Zeitschrift: Gewerkschaftliche Rundschau : Vierteljahresschrift des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes

Herausgeber: Schweizerischer Gewerkschaftsbund

Band: 73 (1981)

Heft: 12

Buchbesprechung: Buchbesprechungen

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Buchbesprechungen

Oswald von Nell-Breuning: Soziale Sicherheit? Zu Grundsatzfragen der Sozialordnung aus christlicher Verantwortung
Herder-Verlag, Freiburg i. Br., 1979, 296 Seiten

Altersversicherung: Im *I. Teil «Soziale Sicherung des Alters»* seines Werkes hat Nell-Breuning die deutsche Altersrentenversicherung im Auge, weist aber auf Grundtatsachen und Massstäbe hin, die auch in der schweizerischen Altersversicherung höchste Bachtung verdienen. Er lehnt das Kapitaldeckungsverfahren ab: Der Lebensunterhalt einer Bevölkerung lässt sich immer nur aus der laufenden Gütererzeugung, nicht aus gespeicherten Vorräten, am allerwenigsten aus Desinvestion akkumulierter Kapitalien decken. Man kann nur von dem leben, was laufend an Verbrauchsgütern und an Sozialprodukt geschaffen wird. Deshalb können Altersrenten nur duch Konsumverzicht der arbeitenden Bevölkerung, durch Kaufkraft- und Einkommensübertragungen von der arbeitenden auf die nicht mehr arbeitende Bevölkerung finanziert werden: also Umlageverfahren. Die laufenden Renten sind aus den laufenden Versicherungsprämien zu zahlen. Werden die Renten so finanziert, dann sind sie sowohl konjunktur- als auch geldwertneutral.
Wenn man heute den Geburtenrückgang als Argument gegen ausreichende Altersrenten ins Feld führen will, so antwortet Nell-Breuning: «Schon bei der *heutigen* hohen Arbeitsproduktivität, erst recht bei deren mit Sicherheit zu erwartenden ständigen weiteren Steigerung, kann eine sehr kleine Minderheit Erwerbstätiger eine grosse Mehrheit noch nicht oder nicht mehr Erwerbsfähiger nicht nur auskömmlich, sondern gut und reichlich versorgen und unterhalten ... Auch bei extrem ungünstiger Altersstruktur der Bevölkerung können wir unsere Alten gut und reichlich versorgen. Die Frage ist nicht, ob wir das können, sondern ob wir das *wollen,* ob die Arbeitsfähigen bereit sind, so viel vom Ertrag ihrer Arbeit abzugeben, dass auch die noch nicht und die nicht mehr Arbeitsfähigen davon menschenwürdig leben, im Ruhestand die einmal errungene Lebenshaltung beibehalten können.» Die Frage ausreichender Altersrenten ist also vor allem eine Frage der Moral und der Solidarität, nicht der Finanzen und der Volkswirtschaft.
Andererseits fordert Nell-Breuning, dass die Familien, welche die künftige arbeitende Generation erziehen, die einmal den Lebensunterhalt der Betagten erarbeiten und finanzieren muss, auch entsprechend ihrer Kinderzahl genügend Familien- und Kinderzulagen erhalten auf Kosten derer, die keine Kinder haben. Altersversicherungspolitik ohne ausreichende und lastenausgleichende Familienpolitik ist sehr ungerecht: es würden Kinderlose in ihrem Alter teilweise auf Kosten der Erziehungsleistungen der Familien leben. Auch die Leistungen und Kosten der Erziehungsarbeit sollen ihre wohlverdiente Honorierung erhalten.

Mitbestimmung – Unternehmensverfassung: Im *II. Teil «Mitbestimmung – Unternehmensverfassung»* lehnt Nell-Breuning die liberalkapitalistische Auffassung vom Unternehmen entschieden ab. Ein Unternehmen ist ein Sozialgebilde, ein Verbund zu gemeinsamer Leistung kooperierender Menschen, nicht einfach der Inbegriff aktiver und passiver Vermögenswerte und Verfügungsobjekt des oder der Kapitaleigner. Ein Unternehmen ist auch nicht primär eine Veranstaltung zur Erzielung maximaler Kapitalgewinne, sondern eine Wertschöpfungsanstalt zur Bedienung und Versorgung der Kundschaft und der Haushalte unter der Bedingung von geringstmöglichem Wertverzehr, geringstmöglicher Belastung der Umwelt und der arbeitenden Menschen.
Soll nun diese volkswirtschaftliche und menschengerechte Auffassung vom Unternehmen der Massstab einer Unternehmenspolitik sein, dann müssen in deren Zielhorizont nicht nur die Kapitalinteressen und der Verzehr von Kapitalwerten, sondern auch die Lebensinteressen der Arbeitnehmer durch deren Mitbestimmung auch auf Unternehmensebene voll zur Geltung kommen. Erst die paritätische Mitbestimmung bringt die Werte der Arbeit in die unternehmerischen Entscheidungen ein.
Nell-Breuning weist auch ausdrücklich darauf hin, dass eine Vielfalt von Leistungen der Allgemeinheit, insbesondere der öffentlichen Gemeinwesen, die Unternehmen mitkonstituieren, in die Leistungen eines Unternehmens einfliessen. Daraus lässt sich auch ein Mitbestimmungsrecht der Oeffentlichkeit ableiten; schwierig sei es aber, dieses Mitbestimmungsrecht

zu konkretisieren und die berufenen und zugleich sachkundigen Träger dieses Mitbestimmungsrechtes zu finden.

Staat, Demokratie, Grundwerte: Im *III. Teil «Der Staat und die Grundwerte»* seines Buches befasst sich Nell-Breuning mit der Rolle von Grundwerten oder sittlichen Grundüberzeugungen in Staat und Demokratie.
Der demokratische Staat verzichtet – im Gegensatz zum feudalistischen und totalitären Staat – darauf, dem Staatsvolk weltanschauliche und sittliche Ueberzeugungen aufzuzwingen und mit Gesinnungsterror einen totalen Konsens zu erreichen. Aber auch die Demokratie kommt ohne ein Minimum an allgemeinen sittlichen Ueberzeugungen nicht aus und muss Grundwerte, wie Leben, Freiheit, öffentliche Ordnung und Sicherheit, allgemeine Wohlfahrt, Gewissens-, Presse- und Meinungsfreiheit, weltanschauliche Toleranz u.a.m., durch Gesetz und Strafrecht schützen, wenn sie eine Demokratie bleiben und nicht in Anarchie und Chaos absinken will. Die Toleranz hat ihre absolute Grenze bei verbrecherischer und totalstaatlicher Gesinnung. Der Staat kann als Hüter des Gemeinwohls nicht tatenlos zuschauen, wenn sittliche Ueberzeugungen, ohne die ein Staat, allgemeine Wohlfahrt und öffentliche Ordnung nicht bestehen können, sich auflösen und zersetzen oder durch asoziale Mächte systematisch bekämpft werden. Sinkt die Toleranz ab in bequeme Indifferenz, in schamlose und verantwortungslose allgemeine Skepsis, dann schlägt die Demokratie automatisch um in Gesinnungsterror und totalen Staat.
Das staatsnotwendige Minimum an Konsens und allgemeinen sittlichen Ueberzeugungen kann aber der demokratische Staat nicht unmittelbar selber liefern und erzeugen. Er ist – mindestens in erster Linie – nicht Erzeuger, sondern Empfänger sittlicher Ueberzeugungen und Werte. In der Demokratie ist es also das Staatsvolk, sind es insbesondere Gesinnungs- und Religionsgemeinschaften sowie Kirchen, nicht zuletzt auch Gewerkschaften, welche Wertüberzeugungen in das öffentliche und staatliche Leben einbringen. Sache des Staates ist es, die von Gesinnungsgemeinschaften zuströmende Kraft zu nutzen und als Kulturstaat gesellschaftliche Gruppen und Kirchen, die sich die Pflege und Geltendmachung ideeller, kultureller und sittlicher Werte als Aufgabe stellen, zu schützen und zu fördern.
Im III. Teil äussert sich Nell-Breuning auch zum Sinn von Wirtschaft und Gesellschaft sowie zum Subsidiaritätsprinzip. Der Mensch ist, wenn er selbsttätig sein und sich entfalten will, in hohem Masse darauf angewiesen, was andere, was Staat und Gesellschaft für ihn tun. Der Mensch kann nur leben in und durch die Gemeinschaft. Der Mensch bedarf als Grundlage seiner Selbstverwirklichung und Eigentätigkeit einer immer umfangreicheren und umfassenderen Sub- und Infrastruktur: Rechtsordnung, öffentliche Sicherheit, öffentliche Schulen und Verkehrsmittel, Spitäler usw. Insbesondere ist jeder auf eine leistungsfähige und menschengerechte Volkswirtschaft angewiesen, die ihm die lebensnotwendigen Güter und Dienstleistungen reichlich und preiswert bereitstellt. Nell-Breuning definiert deshalb die Volkswirtschaft als die Kulturfunktion der Unterhaltsfürsorge, als menschliches Zusammenleben und Miteinanderarbeiten zur dauernden Sicherung des Einklangs von Bedarf und Deckung und als Mittelsystem zur Selbstverwirklichung des Menschen.
In diesem Sinne dem Menschen hilfreichen Beistand zu leisten zur Eigentätigkeit und Selbsthilfe – nicht erst dann, wenn er in äusserste Notlage gerät und sich nicht mehr selber helfen kann –, das ist die Gewissenspflicht von Staat, Wirtschaft und Gesellschaft sowie der Inhalt und Sinn des Subsidiaritätsprinzips. Nell-Breuning wendet sich ganz entschieden gegen eine liberale Interpretation des Subsidiaritätsprinzips, gemäss der die staatliche Tätigkeit und Hilfe soweit als nur irgendwie möglich einzuschränken und Staat und Gesellschaft als bedauerlicherweise nicht zu entbehrende Notbehelfe zu betrachten seien.
Im *IV. Teil «Die Kirche und ihre Sendung an die Welt»* befasst sich Nell-Breuning schliesslich noch eingehend mit dem sozialen Auftrag der Kirche, aber auch mit ihrem Versagen gegenüber diesem Auftrag und gegenüber dem freiheitlich-demokratischen Sozialismus. *J. M.*

S. Geissenberger und E. Kösel: Der Verbraucher in der Marktwirtschaft – Einführung in die Grundlagen der Wirtschaftslehre, Verlag Herder, Freiburg i. Br., 1980, 180 Seiten

Die Autoren führen in die Wirtschaftslehre ein, indem sie vom Haushalt her die volkswirtschaftlichen Zuammenhänge erklären. Sie entwickeln zuerst, ergänzt durch graphische Darstellungen, ein Modell des Wirtschaftskreislaufes mit seinen Polen: Haushalt, Unternehmen,

Staat, Ersparnisse der Haushalte bei den Banken, Aussenhandel. Anschliessend werden die Haushaltseinkommen, ihre Verwendung, Einkommensverteilung und Lohnstruktur sowie diesbezügliche volkswirtschaftliche Theorien besprochen. Analysiert werden die volkswirtschaftlichen, psychologischen und soziologischen Aspekte des Konsumverhaltens der Haushalte und der Jugendlichen. Nach der Skizzierung der Stellung der Haushalte im liberal und idealtypisch konzipierten Modell der Marktwirtschaft gehen die Verfasser auf die tatsächliche Stellung der Konsumenten und Arbeitnehmerhaushalte auf den Konsumgütermärkten ein: Kartellpolitik, Marktmacht der Unternehmen und die schwache Marktstellung des Verbrauchers werden erläutert. Verbesserung der Marktstellung des Verbrauchers durch bessere Informierung, Organisierung der Konsumenten, Wettbewerbspolitik des Staates zum Schutze des Konsumenten, Rechtsschutz für den Konsumenten bei Kaufverträgen: diese Themen beschliessen die Schrift.

Weshalb besitzen die Unternehmen eine stärkere Marktstellung als die Haushalte und Arbeitnehmerkonsumenten?

Die Konsumgüter und Dienstleistungen, die angeboten werden, sind nie das Ergebnis von unmittelbaren Verhandlungen zwischen Haushalten und Unternehmen. Der Konsument hat nur die Wahl, zu kaufen oder nicht zu kaufen. Er kann von Gütern, die ihm in Preis und Qualität nicht zusagen, nur auf andere ausweichen, sofern solche Ersatzgüter angeboten werden. Das Nichtkaufen eines Gutes setzt auch voraus, dass der Konsument nicht unbedingt auf dieses Gut angewiesen ist. Herrscht zum Beispiel Wohnungsnot, so bleibt vielen Mietern eben nichts anderes übrig, als übersetzte Mietzinse zu bezahlen. Die Konsumenten haben im grossen ganzen nur die Möglichkeit, sich passiv mit dem vorhandenen Angebot auseinanderzusetzen. Sie besitzen keinen unmittelbaren Einfluss auf die Produktionspolitik der Unternehmen, während letztere sich wohl keiner absoluten, aber doch verhältnismässig grosser Freiheit zur Gestaltung ihres Angebots erfreuen.
Hinzu kommt, dass durch Kartellierung, stillschweigende Preisabsprachen und Zusammenschluss von Unternehmen zu Konzernen die Unternehmen eine monopolartige Marktstellung erhalten: Der Leistungswettbewerb, der die Preise in die Nähe der nötigen Produktionskosten drücken sollte, wird stark behindert oder ganz aufgehoben. Durch Gesetze den Wettbewerb genügend zu schützen und dem Missbrauch der Marktmacht von Grossunternehmen und Konzernen beizukommen, das ist sehr schwierig, wie die interessanten Ausführungen der Verfasser über das deutsche Gesetz zum Schutze des Wettbewerbs eindrücklich beweisen. Im schweizerischen Kartellgesetz hat man sich sogar nur auf ein Gesetz gegen den Missbrauch der Kartellmacht beschränkt.
Dann sind Werbung und Information über die angebotenen Güter seitens der Unternehmer lückenhaft, oft tendenziös. Der Verbraucher erfährt nur etwas über mögliche Vorzüge der Erzeugnisse; deren Nachteile oder vorteilhafte Ersatzmöglichkeiten werden verschwiegen. Bei Kaufverträgen, Abzahlungsgeschäften und Mietverträgen sehen sich Konsumenten und Mieter Bedingungen gegenüber, welche die Unternehmer, Händler und Hauseigentümer durch ihre Verbände einseitig festgelegt und in vorgedruckten Verträgen bereits fixiert haben. Der Verhandlungsspielraum von Käufern und Mietern wird dadurch zum vornherein sehr stark eingeschränkt. Der gesetzliche Schutz gegen Uebervorteilung durch solche Kauf-, Abzahlungs- und Mietverträge ist oft ungenügend (vgl. S. 122–131, 145–177).

Schwache Marktstellung des Konsumenten

Die schwache Marktstellung des Konsumenten ist die natürliche Folge der grösseren Marktmacht der Unternehmen. Hinzu kommt, dass die Konsumenten sich dessen und ihrer möglichen Nachfragemacht viel zuwenig bewusst sind, weil sie das Funktionieren der Marktwirtschaft und die Verkaufs- und Werbestrategien der Unternehmen gar nicht kennen. Sie sind auch wenig dazu bereit, sich zu Konsumentenverbänden zusammenzuschliessen und an Aktionen zur Stärkung ihrer Nachfragemacht zu beteiligen (zum Beispiel Boykott und Käuferstreik) (S. 128 f.).

Politik zugunsten der Konsumenten

Zur Stärkung und Verbesserung der Marktstellung der Konsumenten und Arbeitnehmerhaushalte machen die Verfasser Vorschläge, über die nachzudenken sich lohnt. Der Konsument müsste schon in der Schule, dann durch Institutionen der Erwachsenenbildung und durch die Gewerkschaften so beeinflusst und informiert werden, dass er seine Marktstellung und seine eigenen Interessen besser zu erkennen und zu verteidigen versteht. Durch die Auswertung von Warentests und von Inanspruchnahme von Beratungsstellen der Konsumentenorganisationen sollten sich die Konsumenten möglichst gut über günstige Bezugsquellen, Art, Qualität und Preis der Güter informieren. Schulen, Erwachsenenbildung und Gewerkschaften haben die Aufgabe, die Bereitschaft der Haushalte zu wecken, aktiv und passiv Konsumentenorganisationen zu unterstützen, ebenso alle politischen Bestrebungen, die für einen besseren Schutz des Wettbewerbs kämpfen (verbessertes Kartellrecht, gesetzlicher Konsumentenschutz). Wichtig sind preisbewusstes Einkaufen, sich Zeit nehmen für Qualitäts- und Preisvergleiche, sich Klarheit verschaffen über die eigenen Bedürfnisse, letztere gegeneinander abwägen, sie in eine Rangordnung bringen und zu einer gut überlegten Bedarfsplanung zusammenfassen (S. 115, 132–144).
Für eine Neuauflage der Schrift wäre wünschenswert, näher zu erörtern, was Konsum- und Baugenossenschaften für Verbraucher und Vermieter schon geleistet haben, was die Gewerkschaften durch ihre Presse und in Bildungskursen Kirchen und Volkshochschule sowie Radio und Fernsehen für die Stärkung und Verbesserung der Marktstellung der Verbraucher unternehmen könnten. Zu diskutieren wäre, ob durch ein Mitbestimmungsrecht die Arbeitnehmer auf die Produktions- und Preisplanung der Unternehmen zugunsten der Verbraucher Einfluss nehmen könnten. Wünschenswert wäre eine eingehende Erörterung von Preisüberwachung und Klagerecht von Konsumentenorganisationen, die Beteiligung des Staates an marktmächtigen Grossunternehmen (gemischtwirtschaftliche Unternehmen).

Konsumverhalten, Konjunktur, Sozialprodukt

Geissenberger und Kösel weisen auf die volkswirtschaftlichen Auswirkungen des Konsumverhaltens der Verbraucher hin.
Im Interesse des Wirtschaftswachstums sind hohe Ersparnisse erwünscht. Nur auf diese Weise können die Investitionen der Unternehmen finanziert werden, ohne dass durch übermässige Kreditschöpfung der Privatbanken inflationäre Preissteigerungen auftreten (S. 61). Es wäre vorteilhaft gewesen, wenn die Verfasser bei dieser richtigen und wichtigen Feststellung zusätzlich eine wirtschafts- und geldpolitische Folgerung erwähnt hätten, die sich aus ihrem Hinweis unmittelbar ergibt: Gewerkschaften und Konsumentenverbände sollten steigender Inflation mit gezielter Werbung für vermehrtes Sparen begegnen, zum Beispiel in Gesamtarbeitsverträgen festlegen, dass Teuerungszulagen teilweise oder ganz so lange in Ersparnisse anzulegen sind, bis die Inflation stark reduziert oder die Kaufkraft des Geldes wieder stabilisiert ist.
Berechtigt machen die Verfasser darauf aufmerksam, dass durch übermässiges Sparen dem volkswirtschaftlichen Kreislauf Kaufkraft entzogen und die Konsumgüternachfrage abnormal gedrosselt wird. Es gibt eine obere Grenze des volkswirtschaftlich vernünftigen Sparens. Bei Absatzstockungen werden die bei den Kreditinstituten sich ansammelnden Gelder nicht mehr für Investitionen nachgefragt. Die gesamtwirtschaftliche Nachfrage aus Konsumgüter- und Investitionsnachfrage muss sinken. Das führt notwendigerweise zu Einkommensvernichtung und konjunkturellem Abschwung (S. 61 f.).
Hier wäre ergänzend zu bemerken, dass hohe Gewinne und Ersparnisse der Unternehmen auf Kosten gerechter Löhne gleicherweise negative volkswirtschaftliche Folgen zeitigen und Arbeitslosigkeit hervorrufen wie ein übermässiges Sparen der Haushalte.
Das Verhalten der Konsumenten, ihe Bedürfnisbewertung und Konsumwahl bestimmen massgebend die volkswirtschaftliche Gesamtnachfrage. Wirksam ist aber nur eine kaufkräftige Nachfrage. Deshalb hängt die Nachfragestruktur nicht nur von den Bedürfnissen, der Güter- und Bedürfnisbewertung der Konsumenten ab, sondern auch von der vorhandenen Verteilung des Volkseinkommens und Volksvermögens (S. 68 f.).
Hier ist ergänzend zu sagen: Je ungleichmässiger Volkseinkommen und Volksvermögen verteilt sind, desto eher werden Luxusgüter auf Kosten lebensnotwendiger Güter nachgefragt

und hergestellt. Eine gesunde Zusammensetzung des Sozialproduktes setzt eine gerechte Verteilung von Einkommen und Vermögen voraus. Sozialpolitische Korrekturen an der Einkommensverteilung, wie zum Beispiel Sozialausgleich in der AHV, in der Steuerpolitik, Familien- und Kinderzulagen usw., begünstigen also eine menschen- und bedürfnisgerechtere Produktionsplanung der Unternehmen und eine sozial gesündere Zusammensetzung des Sozialproduktes. Soziale Gerechtigkeit erzeugt mehr Vernunft in der Auswertung der volkswirtschaftlichen Produktionskapazität.

Werbung

1977 wurden in Westdeutschland für alle Arten von Werbung zur Absatzförderung etwa 30 Milliarden DM aufgewendet. Dass die Konsumenten durch Werbung beeinflusst werden, das ist klar; aber nach dem Urteil der Verfasser ist eine grosse Lücke im Wissen darüber vorhanden, wieweit die Konsumenten durch die Werbung beeinflusst werden und gemäss welchen persönlichen Ueberlegungen und äusseren Einflüssen die Verbraucher ihre Kaufentscheide tatsächlich fällen. Erwähnt wird auch, dass die Informationshilfe der Werbung für ein rationelles Einkaufen recht bescheiden ist (S. 87–89).
Das Urteil der Verfasser lässt vermuten, dass die Werbung teilweise eine grosse Verschwendung von Arbeit, Rohstoffen, Energie und Kapital darstellt.

Schluss

Ausgehend von Konsumenten und Haushalten, führt die vorliegende Schrift gut verständlich und sachlich in die Grundlagen der Volkswirtschaftslehre und volkswirtschaftliche Vorgänge ein. Sie ist deshalb ein sehr empfehlenswertes Lehrmittel für Lehrer, Erwachsenenbildner, gewerkschaftliche und kirchliche Bildungskurse, für alle, die sich mit Sozial- und Wirtschaftspolitik befassen und denen ein vernünftiges und preisbewusstes Konsumverhalten der Verbraucher ein wichtiges Anliegen ist. Sie entkräftet auch das Schlagwort, mit dem stets sehr egoistisch gegen den gesetzlichen Konsumentenschutz gekämpft wird: Der Konsument sei frei und mündig und solle selbstverantwortlich handeln.

Jules Magri