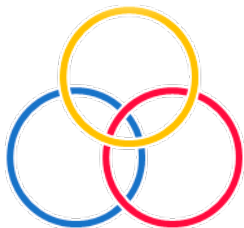


Über Wirtschaftsassoziationen

Rainer Monnet



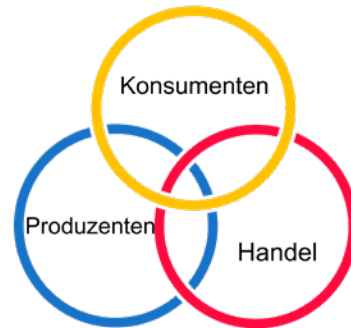
Was ist eine Assoziation?



Eine Assoziation ist ein freier Zusammenschluss von Menschen in den Bereichen Produktion, Handel und Konsumption. Die Assoziierten finden zusammen unter Wahrung ihrer jeweiligen unternehmerischen und individuellen Souveränität. Mit vielseitigen Kompetenzen ausgestattet assoziieren diese sich aufgrund ihrer gemeinsamen Interessenlage. Die Assoziation hat eine rein wirtschaftliche Orientierung. Sie ist nicht programmatisch, sondern fußt auf wirtschaftlichen Realitäten. Assoziationen sind keine Or-

ganisationen, niemals Kartelle, weder Genossenschaften noch Kooperationen im althergebrachten Sinne. Assoziatives Handeln existiert schon seit Jahrhunderten vorindustrieller Zeit. Nur war dies unbewusster Natur. Assoziationen reduzieren sich nicht auf eine Branche. Es gilt der Grundsatz: gleiche Interessen in einen erkenntnismäßigen Austausch zu bringen und Handlungen zu evozieren. Konsultative, kooperative Gespräche finden in der Assoziation ihren Ort und ihre Form. Es gibt keine Vorgabe für die Größe einer Assoziation. Sie lässt wirtschaftliches Verständnis exponentiell wachsen und sichert die beste Verteilung von Expertenwissen mit dem, was getan werden muss. Keinesfalls ist das Prinzip der Assoziation im Mikroökonomischen zu verorten. Ganz im Gegenteil.

Aus verschiedenen zusammenarbeitenden Assoziationen erlangen diese volks- und weltwirtschaftliche Wirksamkeit.



Wie werden Assoziationen wirksam?



Ziele einer Assoziation können vielfältig sein, wie auch die Anzahl zu gründenden Assoziationen selbst. Ein Ziel kann die Schaffung günstigerer Rahmenbedingungen für die Produktion und den Handel von Waren und Dienstleistungen sein. Assoziationen dienen dazu, den

Austausch von Informationen, Erkenntnissen und Erfahrungen zwischen den Assoziierten zu fördern. Gemeinsame Projekte und Initiativen können so entstehen. Die Assoziationen dürfen nicht durch den Staat, das Rechtsleben oder übergreifende Organisationen beeinträchtigt werden.^[1] Alles, was zu einem assoziativen Entschluss führt, geschieht aus freier Einsicht und Erkenntnis. Assoziationen sind auf deren Willen gebaut. Assoziationen entwickeln aus dem Anschauen der Konsumtion die beste Art der Produktion. Weder sollten Verurteilung noch Manipulation der Bedarfe stattfinden. In der Assoziationsarbeit geschieht ein erfahrungsbasierter Austausch – ergänzend und weiterführend in Urteile – diese Urteile können daraufhin mit anderen geteilt werden.

Dazu bedarf es lebendiger Bilder, Imaginationen für die Beschreibung realer wirtschaftlichen Vorgänge. Assoziationen fördern bedachtes kooperatives Wachstum. Sie sind bedarfs- und nicht erwerbswirtschaftlich – im Sinne ausschließlicher Profitmaximierung und Wettbewerb – tätig. Assoziationen wirken kooperations- statt konkurrenzfördernd. Das Prinzip der Konkurrenz gilt allein im Wettbewerb der Ideen.

Drei prozessuale Schritte können bei der Arbeit durchlaufen werden:

- Wirtschaftliche Vorgänge gemeinsam anschauen und gemeinsam Verstehen. (Erkenntnisbildung)
- Beurteilung der gefundenen Lage (Menge der Ware, Preis, Nachfrage, Kaufkraft, ...).
- Neue Gestaltung (Qualität, Menge, Preis, ...).
- Eine Assoziation kann unabhängige Agenten zur Bedarfsermittlung bestimmen. Die Agenten kommen

1 1 Die Idee der Assoziation kann nicht ohne die Idee der sozialen Dreigliederung verstanden werden. Wirksamkeit erlangen die drei Glieder Kultur- und Geistesleben und Rechtsleben nur in Zusammenhang mit dem Wirtschaftsleben. Vertiefung erfährt der Leser hier:

- Rudolf Steiner: GA 23 – Die Kernpunkte der sozialen Frage in den Lebensnotwendigkeiten der Gegenwart und Zukunft. 6. Aufl. Dornach: Rudolf Steiner Verlag, 1976;
- Rudolf Steiner: GA 24 – Aufsätze über die Dreigliederung des sozialen Organismus und zur Zeitlage 1915 bis 1921. 2. Aufl. Dornach: Rudolf Steiner Verlag, 1982;
- Rudolf Steiner: GA 340 – Nationalökonomischer Kurs. Aufgabe einer neuen Wirtschaftswissenschaft, Band I. 5. Aufl. Dornach: Rudolf Steiner Verlag, 1979 (siehe S. 57, 120, 126, 136, 242, 243, 246, 257)
- Wirtschaftsleben und Assoziation, Herausgegeben von Sylvain Coiplet, Verlag Institut für soziale Dreigliederung, ISBN: 978-3-945523-24-7

möglichst aus dem freien Geistesleben und treten als Individuen auf. Sie agieren als unabhängige Sachverständige, jeweilig für die Bereiche Warenproduktion, Warenzirkulation und Warenkonsum.

Warum sind Assoziationen sinnvoll?



Assoziationen wirken selbstregulierend. Aus ihrer Arbeit entstehen in gesunder Weise die Prozesse zur Preisbildung, die Größe von Unternehmen, die Menge an Warenerzeugung und die Bildung von Strukturen in der Wirtschaft. Ein zentrales Thema ist die Preisbildung – das Thermometer der Wirtschaft. Preise bilden sich durch die Assoziationsarbeit auf eine neue sozial verträgliche Art; nicht als Diktion. Assoziationen haben nicht die Aufgabe, Preise direkt zu beeinflussen oder festzulegen. Die Preise bilden sich ferner frei auf dem Markt. Die assoziierten Menschen können Vereinbarungen treffen. Unter anderem, um ihr Gebaren in Bezug auf Warenerzeugung und Nachfrage zu regeln. Durch die Beurteilung der volkswirtschaftlichen Prozesse durch die Assoziierten bewirkt eine natürliche und selbstgeschaffene Regulation in den oben genannten Feldern. Alles beginnt mit der wirtschaftliche Urzelle – Produzenten erhalten für ihre Warenleistung eine Gegenleistung. Im Anbeginn dieses Prozesses findet eine Bewertung und folgend die erste Preisbildung statt. Zur Assoziationsarbeit gehört ebenso, eine Übersicht der relevanten volkswirtschaftlichen Prozesse zu erlangen. Assoziationen führen so zur Reduktion der Preiskonkurrenz. Und damit zur Verhinderung von Machtkonzentration und Kartellbildung – Hier sprechen Produzenten und Handel als Kartell die Preise ab oder diktieren diese der Konsumtion.

Die Begriffsbildung ‚Ware‘ geschieht am realistischsten in Wirtschaftsassoziationen, da die Beteiligten die notwendigen Kompetenzen dazu verfügen und die realen Prozesse im Bewusstsein tragen. Der Begriff „Ware“ entsteht in der Assoziation also als Prozess der vielen und nicht des Einzelnen. Er ist nicht durch das Individuum allein zu erfassen. Ware ist gleichsam ein soziales Arbeitsprodukt von hoch komplexer Natur. Imaginationen sind zum richtigen Verständnis des tatsächlichen Warenbegriffes sehr hilfreich. Das Denken in Bildern

führt zu Urteilen als Grundlage für das Handeln. Letztendlich geht es auch um eine Harmonisierung des eigenen Tuns mit dem Handeln der anderen. Die Assoziation ist ein Aktionsfeld für die Brüderlichkeit – Solidarität im Sozialen.

Assoziation als Zukunftsimpuls



Assoziationen entfalten durch die Tätigkeiten wirtschaftlich frei handelnder Menschen Kraft – nicht durch Organisationen oder staatliche Einflussnahme. Sie ermöglichen eine unabhängige Gestaltung des Wirtschaftslebens^[2]. Assoziationen fördern die Zusammenarbeit und den Austausch zwischen den Assoziierten und ihren Arbeitsfeldern. Eine Assoziation im Wirtschaftsleben bedarf gemeinsamer Ziele und Werte, die es gemeinsam zu finden gilt. Klare Strukturen und Regeln erschaffen eine gute Kommunikation und fördern eine wirksame Zusammenarbeit. Diese entwickelt sich allein durch den Willen der Assoziierten und ihrer gemeinsamen Arbeit. Eine notwendige Neugestaltung der Wirtschaft wird von den Beteiligten selbst in die Hand genommen. Dieser Wandel kann nicht verordnet werden. Die Frage kann laut werden, welche Rechtsform eine Assoziation haben möge. In der Vergangenheit wurden Assoziationen im Ernährungsbereich oftmals als Verein gegründet. Auch Aktiengesellschaften oder Genossenschaften wurden als gesellschaftsrechtliche Form gewählt. Entscheidend ist bei der Einrichtung einer Assoziation, dass eine mögliche Rechtsform aus dem Kreis der Initianten ausgewählt wird, die zu einer Gründung führen kann.



2 Die Ware (Wirtschaftsleben) ordnen wir den imaginativen Erkenntnis Kräften zu. Die Arbeit (Rechtswesen) dem Inspirativen und das Kapital (Geistesleben) der Intuition.

Zum Autor Rainer Monnet



Jhrg. '64. 30 Jahre Erfahrungen in Industrie, Mittelstand und Sozialwirtschaft, davon 10 Jahre SAP AG. War und ist Geschäftsführer, Innovation Manager und Unternehmer. Darüber hinaus Buchautor und Keynote-Speaker.

Webseiten: <https://wertebilanz.com>
<https://monnet.biz>