten bzw.] Einzelpersonen, das heißt Konsumenten, Haushalte und Nachfrager auf der einen Seite, Produzenten, Unternehmungen und Anbieter auf der anderen“, die eng miteinander verknüpft sind. „Die Mikroökonomie befasst sich mit den Entscheidungen von Menschen über knappe Mittel und mit dem Zusammenwirken dieser Entscheidungen.“ Die „**neoklassische** Mikroökonomik betrachtet überwiegend Individuen, die auf Märkten Güter anbieten und nachfragen. Die betrachteten Individuen sind Haushalte und Unternehmen“; typische Fragen wie „Welche Konsequenzen bewirken andere Preise?“, werden beantwortet.

Unter „**Wettbewerb oder Konkurrenz**“ wird verstanden, dass mindestens zwei Personen um den Besitz, das Eigentum, den Genuss eines Gutes streiten, derart, dass der Anteil, den die eine Person erlangt, der anderen nicht zukommen kann. Wettbewerb ist also eine Folge der Knappheit von Gütern, wodurch **Wirtschaften** (=bewusst mit knappen Gütern umgehen) notwendig wird; vollständig wird der Wettbewerb genannt, wenn er auf vollkommenen Märkten stattfindet.“

„**Markt**“ wird definiert als der Ort, an dem Angebot von und Nachfrage nach wirtschaftlichen Gütern (knappe dispo-nible Güter) zusammentreffen“, wobei dies nicht zur selben Zeit und am selben Ort stattfinden muss. „Als **Haushalt** wird eine auf (relative) Dauer angelegte Lebensgemeinschaft von Personen definiert.“

Durch **Wirtschaftlichkeit**, d.h. mit begrenzten Mitteln und durch rationales Vorgehen, soll die bestmögliche Bedürfnisbefriedigung erreicht werden. **Rationalität** ist „eine vernünftige Verfolgung des Eigeninteresses“, wobei diese Auffassung hinter dem homo oeconomicus steht, wie er in den **Sozialwissenschaften** (befassen sich mit den Erscheinungen des gesellschaftlichen Lebens) verstanden und angewandt wird. Die Konzentration der Nachfragetheorie auf die **Nutzenmaximierungstheorie**, ist in erster Linie historisch bedingt; sie fand ihre erste Formulierung vor dem Hintergrund einer **hedonistisch - utilitaristischen Lebensphilosophie**. Menschliches Handeln wurde mit dem Streben nach dem höchsten irdischen Glück identifiziert. Unter der Restriktion begrenzter Mittel, aber unbegrenzter Bedürfnisse trifft der hedonistisch orientierte Mensch seine Wahlentscheidungen so, dass ihm ein Nutzenmaximum entsteht.

Wenn ein Bündel eine größere Vielfalt von Gütern oder Produkte besserer **Qualität** enthält als das andere, dann wählt man das abwechslungsreichere oder qualitativ bessere. Nach DIN 55350 wird Qualität als "Beschaffenheit einer Einheit bezüglich ihrer Eignung, festgelegte und vorausgesetzte Erfordernisse zu erfüllen", definiert und orientiert sich in ihrem formalen Charakter sehr an der Funktionalität des Erzeugnisses. Das Wort "**Qualität**" ist im 16. Jahrhundert entstanden und wurde aus dem Lateinischen "qualis" - wie beschaffen - abgeleitet. Die Beschaffenheit hat sich in unserem modernen Qualitätsbegriff in Eignung gewandelt. Als Qualität empfindet der Kunde das, was er selbst als Qualität erwartet. Durch diese individuelle Definition ist eine Standardisierung nur schwer möglich.

Das Konzept des HO wird zunehmend auf **Bereiche** angewendet, welche traditionell nicht der Ökonomie zuge-rechnet werden (**Umweltschutz**) hervorgebracht. Auf alle Fälle hat, durch die Entwicklung im Bereich der Öko-nomie begünstigt, die Diskussion um den HO an Aktualität und Brisanz gewonnen.

DER HOMO OECONOMICUS IN DER THEORIE

Die auffallendste Eigenschaft der modernen Ökonomie ist für den Außenstehenden der hohe Abstraktionsgrad und das Denken mit Hilfe von theoretischen **Vereinfachungen**, sogenannten **Modellen**. Zu einem ökonomischen Modell gelangt man aufgrund der Beobachtung der Wirklichkeit. Da sich die Wirklichkeit als undurch-schaubar komplex präsentiert, ist es nicht möglich, sie in allen Einzelheiten begreifen zu wollen. So spricht man beispielsweise beim Menschen allgemein von einem Nutzenmaximierer, wobei dieser „**Modell-Mensch**“ als „**homo oeconomicus**“ bezeichnet wird.

Menschliches Verhalten wird in der **Mikroökonomie** aus dem Zusammenwirken äußerer Restriktionen, indivi-dueller Präferenzen und individueller Zielvorstellungen abgeleitet. Als Zielvorstellung wird meist die „Wahl der günstigsten Alternative“, also die „Maximierung des Nutzens“ angesehen.

Der homo oeconomicus kann als Sammelbegriff für, auf Individuen bezogene Annahmen und Hypothesen angesehen werden, welche Wirtschaftstheoretiker zugrunde legen, wenn sie Modelle menschlichen Verhaltens entwickeln. Solche Modelle betreffen sowohl das Verhalten des einzelnen Menschen, als auch das Verhalten von Kollektiven, wobei das Handeln von Kollektiven stets auf das Handeln von **Individuen** zurückgeführt wird. „Der zentrale Ansatzpunkt der ökonomischen Analyse ist das Individuum.“

Von besonderer Bedeutung sind folgende **Ausgangskriterien**:

- Individuen handeln **zielgerichtet** und wollen durch ihre Handlungen die eigene Situation verbessern.
- Individuen handeln **rational**, d.h. sie versuchen, ihre Ziele mit minimalem Ressourceneinsatz zu erreichen bzw. mit ihren verfügbaren Ressourcen maximale Zielerfüllungsgrade zu verwirklichen.

Unter einem HO versteht man also einen Menschen, dessen Verhalten durch das oben beschriebene Modell wiedergegeben werden kann. Wie jedes **Menschenmodell** ist auch der HO eine sehr umstrittene Erscheinung. Man hat Anstoß daran genommen, da ein „natürlicher“ Mensch Restriktionen, Präferenzen und Ziele auseinanderhalten können muss, um in einer Gesellschaft existieren zu können.

Der homo oeconomicus trachtet:

als **Produzent** (unter der Annahme eines positiven Zusammenhangs zwischen Leistungsqualität und Kosten) stets danach, das Preis-/Leistungsverhältnis zu **maximieren**.

als **Konsument** (unter der Annahme eines positiven Zusammenhangs zwischen Leistungsqualität und Nutzenstiftung) das Preis/Leistungsverhältnis zu **minimieren**.

Der homo oeconomicus ist jedoch **nicht zwangsläufig Nutzenmaximierer**, sondern **Wahlhandlungsoptimierer** auf der Basis eines spezifischen Präferenzsystems. Er stellt keine realitätsgleiche oder -nahe Verhaltensfigur dar, sondern einen theoretischen **Grenztypus**, eine idealtypische **Denkfigur**, der ausschließlich heuristischer Wert beigemessen wird. Eine Approximation an die Wirklichkeit ist nicht beabsichtigt; solche Denkfiktionen entziehen sich daher zwangsläufig jedem Versuch einer empirischen Überprüfung oder Widerlegung.

Eine suboptimale **Produktwahl** kann auch als Folge einer unvollständigen Erfassung der verfügbaren Alternativen sein. Weicht das Kaufverhalten in der Realität vom Modell des **Rationalverhaltens** ab, so ist dies hauptsächlich dadurch bedingt, dass der menschlichen **Informationskapazität** enge Grenzen gezogen sind. Wenn etwa von zwei homogenen Gütern das teure nachgefragt wird (**Veblen-Effekt** - Prestige- oder Snobeffekteffekt) und **Giffen-Paradoxon** - trotz Preiserhöhung mehr Nachfrage), so muss ein solches Verhalten aus der Sicht des HO als irrational und unter Beibehaltung der Axiome der Preistheorie (**Nutzenmaximierung**, knappe Mittel, Preis als einzige Erklärungsvariable) nicht erläutert werden.

ÖKONOMIE UND PSYCHOLOGIE

Das **Verhalten** des Menschen ist von einer Reihe persönlicher und externer Einflüsse abhängig. Aufgrund dessen ist es schwierig, als Wirtschaft (Unternehmen) entsprechende eindeutige Maßnahmen zu ergreifen, da der Mensch nicht unbedingt dem HO-Modell entspricht (**Unberechenbarkeit** des Menschen).

Das **Handeln** des Menschen kann durch **fünf Elemente** beschrieben werden:

- ✓ Handlungseinheit ist der **Einzelne**: auf gesellschaftlicher Ebene wird das Handeln auf Personen zurückgeführt.
- ✓ Das menschliche **Verhalten** wird durch Anreize bestimmt:
 - Personen handeln nicht zufällig, sondern sie reagieren in systematischer und folglich vorhersehbarer Weise, wenn ihnen eine Handlungsmöglichkeit vorteilhafter oder ungünstiger erscheint. Der HO ist durch sein beschränktes Wissen gekennzeichnet, das er aber, falls notwendig, durch Suchen und **Lernen** erweitert.
- ✓ **Anreize** werden durch Präferenzen und Einschränkungen hervorgerufen.
- ✓ Die Individuen sind auf ihren eigenen **Vorteil** bedacht und verhalten sich eigennützig.
- ✓ **Restriktionen** bestimmen den zum Handeln verfügbaren Möglichkeitsraum.

Diese erkennbaren Grenzen haben zu Weiterentwicklungen geführt, die z.B. subjektive Wahrnehmungen den objektiven anpassen sollen (Psychologie: eigene direkte Erfahrung). Die Verknüpfung mit dem psychologischen Modell ist sehr wesentlich, da der Mensch als Wesen, nur einseitig betrachtet, ein **Nutzenmaximierer** ist. Nicht nur materielle, sondern auch immaterielle Güter stiften Nutzen, jedoch können Kosten physische, psychische und soziale Dimensionen aufweisen. Zu solchen **immateriellen Gütern** mögen **Prestige** und Bequemlichkeit gehören, aber auch Geborgenheit und Sicherheit. Die Verbesserung der eigenen Situation muss nicht mit Egoismus identisch sein: der HO mag selbst ein höheres **Nutzenniveau** erreichen, wenn er die Situation anderer verbessert.

Der homo oeconomicus hat die gesellschaftliche Umwelt mitgestaltet, er kann seine eigenen Bewertungen zum Ausdruck bringen, da er autonom ist und freie Entscheidungen trifft. Der HO empfindet keinen gesellschaftlichen **Zwang**.

Die einen behaupten, dass das von der modernen **Psychologie** entwickelte Menschenbild mit dem ökonomischen Modell des Menschen nicht vereinbar sei. Andere vertreten die Auffassung, dass der ökonomische Ansatz durchaus psychologischen Anforderungen genüge. Dritte betrachten es schließlich geradezu als Vorteil, dass der homo oeconomicus nicht psychologischen Vorstellungen entspricht.

DIE STÄRKEN DES HO

Die **Vorzüge** des homo oeconomicus sind einerseits, dass es ein einfaches, leicht übertragbares Modell, jedoch mit abgegrenzten Präferenzen ist.

DIE SCHWÄCHEN DES HO

Von den Verfechtern des „HO nach der traditionellen Anschauung“ wurde bestritten, dass ein Mensch die verschiedenen zur Diskussion stehenden Möglichkeiten nach ihrer relativen Vorzüglichkeit ordnen kann und das Ziel der **Nutzenmaximierung** verfolgt wird. Zudem stellt man in Frage, dass ein Mensch sich immer rational verhält, d.h. er sich zunächst einen Überblick über die realisierbaren Möglichkeiten verschafft, zwischen denen er dann die beste auswählt.

Generell handelt es sich um **normative und monetäre Einschränkungen**:

Im Mikro- und Makroökonomie wird vorausgesetzt, dass der Mensch ständig alle **Informationen** besitzt und sich rational verhält. Dies ist jedoch ein **Zerrbild**, da die Anschauung nicht immer mit der Realität übereinstimmt.

Als eigennütziger Mensch trägt der **Trittbrettfahrer** nicht freiwillig zu den Kosten der Erstellung eines öffentlichen Gutes bei, welches jedermann ohne Beitrag konsumieren kann.

Bei **kleinen Gruppen** wird durch die direkte Miteinander (face to face interaction), das Trittbrettfahren von anderen Personen durch Entzug von Achtung oder anderen Sanktionen bestraft.

Im ökonomischen **Verhaltensmodell** wird unterstellt, dass die Menschen auf systematische Weise hinsichtlich der Änderungen von Einschränkungen reagieren. So wird bei Erhöhung eines Preises erwartet, dass die (eine) teurer gewordene Aktivität weniger konsumiert wird.

Als weiterer Nachteil kann angeführt werden, dass aufgrund der herrschenden Lehrmeinung, auf den **Lernprozess** nicht eingegangen wird (Pädagogik - Psychologie).

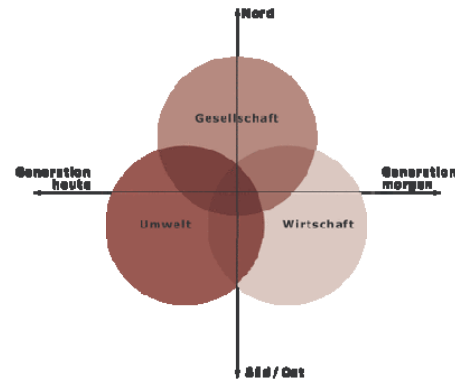
Zusätzlich versucht der ökonomische Ansatz das menschliche **Verhalten** zu erklären, indem möglichst wenig Annahmen über die zugrunde liegenden Handlungsmotive gemacht werden, hingegen diese im praktischen Leben in vielen Bereichen eine nicht zu unterschätzende Rolle spielen.

Zum anderen können rein **materielle Anreize** (niedrige Preise, Lohnerhöhung) zur Zielerreichung versagen, da es mitunter zu einer Zerstörung der **intrinsischen Motivation** (aus reiner Freude etwas tun) kommen kann. In diesem Zusammenhang spricht man von den verborgenen Kosten der Belohnung.

Die oben aufgezeigten Prinzipien der **Idealisierung** können zum Zerrbild dieser Vereinfachung werden, da **Theorie** (sehr oft) **verfälscht**.

EXKURS: Die Ökosoziale Marktwirtschaft:¹

1987 hat die Weltkommission für Umwelt und Entwicklung, die nach ihrer Präsidentin benannte Brundtland-Kommission, eine Definition für Nachhaltige Entwicklung verabschiedet, die inzwischen allgemein anerkannt ist. Danach gewährleistet eine Nachhaltige Entwicklung, «dass die Bedürfnisse der heutigen Generation befriedigt werden, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zur Befriedigung ihrer eigenen Bedürfnisse zu beeinträchtigen.²



Künftige Generationen sollen ebenso ein Anrecht auf eine intakte Umwelt haben wie wir selbst. Nachhaltige Entwicklung bedeutet jedoch mehr als Umweltschutz. Wirtschaftliches Wohlergehen ist ebenso wie die Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen Voraussetzung für die Befriedigung unserer materiellen und immateriellen Bedürfnisse. Und nur eine solidarische Gesellschaft ist in der Lage, die erworbenen wirtschaftlichen Güter und Chancen gerecht zu verteilen, die gesellschaftlichen Werte zu bewahren sowie die Nutzung der natürlichen Ressourcen effizient und wirksam zu organisieren. Nachhaltige Entwicklung bezieht sich also gleichwertig auf alle drei Bereiche Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft.

Nachhaltigkeit steht für ein neues Fortschrittskonzept, das die wirtschaftlich-technische Entwicklung sozial und

ökologisch gestaltet. Es geht weit über die Umwelt- und Entwicklungspolitik hinaus. Nachhaltigkeit stellt vor allem Partizipation und die ökologische Modernisierung von Wirtschaft und Gesellschaft ins Zentrum. Es ist das Gegenmodell zu einer rein ökonomistischen, neoliberalen Globalisierung, welche soziale und ökologische Interessen dem "shareholder value" unterordnet.

Europa hat eine besondere Verantwortung für diese notwendige Umorientierung auf eine nachhaltige Entwicklung, weil in vielen Staaten Europas das Konzept der Marktwirtschaft erfolgreich zu einer ökosozialen Marktwirtschaft weiterentwickelt wurde. Die Globalisierung von Wirtschaft und Politik kann auch eine Chance sein, die Ziele wirtschaftliche Leistungskraft, soziale Gerechtigkeit und ökologische Verträglichkeit gleichgewichtig zu verfolgen und damit die Grundlage für wirkliche Verbesserungen der sozialen und wirtschaftlichen Lage der ärmsten Menschen in den Entwicklungsländern zu schaffen.

Eine hohe Leistungsfähigkeit in Kombination mit der sozialen und ökologischen Stabilität sind das Bestechende am Modell der Ökosozialen Marktwirtschaft.

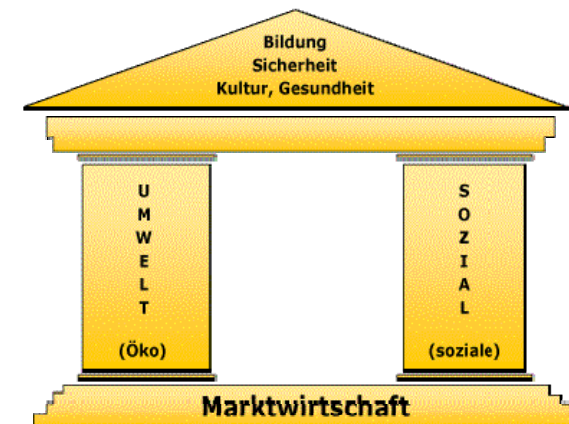


1. Die Ökosoziale Marktwirtschaft ist ein ganzheitliches Modell. Es beruht auf dem optimalen Zusammenwirken von Wirtschaft, Sozialem und Ökologie.

¹ Auszug aus: „Nachhaltig in die Zukunft? Auf dem Weg zur EU-Nachhaltigkeitsstrategie; Ökosoziale Marktwirtschaft - mit Jiu-Jitsu-Prinzip zur Nachhaltigkeit“ von Josef RIEGLER (Präsident des Ökosozialen Forum Österreich Wien, 15.2.2001); <http://www.sustainableeurope.net/integration/content/tagung4.html>

² Vgl. auch <http://www.nfi.at/deutsch/Arbeitsbereiche/europa/>

2. Das Bekenntnis zu den Regelmechanismen der Marktwirtschaft ist Basis und Motor der Ökosozialen Marktwirtschaft. Im Interesse unserer sowie der nachfolgenden Generationen ist dabei immer das politische Ziel der Nachhaltigkeit zu berücksichtigen.
3. Umweltqualität und soziale Lebensqualität sind Grundwerte für alle Menschen und somit ins Zentrum aller privaten und wirtschaftlichen Überlegungen zu stellen.
4. Saubere Natur und intakte Umwelt zu erhalten bzw. wieder zu erlangen kostet Geld, das dem Verursacher von Umweltbelastungen in Rechnung gestellt werden muss. Die Erkenntnis, dass Natur- und Umweltschutz nicht zum Nulltarif zu haben sind, muss auch Eingang in die Steuergesetzgebung finden.
5. Nachhaltiger Umweltschutz muss sich wirtschaftlich lohnen. Soziale Fairness muss Richtschnur für wirtschaftliches Handeln sein. Die Politik ist aufgefordert, der Wirtschaft die richtigen Rahmenbedingungen zu geben.
6. So wie die Marktwirtschaft bereits zum „Global Player,“ wurde, muss auch im Ökologie- und Sozialbereich über Ländergrenzen hinweg gedacht und gehandelt werden.
7. Durch höhere soziale Standards, Bildung und Aufklärung kann die demografische Entwicklung im Sinne der Nachhaltigkeit beeinflusst werden.
8. Entwicklungs- und Schwellenländer sind unsere Partner. Investieren wir heute in ihre Sozialstruktur und in ihre Wirtschaft, damit wir morgen in sozialem Frieden leben können.



Bitte beantworten Sie folgende Fragen in der Gruppe (Dauer 45 Minuten mit folgender Kurzpräsentation der Ergebnisse):

1. inwieweit ist dieses Wirtschaftssystem nach wie vor gültig?
2. gibt es ggf. ergänzende Säulen, um das aktuelle wirtschaftliche Umfeld abzubilden? und
3. welche Schritte sollten Ihrer Meinung nach in der derzeitigen Situation gesetzt werden.
4. Inwieweit wurde dieses Wirtschaftssystem in Diskussionen zu den Wahlen für den Bundestag oder Nationalrat im Herbst 2017/22... thematisiert?