

ARGE oekosozialmarkt
Liebenauer Hauptstraße 95d
A-8041 Graz
T: +43 699 105 90 966
F: +43 316 2311 2327 13
E: ARGE@oekosozialmarkt.org
ZVR-Zahl: 849698579

Ein nachhaltiges Wirtschaftssystem entsteht

- immer wieder neu -

durch unser gemeinsames Wirken und Mitgestalten

Eine Infomappe mit Texten zum Einstimmen
auf eine hierarchiefreie UND gemeinschaftliche Zukunft.

Macht Geld glücklich?	2
Fair spielen, mehr gewinnen	4
Der utopische Konzern	5
Auf dem Weg zur nachhaltigeren Regionalwirtschaft	8
oekosozialmarkt	9
Einladung zum Mitgestalten!	13
Kriterien für die Teilnahme von Unternehmen	15
Anleitung für das oekosozialmarkt-Gemeinschaftsspiel	17

Geld verbindet.

Erich Kitzmüller, Herwig Büchele
in: Das Geld als Zauberstab und die
Macht der internationalen Finanzmärkte,
Wien: LIT Verlag, 2004, S 54

Man sieht nur mit dem Herzen gut.

Antoine de Saint-Exupéry
in: Der Kleine Prinz

Macht Geld glücklich?

Der Schweizer Wirtschaftswissenschaftler Mathias Binswanger untersucht seit vielen Jahren den Zusammenhang zwischen dem subjektiven Glück der Menschen und den wirtschaftlichen Verhältnissen, in denen sie ihr Glück finden wollen.

Aus wissenschaftlich gut gesicherten Befragungen aus vielen Ländern der Welt lässt sich klar folgende These ableiten: Ab einer bestimmten Höhe bringt zusätzliches Einkommen keine **Steigerung** des Wohlbefindens, des **Lebenssinns** und des **Glücks**, sondern sogar mehr Probleme und mehr Stress.

Glücklich sein: Große internationale Unterschiede

Am unzufriedensten sind nach der World Values Survey die Menschen in den Staaten der Ex-UdSSR, dann kommen die Schwellenländer – unter denen die Lateinamerikaner noch am glücklichsten wirken – und dann die Wohlstandsländer der EU. Ostdeutsche sind weniger glücklich als die Westdeutschen. An der Weltspitze liegen die Schweiz und die USA. Das gemeinsame Muster aller Länder: Bis etwa 15.000 Dollar Einkommen pro Kopf und Jahr steigt das Wohlbefinden seiner Bürger. Doch über die 15.000 Dollar hinaus wächst das **Glücksgefühl** verblüffend wenig. So sind die Schweizer deutlich glücklicher als Menschen in Moldawien, Ukraine oder Peru, wo das Pro-Kopf-Einkommen deutlich unter 15.000 Dollar liegt. Hingegen unterscheidet sich das **Glücksempfinden** der Schweizer nicht wesentlich von dem der Menschen in Puerto Rico, Südkorea oder Taiwan, obwohl diese deutlich weniger verdienen – aber ihr Einkommen liegt bereits in der Nähe der 15.000-Dollar-Schwelle.

Das Vergleichs-Syndrom

Anders sieht es aus, wie Arme und Reiche ihr Glücksniveau einstufen. In allen Ländern empfinden sich die Reichen deutlich mehr als „happy“ als ihre armen Mitbürger. Es ist wissenschaftlich erwiesen: Menschen fällen das endgültige Urteil über ihren Grad an **Glück** im Vergleich mit anderen. Die Gründe:

Der Eisbergeffekt: Die da oben im Licht sieht jeder bestens, weil unsere subjektive Sicht viel stärker nach oben als nach unten blickt. Diejenigen, denen es schlechter geht, blenden Menschen leichter aus. Fernsehen und Printmedien berichten bevorzugt über erfolgreiche Menschen mit interessanteren Tätigkeiten.

Das Mittelwert-Dilemma: Wer sich innerhalb der Einkommenspyramide mit dem Durchschnitt vergleichen will, fällt auf eine geometrische Binsenweisheit herein. Der Durchschnitt zwischen Sozialhilfeempfänger und Millionär liegt viel tiefer, als die meisten schätzen. Die große Mehrheit empfindet sich in der unteren Hälfte und wertet sich ab, unabhängig vom Faktum: Das monatliche Nettodurchschnittseinkommen je Haushaltsmitglied liegt in Deutschland bei rund 1.200 Euro.

Weiterentwicklung und Motivationsbremse Neid

Ein Experiment einer US-Universität zeigt, wie hemmend der vergleichende Blick auf die anderen wirkt. Die Befragten hatten die Wahl zwischen 2 Möglichkeiten: a) Sie verdienen 60.000 Dollar pro Jahr, Ihre Kollegen 50.000. b) Sie verdienen 80.000 Dollar pro Jahr (25 %

mehr als in der ersten Option!), Ihre Kollegen hätten jedoch 90.000 Dollar. Die große Mehrheit wählte überraschenderweise Option a), würde also auf 20.000 Dollar Mehreinkommen und die damit verbundene **Weiterentwicklung** verzichten, nur um mehr zu verdienen als die Kollegen.

Geld, die überschätzte Glücksquelle

David Kahnemann, Nobelpreisträger für Wirtschaft, untersuchte die Frage, welche Aktivitäten glücklich machen. 1.000 berufstätige texanische Frauen ließ er eine Art **Glückstagebuch** schreiben. Ergebnis: Auf den ersten 4 Positionen standen Tätigkeiten, die kaum Geld kosten (Sex, Freunde treffen, essen, entspannen). Die 3 wichtigsten Unzufriedenmacher dagegen waren die Fahrt zur Arbeit, die Arbeit selbst und die Heimfahrt nach Hause. Also lieber arbeitslos zu Hause? Oh nein! Ein Mensch, der seinen Beruf verliert, so der Psychologe und **Glücksspezialist** Edward Diener, wird dadurch sehr und vor allem langfristig unglücklich – sogar nachdem er wieder eine neue Stelle gefunden hat.

Einsamkeit, die unterschätzte Unglücksquelle

Der Glücksforscher Mihaly Csikszentmihalyi untersuchte, mit wem Menschen am liebsten zusammen sind. Spitzenreiter waren Freunde, Verwandte und der Partner. Am Ende der Skala fand sich wieder die personifizierte Arbeitswelt: der Chef. Noch schlimmer jedoch ist das Alleinsein. Obwohl sich viele Menschen nach des Tages Last und Mühen aufs Nichtstun und Alleinsein freuen – nichts senkt auf Dauer das Glücksempfinden so sehr wie das Übermaß an einsamer Muße.

Empfehlungen zum Glücklicherwerden

Das Glückstagebuch ist einer der effizientesten Wege zu einer optimistischeren Weltsicht und mehr Lebenssinn. Schreiben Sie mindestens 1-mal pro Woche auf, wofür Sie dankbar sein können, von den ganz kleinen Dingen bis zu den großen. Variieren Sie Ihre Einträge, dann bleibt Ihr positives Lebensgefühl und Ihr neuer Lebenssinn frisch.

- **Gutes tun macht glücklich.** Helfen Sie anderen, geben Sie Trinkgeld, engagieren Sie sich sozial, lassen Sie anderen den Vortritt ... mit jeder kleinen und großen Tat belohnen Sie sich selbst.
- Schreiben Sie einen **Dankesbrief** an Ihren Lieblingslehrer von früher, an einen Mentor, dem Sie beruflich etwas verdanken. Besuchen Sie für mehr Lebenssinn Menschen, die Meilensteine waren in Ihrem Leben und für Ihre Weiterentwicklung hilfreich waren.
- **Vergeben** Sie den Menschen, von denen Sie verletzt oder betrogen wurden. Rachegefühle und feindselige Gedanken sind die zuverlässigsten Unglücksmacher Ihrer Seele. Werfen Sie sie raus!
- **Tun Sie Ihrem Körper etwas Gutes** – auch das steigert den Lebenssinn. Genug Schlaf, genug Bewegung, genug Lachen und genug gesunde Nahrung. Das ist der Grundstock für ein glückliches Leben.
- Finden Sie Ihren **Glücksplatz** und **Lebenssinn**. Seien Sie (z. B. im Beruf) lieber ein großer Frosch in einem kleinen Teich als ein kleiner Frosch in einem großen See!

Text: <http://tinyurl.com/5wnj5eu>, 19.1.2011, 9:15 h

Anmerkung: siehe auch <http://www.zeit.de/wirtschaft/2011-07/spenden-glueck-studie>

Fair spielen, mehr gewinnen

Jemand schenkt Ihnen 50 Euro, mit einer kleinen Bedingung: Sie müssen das Präsent mit einem Mitmenschen teilen, können aber selbst bestimmen, wie viel Sie abgeben wollen. Und nur wenn der Partner Ihr Angebot annimmt, kann jeder seinen Anteil der 50 Euro einstecken. Lehnt er ab, gehen beide leer aus. Was bieten Sie an?

Als wahrer Homo oeconomicus, dem von Adam Smith erkannten Urtyp des eigennützig handelnden Unternehmers, treten Sie vielleicht einen Cent ab, höchstens aber fünf. Der andere, per Definition von Ihrem Schlage, wird jeden Deal begrüßen.

Geschenk bleibt schließlich Geschenk. Glauben wir.

"Doch so entscheiden sich westlich geprägte Menschen fast nie", weiß der Ökonom Ernst Fehr von der Universität Zürich aus Dutzenden Versuchen mit hunderten Studenten. Kulant wie ein Gemüsehändler vor Ladenschluss bieten die meisten Akteure in diesem so genannten Ultimatum-Spiel knapp die Hälfte an - egal, ob in Yokohama oder New York oder im javanischen Universitätsstädtchen Yogyakarta. Und sie handeln richtig. Wer weniger als 40 Prozent offeriert, brüskiert bereits etliche Spielpartner, bei weniger als einem Drittel wird fast immer abgelehnt. "Die Leute verschenken also bares Geld, um ihre Mitmenschen zu erziehen", sagt Experimental-Ökonom Fehr. Der Homo sapiens schätzt Kooperation und Fairness, auch wenn es ums Geld geht.

Wirtschaftliche Entscheidungen bauen viel stärker auf soziale Normen als auf Eigennutz.

Zwar verhalten sich Menschen auf reinen Wettbewerbsmärkten fast immer eigensüchtig. Doch Ökonomie besteht nur zu einem Bruchteil aus Märkten, überwiegend dagegen aus komplexen Beziehungen kleiner Gruppen - zum Beispiel in Unternehmen. Dort handelt der Mensch eher fair. Deshalb steckt im bunten Mix von kooperativen Typen und Egozentrikern die wahre Herausforderung für die Theorie, die öffentliches Bewusstsein und Politik etwa bei zentralen Themen wie Marktentwicklung, Steuern oder Produktivität von Unternehmen entscheidend beeinflusst. "Das Verhalten der Fairness", sagt Fehr, "wirkt sich dramatisch auf die Ergebnisse unserer Modelle aus." Statt auf Eigennutz fußen viele ökonomische Entscheidungen offenbar auf sozialen Normen. Und: Fairplay ist nicht angeboren. Das hatten die Ultimatum-Spielmacher zu Beginn ihrer Forschungen noch vermutet.

... Je stärker eine Gesellschaft in eine Marktwirtschaft integriert ist, desto eher kooperieren viele ihrer Mitglieder und desto eher bestrafen sie Egoisten. Die Kultur des Marktes prägt das wirtschaftliche Sein, generiert Vertrauen und Fairness ...

Wenn also durch Emotionen getriebene Motive des gesellschaftlichen Alltags vielen Leuten den puren Eigensinn austreiben, dann sollten die Politik auch die Kooperationsbereitschaft der Egoisten fördern - zum Nutzen aller.

... Schon kursiert der Begriff des Belief Managements, wonach man die Erwartungen über das Verhalten der Mitbürger durch Medien beeinflussen könne.

"Mehr Kooperation", glaubt Fehr, "bringt auch mehr Geld in die Staatskasse."

Text: Klaus Wilhelm, brand eins 01/2002 (<http://tinyurl.com/5v6rtff>)

Der utopische Konzern

Antonio Cancelo ist ein bescheidener Mann. Freundlich ist er und ganz ruhig. Null Allüren. Dabei ist er Chef des achtgrößten Unternehmens in Spanien. Und damit ein Mann mit Macht. In seinem Business-Anzug mit Krawatte und seriöser Hornbrille sieht er aus, als könne er mal eben hunderte Mitarbeiter vor die Tür setzen, um den Aktienkurs nach oben zu treiben. Macht er aber nicht. "Neue Projekte haben zu 6000 neuen Jobs geführt", schreibt der Präsident der Mondragon Corporación Cooperativa (MCC) in seinem jüngsten Rechenschaftsbericht. So versteht er seinen Job: Arbeitsplätze schaffen und die, die es gibt, sichern.

Das ist so selbstverständlich bei Mondragon, dass darüber kaum jemand redet. Schon gar nicht in der Öffentlichkeit. So hat das Unternehmen aus dem Baskenland, eigentlich ein Zusammenschluss von 120 selbstverwalteten Kooperativen, sich weitgehend unbemerkt zu einem internationalen Konzern entwickelt. Mehr als 53 000 Mitarbeiter zählt der Genossenschaftsverband heute, 20 000 mehr als noch vor vier Jahren. Mit einem Jahresumsatz von rund sieben Milliarden Euro, 405 Millionen Euro Gewinn und mit Produktionsstätten auf mehreren Kontinenten ist Mondragon auf dem Weg zum Global Player.

Bei dem baskischen Mischkonzern geht Effizienz Hand in Hand mit Wirtschaftsdemokratie: Mondragon gehört praktisch seinen Mitarbeitern, die über die Geschicke ihres Unternehmens auf Generalversammlungen abstimmen. Soziales Wirtschaften nennt sich dieses Modell jenseits von Börse, Privat- und Planwirtschaft. ...

Die Geburtsstunde von Fagor schlug 1956, als 24 Arbeiter und Ingenieure die Kooperative gründeten und vor allem preisgünstige Ölöfen produzierten. 15 Jahre zuvor war der Vater von Mondragon, Pater Arizmendiarietta, auf Anordnung seines Bischofs in den Ort gekommen. Er hatte als Journalist am Spanischen Bürgerkrieg auf Seiten der Republikaner teilgenommen, die Kriegsgefangenschaft überlebt und war anschließend der Kirche beigetreten. In Mondragon gründete er Mitte der vierziger Jahre eine Berufsschule, und deren erste Absolventen gründeten dann die Ofenfabrik. Der Pater propagierte eine Mischung aus Utopie und Realitätssinn, ein Mix von Karl Marx und dem Marktbefürworter Adam Smith, zusammengehalten durch die katholische Soziallehre. Nicht das Kapital, sondern der arbeitende Mensch sollte im Vordergrund stehen, so die Kernidee. Effizienz und Demokratie sah der Kirchenmann nicht als Gegensätze, sondern als sich gegenseitig bedingende Notwendigkeiten. ...

Das Leitmotiv heißt Kooperation. Jedes neue Mitglied durchläuft eine Art Integrationsprogramm, in dem auch persönliche Zielvorgaben formuliert werden. Die Teilhabe der Mitarbeiter am Firmenkapital, an den Gewinnen und der Firmenleitung gilt als die Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg. Partizipation ist aber nicht nur ein Recht, sondern auch eine Pflicht: Die Mitarbeiter sollen sich als Unternehmer verstehen.

Hinter dem Leitmotiv des sozialen Engagements steht die Erkenntnis, dass die Arbeit nicht nur der Erzielung von Einkommen dient, sondern auch ein Feld der persönlichen Entwicklung ist. Deshalb sollen sich die individuellen Zielvorstellungen der Mitarbeiter mit den Interessen der Kooperative am besten decken. Umgekehrt sollen die Ziele des Unternehmens auch die Zustimmung der Mitarbeiter finden. Und schließlich will man bei Mondragón auch innovativ sein. Die Bereitschaft zum Wandel in allen Bereichen der Kooperative wird als lebenswichtig für die wirtschaftliche Entwicklung definiert. ...

Text: Rudolf Stumberger, brand eins 01/2002 (<http://tinyurl.com/6xk4qog>)

Gedanken vor den ersten Schritten zu einer ausgleichend-assoziativen Schwarmökonomie

Eine einführende Analyse auf der Basis einer Zitate- und Linksammlung

„Steuerparadiese und Stiftungen sind die Ingredienzien für die Verschleierung von Transaktionen und für die Steuervermeidung. Sie sind – als Kehrseite der Medaille – auch die Ursache dafür, dass der Mittelstand und die arbeitende Bevölkerung immer mehr belastet werden. Warum die EU und die nationalen Staaten nichts gegen diese Entwicklung machen, liegt auf der Hand. Weil bekanntlich das Geld die Welt regiert und die Lobby-Politik diesen Versuchungen nicht widerstehen kann.“

Mag. DDr. Johann Neuner, in: Kleine Zeitung, 21.1.2011, S 33

Dabei geht es auch um die steigende [Nachfragemacht](#) von Handelsmarken – siehe: [Der Aufstieg der Eigenmarken geht weiter](#). Maßnahmen, die grundsätzlich geeignet sind, über Gebühr vereinnahmende Marktmachtkonzentrationen begegnen zu können sind:

- erzwungene Maßnahmen von außen (Kartellrecht, Wettbewerbsbehörden, ...) oder
- Selbstbeschränkungen (Kodices, CSR-Regelungen, ...)

So gesehen ist das vorliegende Konzept eines oekosozialen Marktes vorwiegend als rechtliches Angebot für einen durch Teilnahmekriterien und sonstige Regelungen beschränkten Zusammenschluss im Rahmen zivilgesellschaftlicher Strukturen zu verstehen. Dazu muss die Welt nicht neu erfunden werden, doch sollten die vorhandenen Erkenntnisse immer wieder neu gedacht werden. In diesem Sinne ist auch dieses Zitat zu deuten, das uns einen ersten Schritt näher bringt auf dem Weg zu einer ausgleichend strukturierten Schwarmökonomie:

„Der Unterschied zwischen der wettbewerbswirtschaftlichen und jeder anderen Lösung des Vermachtungsproblems besteht darin, daß nur die wettbewerbswirtschaftliche Lösung grundsätzlich und radikal *machtfeindlich* ist.“

*Franz Böhm, Entmachtung durch Wettbewerb, Berlin: LIT Verlag, 2007, S 85
ISBN: 978-3-8258-6436-1*

Wie kann nun diese grundsätzliche Eigenschaft in den realen Tauschbeziehungen wirksam werden, ohne die bekannten negativen Auswirkungen übersteigerten Konkurrenzverhaltens¹ zu induzieren? Dazu bedarf es aus der Innensicht von Kooperationen und/oder Assoziationen ebensolcher Regulierungen wie von außen. Lassen wir an dieser Stelle Heiner Flassbeck zu Wort kommen:

„Wirklicher Wettbewerb freilich ist nicht Wetteifer darum, wer seinen Bürgern größeres Leid abverlangen kann, sondern ist Wettbewerb um Ideen für neue Produkte oder neue Produktionstechnologien. Nur dieser Wettbewerb bringt in der Arbeitsteilung Investitionen hervor, von denen alle profitieren können. Arbeitnehmer und Kapitaleigner können ihre Lebensumstände einschließlich der natürlichen Lebensumstände verbessern, wenn sie bereit sind, sich mit den zwei Prozent Zuwachs zu bescheiden, die gut funktionierende Marktwirtschaften pro Jahr hervorbringen können.“

Heiner Flassbeck, Was sozial ist, schafft Arbeit!, in: Die Zukunft des Kapitalismus, hrsg. von Frank Schirrmacher und Thomas Strobl, Berlin: Suhrkamp, 2010, 1. Aufl., S 84

Heiner Flassbeck spricht deutlich von der gewollten Selbstbegrenzung. Diese kann in Form einer Struktur als Angebot zur Teilnahme gestaltet werden. Kurioserweise muss dabei nicht einmal auf die herkömmlichen Ziele wie Wirtschaftswachstum verzichtet werden, solange die strukturgebenden Instanzen gewaltenteilig organisiert sind. Somit gilt auch für eine „selbstbegrenzende“ Schwarmökonomie:

¹ Beispiele aus der Praxis siehe <http://bit.ly/IN3yCu>

„Je höher die Dezentralisierung, desto höher das BIP-Wachstum.“

Aus: [Durch Subsidiarität zum Erfolg](#), *Der Einfluss von Dezentralisierung auf wirtschaftliches Wachstum, Zusammenfassung und Schlussfolgerungen, Studie im Auftrag der Versammlung der Regionen Europas, Mai 2009, S 9*

Diese Dezentralisierung ist nicht auf herkömmliche Weise genossenschaftlich organisierbar. Denn wie sich bisher gezeigt hat, wirken die jeweiligen Konkurrenzsituationen in den Genossenschaften weiter und führen unweigerlich zu Konzentrationserscheinungen hinsichtlich ihrer Marktmacht. Besser geeignet sind branchenübergeordnete assoziative Zusammenschlüsse mit einer geringstmöglichen, selbstbestimmten Vorgabe regelnder Bestimmungen. Bereits G. W. F. Hegel hat diesbezüglich als

„Kern seiner sozialintegrativen Konzeption der bürgerlichen Gesellschaft“ die Korporation ausgemacht und „betont, dass sie offen für Zu- und Abgänge sein und die Mitgliedschaft nicht auf askriptiven oder erblichen Kennzeichen, sondern auf Freiwilligkeit beruhen solle. Wirtschaftsverbände, in denen Arbeitgeber und –nehmer Mitglieder sind, stellen für Hegel ein Paradebeispiel für Korporationen dar, Bildungseinrichtungen, Kirchen und lokale Gemeinderäte zählen ebenfalls dazu.“

Soweit Frank Adloff über Hegels Gedanken zum Thema in: *Zivilgesellschaft – Theorie und politische Praxis, Frankfurt/Main: Campus, 2005, S 32 f.* Doch seine Hegel'sche Analyse geht noch weiter:

„Die Mitgliedschaft in Korporationen trägt dazu bei, eine Brücke zwischen dem *bourgeois* und dem *citoyen* zu schlagen, das heißt es geht um die Transformation des Eigennutzes in eine stärker gemeinwohlorientierte Perspektive. Die Zusammenkunft in Korporationen erfordert, dass die Mitglieder ihren rein individuellen Standpunkt aufgeben und eine allgemeinere, die Einzelinteressen überwölbende Perspektive einnehmen.“

Damit ist eine Ähnlichkeit zu Schwärmen zu erkennen. Die Aufgabe der individuellen Bewegungsfreiheit durch die Abstimmung von Richtung und Entfernung zum Nächsten Schwarmmitglied – vergleichbar mit den Teilnahme Kriterien, Strukturvorgaben oder Empfehlungen – erfordert das Vorhandensein eines ebenso individuell wie gemeinschaftlich wirksamen Gewinns. Wie im Tierreich geht es auch in Hinblick auf den wirtschaftlichen Erfolg der Teilnehmenden einer so verstandenen gesellschaftlich-[wirtschaftlichen Assoziation](#) um Überlebenschancen. Die zugunsten des gemeinsamen Ganzen einer pluralistischen Wertegemeinschaft aufgegebenen individuellen Freiheiten führen dann beispielsweise im Rahmen einer gemeinsamen Kultmarke (zB [oekosozialmarkt](#)) zu mehr gestaltender, ökonomischer und/oder zeitlicher Freiheit. Ermöglicht wird dies durch die ausgleichenden Parameter. U. a. werden dadurch die Überschüsse arbeitsteiliger Tauschbeziehungen nicht mehr – wie unter den Bedingungen herkömmlicher Marktwirtschaft üblich - für krisenbegünstigende [Überinvestitionen](#) oder gar für den Bau von pyramidenartigen Wirtschaftssystemen ver(sch)wendet. Der Verherrlichung des im Grunde genommen nicht gewünschten [Mammons](#) kann somit Einhalt geboten werden.

„Zivilgesellschaftliche Zusammenschlüsse konstituieren sich weder über Hierarchie (wie staatliche Organisationen) noch über marktmäßige Koordinationen: Ihre Logik beruht auf einem dritten Prinzip von gleichzeitiger Freiwilligkeit und Verpflichtung, Spontaneität und Bindung. Im Anschluss an den französischen Soziologen Alain Caillé (2005) lassen sich zivilgesellschaftliche Selbstorganisation und Solidarbeziehungen als geleistete Hilfe ohne Erwartung einer *bestimmten* Erwidern und mit der Absicht, eine soziale Beziehung aufzubauen, auffassen – und dies ist etwas fundamental anderes als ein ökonomischer Tausch, der der Logik des *do ut des* („ich gebe dir, *damit* du mir auch etwas gibst“) folgt.“ (Frank Adloff, a. a. O., S 154)

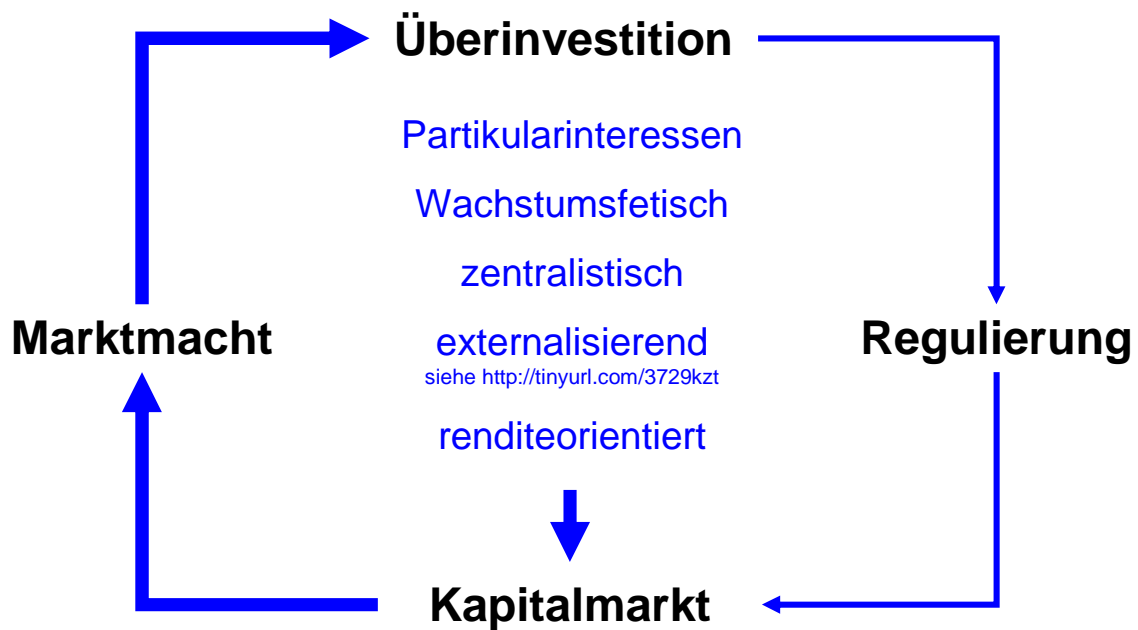
So gesehen bietet die [ARGE oekosozialmarkt](#) einen virtuellen Raum = [Markt](#) (genauer: [Agora](#)), in dem durch die Bereitschaft zu Geben wie zB *Spenden schenken, Meinungen äußern, die unternehmenseigene Klientel zur Teilnahme einladen oder Empfehlungen mitteilen* ein friedliches Miteinander auf der Basis nachhaltiger Tauschbeziehungen im großen Stil lebendig werden kann.

Auf dem Weg zur nachhaltigeren Regionalwirtschaft

Infoblatt 1 für den Arbeitskreis Grün-Sozial am 9.2.2011

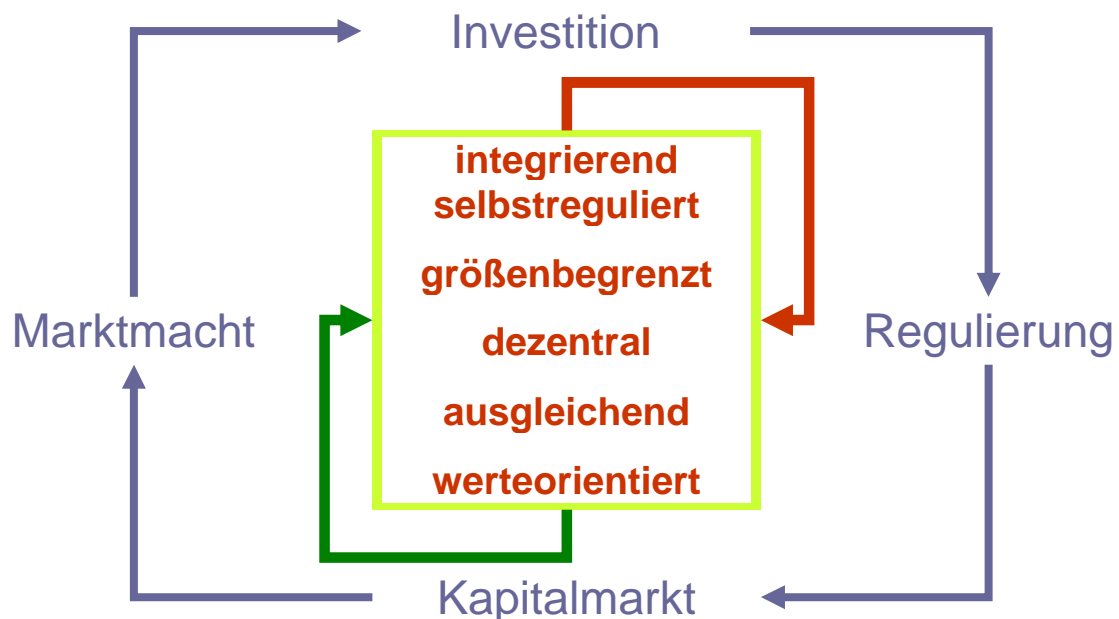
Einführende Analyse und Zitatesammlung: <http://tinyurl.com/5uy6kqg>

Ausgangsbetrachtung: **Ökonomie heute**



Zukunftsvision: **Ökonomie morgen**

Eine attraktivere Handlungsebene darüber steht nun im Fokus wirtschaftlicher Aktivitäten



oekosozialmarkt

Versuch einer Projektbeschreibung

Das Wort *oekosozialmarkt* weist uns bereits den Weg zur Deutung: es handelt sich um eine Marktlandschaft, die ihren Teilnehmenden wirtschaftlich nützt und darüber hinaus sowohl ökologischen als auch gesellschaftlichen Ansprüchen genügen soll. Der **oekosozialmarkt** stellt dabei den virtuellen Ort für die individuellen Tauschprozesse zwischen diesen Zielgruppen dar:

- a) [nachhaltige Unternehmen](#) bis zur Größe eines [KMU](#)
- b) [\[oeko\]soziale Organisationen](#) (SPEs – Social Profit Enterprises)
- c) Konsumierende und Investierende.

In Anlehnung an genossenschaftliche Finanzorganisationen ist das vorliegende Konzept *auch* als Gemeinschaft zur [Erschließung von Absatzmärkten in Selbsthilfe](#) (S 23) zu deuten. Auf der organisatorischen Ebene soll die Aufgabe der von Christian Ehetreiber (ARGE Jugend) bezeichneten *Matching Agentur oekosozialmarkt* sein, die Rahmenbedingungen dafür integrierend-ausgleichend zu gestalten, ohne dabei selbst als Händlerin bzw. Produzentin tätig zu werden. *Transparente* und *hierarchiefreie* Strukturen begünstigen den gemeinsamen Erfolg. Damit die dafür erforderlichen Aufgaben auch weiterhin ihre ausgleichende Wirkung erzielen, ist die Arbeit eines mit hoheitlichen Rechten ausgestatteten Wertebeirates unumgänglich.

Konkret geht es anfangs vorwiegend um die Vermittlung von Bestellungen. Die Unternehmen sind dafür bereit, ihren Kund/inn/en einen Bonus zu zahlen, um mit einem Teil davon ausgewählte Organisationen zu unterstützen. In der Höhe dieser (*oeko*)sozialen Erträge erhalten die Konsumierenden einmal jährlich einen Rabatt, den sie innerhalb des **oekosozialmarkts** verwenden können.

Vorteilsdiskussion. Die Unternehmen stellen so ihr gesellschaftliches Engagement *nachhaltig* dar und gleichzeitig können sie dadurch konkrete [ökonomische Vorteile](#) erzielen. Beispielsweise sind die umsatzabhängigen Werbekosten durch die Vermeidung von Streuverlusten wesentlich effektiver.

Insgesamt ergeben sich für alle Teilnehmenden [verschiedene Vorteile](#). Deren Attraktivität nach außen und die Fähigkeit zur [Selbstorganisation](#) sind zwei wichtige Schlüsselgrößen für den Erfolg der vorliegenden Konzeption durch *Empfehlungen*. Diese sind sowohl durch die Möglichkeiten der Programmierung als auch durch eine entsprechende Überzeugung der [Multiplikator/inn/en](#) in ihrer Verbreitung zu fördern. Nachhaltig betrachtet können wir Weiterempfehlungen nur erwarten, wenn sich die Gestaltenden dieses Marktes als Dienende verstehen, mit dem Anspruch ausgleichend und fördernd zu wirken.

Durch gemeinsame Anstrengungen dürfen wir hoffen, so manche Schatten der *Konkurrenzwirtschaft* zu blühendem Leben zu erwecken.

**Die Statuten des gemeinnützigen Vereins ARGE oekosozialmarkt und weitere
Detailinformationen finden Sie auf der Vereinshomepage www.oekosozialmarkt.org.**

Verwirklichen wir gemeinsam
die nachhaltige Wirtschaftsgemeinschaft:
oekosozialmarkt.com!

oekosozialmarkt.com ist eine Initiative der ARGE oekosozialmarkt, die das [herkömmliche Profitstreben hinterfragt](#). Dabei werden Handel und Produktion von regionalen Produkten gefördert, die im Einklang von ökologischen, sozialen und ökonomischen Interessen, also [nachhaltig](#) hergestellt werden. Gleichzeitig können sich Werbekosten in ökosoziale Erträge verwandeln.



Und wie funktioniert das in der Praxis?

Die **ARGE oekosozialmarkt** vermittelt Bestellungen zwischen **Konsumierenden** und nachhaltig-innovativen **Unternehmen** bis zur Größe eines Kleinen und Mittleren Unternehmens (**KMU**). Für diese Vermittlung zahlen die **Unternehmen** eine Provision (Bonus), auf die die **ARGE oekosozialmarkt** zugunsten der **Konsumierenden** verzichtet und statutengemäß lediglich 10 % als Strukturbeitrag zugesprochen erhält. Als **Kund/in/e** können Sie 90 % dieses Bonusbetrages jeweils etwa zur Hälfte a) an [\(öko\)soziale Institutionen](#) weiterschenken und b) bei zukünftigen Einkäufen als *Rabatt* vom Kaufpreis abziehen oder diese Möglichkeit ansparen. Die „Vermittlungsagentur“ **oekosozialmarkt.com** selbst versteht sich dabei als Servicestelle, die sich auch durch Sponsoreinnahmen, Schenkungsbeiträgen oder Teilnahmegebühren finanziert, um weitestgehend unabhängig von äußeren Einflüssen zu bleiben.

Ein fiktives Rechenbeispiel soll die Vorteile für *mich* als **Konsumierende/n** verdeutlichen:

Ich bestelle über die Internetseite **oekosozialmarkt.com** oder kaufe **vor Ort** durch die Bekanntgabe meiner Mitgliedsnummer der **ARGE oekosozialmarkt** erstmals Waren von einem [nachhaltigen Unternehmen](#) im Wert von € 100,--. Dafür gewährt dieses eine Vermittlungsprovision (Bonus) von zB € 5,--, die ich zum Teil an eines von mehreren oekosozialen Non-Profit-[Organisationen](#) spende, die von diesem Unternehmen empfohlen werden. **oekosozialmarkt.com** überweist dann diesen Teil in der Höhe von € 2,25 (= 45 %) des erhaltenen Betrages an die gewünschte **Organisation**. Die zweiten 45 % von € 5,-- können ab einem jährlich wiederkehrenden Wunschdatum (zB Geburtstag) für weitere Einkäufe im gemeinsamen Markt verwendet werden. 10 % werden als Strukturbeitrag verbucht.

Nach meinem Geburtstag kaufe ich nun über **oekosozialmarkt.com** um € 200,-- Gutscheine eines anderen [Unternehmens](#). Diesmal erhalte ich beispielsweise die Möglichkeit, € 9,-- zu spenden und nochmals denselben Betrag anzusparen. Ich zahle entweder um € 2,25 (aus dem ersten Einkauf) weniger oder ich behalte diesen Betrag weiter ein für künftige Einkäufe.

>>> *Beispiel über mehrere Perioden/Einkäufe:* www.oesostrom.at/pictures/Beispielrechnung.jpg

Die [ARGE oekosozialmarkt](#) sucht Interessierte für eine [Marketingkooperation](#)



Damit diese attraktive Form des Einkaufs schneller aufgebaut werden kann suchen wir vorwiegend Partnerunternehmen für eine längerfristige Kooperation. Neben einem von Beginn an verwertbaren Imagegewinn bieten wir auch noch zukünftige Refundierungen in der Form von [wertgesicherten Aufbausteinen](#). Unterstützen Sie uns bei der weiteren Entwicklung des gemeinsamen Marktes und profitieren Sie davon. Falls Sie daran interessiert sind, dann sprechen Sie mit Arno Niesner unter +43 699 105 90 966.

PS: Das o. a. Rechenbeispiel bezieht sich ausschließlich auf die eine Hälfte einer arbeitsteilig organisierten Wirtschaft: auf die Flussgrößen (Umsätze), mit anderen Worten auf das gesamthaft betrachtete rechnerische Ergebnis zwischen den Anbietenden und den Nachfragenden. Eine Erläuterung, wie die Bestandsgrößen nachhaltig Investierender in das Modell einer oekosozialen Wirtschaft einzubeziehen sind erfahren Sie [hier](#).

WAS soll eine nachhaltige Wirtschaftsgemeinschaft somit leisten?



Steuerparadiese und Stiftungen sind die Ingredienzien für die Verschleierung von Transaktionen und für die Steuervermeidung. Sie sind – als Kehrseite der Medaille – auch die Ursache dafür, dass der Mittelstand und die arbeitende Bevölkerung immer mehr belastet werden. Warum die EU und die nationalen Staaten nichts gegen diese Entwicklung machen, liegt auf der Hand. Weil bekanntlich das Geld die Welt regiert und die Lobby-Politik diesen Versuchungen nicht widerstehen kann.

Mag. DDr. Johann Neuner, in: *Kleine Zeitung*, 21.1.2011, S 33

- Ü WIR stärken uns daher, indem wir regionale Wirtschaftskreisläufe fördern. Der nachhaltige Erfolg
- Ü erfordert auch ausgleichende Strukturen hinsichtlich ökologischer, sozialer und ökonomischer Interessen
- Ü & darauf basierende attraktive Dienstleistungsangebote

An welche **Zielgruppen** wendet sich eine nachhaltige Wirtschaftsgemeinschaft?



Wie soll eine nachhaltige Wirtschaftsgemeinschaft organisiert sein?



- ü dezentrale Entscheidungshoheit
(vgl. Beschlüsse des Hansetages)
- ü demokratisch legitimierte, zentrale
Rahmengestaltung ohne Budget
- ü interne Kontrollinstanz: Wertebeirat

**Je höher die
Dezentralisierung, desto
höher das BIP-Wachstum.**

*Zusammenfassung der VRE-
Studie „Durch Subsidiarität
zum Erfolg“, S 9
Web: <http://tinyurl.com/38sfakt>*

entnommen aus der gleichnamigen Präsentation: <http://tinyurl.com/4gvrrpm>

Unser Angebot an Unternehmen lautet daher:

Die **ARGE oekosozialmarkt** ist als Verein organisiert und bietet zum besonders günstigen Mitgliedsbeitrag von **nur €20,- pro JAHR** *weit mehr* als eine *politisch und wirtschaftlich unabhängige* Plattform für Ihre Unternehmenspräsentation im Internet. Diese **Vorteile** können Sie für Ihr Unternehmen lukrieren:

- ü **Stabilere** und/oder **höhere Umsätze** durch eine gemeinsame Dachmarke
- ü **Kundenbindung** durch ein attraktives Spenden- und Rabattmodell
- ü **Vermeidung** von **Streuverlusten** gegenüber herkömmlicher Werbung
- ü **Marketinghoheit** bleibt bei den Unternehmen
- ü **Mitgestaltung** durch **Mitbestimmung** als ordentliches Mitglied

Unser gemeinsames *Plus für Ihre Kundinnen und Kunden* lautet:

- ü **Eine einzige** *Vorteilskarte* öffnet die **Vielfalt eines ganzen Marktes!**

Damit allerdings der für den gemeinsamen Erfolg erforderliche zündende Funke zwischen den Teilnehmenden und Handelnden überspringen kann sind zweierlei Maßnahmen denkbar:

1. extrinsische Motivation über „aufgeladene“ Bonuskarten und/oder durch die
2. Überzeugungsarbeit im Rahmen einer Veranstaltung für Unternehmen.

Beide Varianten bedürfen entsprechender Unterstützungen zB in Form von Kooperationen.

Eine entsprechende Einladung dazu finden Sie hier:

<http://oekosozialmarkt.com/community/kooperationen/66>

ARGE oekosozialmarkt

Liebenauer Hauptstraße 95d

A-8041 Graz

T: +43 699 105 90 966

F: +43 316 2311 2327 13

E: ARGE@oekosozialmarkt.org

ZVR-Zahl: 849698579

Einladung zum **Mitgestalten!**

Die **ARGE oekosozialmarkt** ist ein gemeinnütziger Verein und bietet allen nachhaltigen sowie rechtlich und wirtschaftlich selbstständigen Unternehmen von maximal mittlerer Größe die Teilnahme an einer zukunftsweisenden Wirtschaftsgemeinschaft. Einen Link zu den [Teilnahmekriterien](#) finden Sie auf der Vereinshomepage www.oekosozialmarkt.org.

Im Gegensatz zu Einkaufsgemeinschaften für Konsumierende oder den Verkaufsmöglichkeiten über große Handelsketten etc. versteht sich die **ARGE oekosozialmarkt** als ein assoziativer Zusammenschluss von Unternehmen zur Erhöhung ihrer Attraktivität aus der Sicht ihrer Kund/inn/en und damit auch zur Stärkung ihrer Marktpositionen. Dabei meint „assoziativ“ insbesondere auch „mitbestimmend“. Und die unternehmerischen Freiheiten hinsichtlich Werbung und Marketing bleiben dabei grundsätzlich unangetastet – wie einst bei den Beschlüssen des [Hansetages](#), die **ARGE oekosozialmarkt** bietet lediglich eine weitere Option zur nachhaltigen Positionierung im Sinne der drei Säulen natürliche Umwelt (Ökologie), Gesellschaft (Soziales) und Wirtschaft (Ökonomie).

Der von der **ARGE oekosozialmarkt** initiierte Marktplatz

[www. !\[\]\(2644880428d95a4203ef0ba60cd1b089_img.jpg\) .com](http://www.oekosozialmarkt.com)

soll allerdings *mehr* sein, als irgendeine Wirtschaftsgemeinschaft. Beginnend mit der empfehlenden Auswahl der beteiligten Unternehmen, den transparenten Möglichkeiten zur Bewertung der Leistungen derselben bis hin zur ausgleichenden Wirkung im Sinne eines „dritten Weges“ bietet die **ARGE oekosozialmarkt** ein wirtschaft- und gesellschaftliches Zuhause für ganzheitlich orientierte Menschen.

Sie fühlen sich angesprochen? **Dann werden Sie Multiplikator/in und gestalten Sie mit uns.** Informieren Sie sich noch heute unter www.oekosozialmarkt.org

oder rufen Sie mich an unter **+43 699 105 90 966**.
Ich freue mich auf Ihr Interesse zur **Mitgestaltung**.

Mit sonnigen Grüßen
Arno Niesner

Wir fördern *fröhliches Geben*. Säen Sie mit uns auf den Geist, der dies bewirkt.

Christine Nussbaumer und Markus Hein präsentieren ihre Unternehmen und begründen ihre *Teilnahme*



Christine Nussbaumer: nana - natural nature e.U.

Die **nana – natural nature** Gesundheitsförderung auf Basis der Naturgesetze mittels **nana -Kräuteröle** und **nana-Methode** hat für Sie folgende Angebote: Wildkräuteröle, Einölungen, Beratungen, Einzelanwendungen, Workshops, Vorträge und Schulungen.

Viele Menschen hungern und trotzdem gibt es Verschwendung, um die Marktpreise zu halten. Geld ist weder gut noch schlecht, es hängt von der Art und Weise ab, wie und wofür wir es gebrauchen.

Geld darf nicht die vorrangige Motivation unserer Handlungen sein. Bei einer Umverteilung der materiellen Güter geht es nicht nur den Menschen besser, die heute wenig haben, sondern auch denen, die heute viel haben. Nähern wir uns der Mitte. Die Freude im Herzen und im Leben ist uns sicher.

Ökosozialmarkt bietet hier eine Möglichkeit, bei jedem Verkauf einen Rabatt zu geben, der nicht nur den Kunden, sondern gleichzeitig auch vielen Hilfe leistenden Menschen zugute kommt. Wollen wir in Frieden miteinander leben, übernehmen wir Verantwortung für unser Tun über unsere Grenzen hinaus.



BIOKOSMOS

Professionell geführte Kräuterwanderungen für Gesundheitseinrichtungen und Heilberufe, Pädagogik, Küche und Garten, Freizeit und Urlaub.

Biokosmos sieht den Menschen als Teil der Natur, verbindet in der Beschäftigung mit Heilpflanzen volksmedizinische Überlieferung und wissenschaftliche Forschung, sensibilisiert für ökologische Zusammenhänge und verantwortungsvolle Nutzung heimischer Flora und Fauna.

Unser Ziel ist Gesundheit. Für uns, unsere Umwelt, Kinder, Urenkel und Großeltern, Krankenkassen und Badeteiche.

Ökosozialmarkt geht für mich einen Weg den Gesundheitsgedanken auf wirtschaftlicher Ebene zu verwirklichen.

Als Unternehmer bietet er mir die Präsenz in einer Marktgemeinschaft von qualitätsorientierten Unternehmen und Kunden, die durch ihr „ökosoziales Bewusstsein“ zu meinen potentiellen Kunden zählen. Markus Hein, Biokosmosgründer

Engagieren Sie sich als Multiplikator/in und bringen Sie IHRE Werte mit ein, damit es nicht weiter heißt:

Die einzige Freiheit in dieser Multioptionswelt mit den scheinbar vielen Wahlmöglichkeiten ist der Konsum. Denn er ermöglicht beides: eine individuelle Ausgestaltung einerseits und Zugehörigkeit zur selben Stilgruppe andererseits. (Kathrin Hartmann, Ende der Märchenstunde, München: Blessing, 1. Aufl. 2009, S 36)

Machen wir gemeinsam **MEHR** aus unseren Optionen.

Kriterien für die Teilnahme von Unternehmen am gemeinsamen Markt

Für die Teilnahme eines Unternehmens am gemeinsamen Markt gelten diese Bedingungen:

**Willkommen sind Unternehmen,
die mindestens ein Positivkriterium erfüllen.**

Ausgeschlossen von der Teilnahme sind Unternehmen, die mindestens einen Punkt aus dem Katalog der Negativkriterien erfüllen oder einen wirtschaftlichen Bezug (Gewinnerzielungsabsicht, wirtschaftlich-rechtliche Abhängigkeit) zu derartigen Unternehmen aufweisen und damit die wirtschaftlichen Aktivitäten in den genannten Bereichen unterstützen.

Positivkriterien

Zertifizierte Unternehmen:

Die Auswahl der zertifizierenden/auszeichnenden Labels erfolgt à la longue in Abstimmung mit dem Wertebeirat

Empfohlene Unternehmen:

Eine Empfehlung für die Teilnahme kann von Unternehmen (ordentliche Mitglieder), Partnerorganisationen, SPEs oder durch den Vereinsvorstand erfolgen und ist hinsichtlich der konstruktiven Beiträge zu begründen

Negativkriterien

Atomenergie, Rüstungsindustrie

Herstellung von Suchtmitteln, suchtgefährdende Stoffe und die Verbreitung dieser Produkte

Euthanasie; Pornographie; Glücksspiel; Gentechnik, die über die Anwendungsgebiete der Humanmedizin hinausgeht; Tierversuche

Menschenrechtsverletzungen, kontroverses Umwelt- und Sozialverhalten

Börsennotierte Unternehmen mit vorwiegend *nicht* regional verankerten, anonymen Eigentumsstrukturen oder Unternehmen, die von diesen wirtschaftlich zu mehr als 25 % beeinflusst werden.

Nichterfüllung qualitativer Mindestanforderungen durch die Bewertung von Marktteilnehmenden und der Kontrolle durch den Wertebeirat

*Großunternehmen*² sind grundsätzlich *nicht* willkommen. Ausnahmen davon können Familienunternehmen bilden oder Unternehmen mit familienähnlichen Eigentumsstrukturen ohne wesentlichen Einfluss auf die Geschäftspolitik durch börsennotierte Eigentumsanteile oder sonstige wirtschaftliche Abhängigkeit - eine laufende Überprüfung der individuellen Gegebenheiten begleitet die Marktteilnahme. Die Betriebsgröße gilt auch dann als Ausschlusskriterium für die Marktteilnahme, wenn sie das Dreifache des regionalen Branchendurchschnitts nachhaltig übersteigt.

Eine attraktive Richtschnur für die Beurteilung eines Unternehmens über die Kennzahl Unternehmensgröße liefert Richard Sennett³:

Grundsätzlich sollte jede gut geführte Firma eigentlich den Wunsch haben, dass ihre Beschäftigten aus Fehlern lernen. Daher sollte sie auch solche an Versuch und Irrtum orientierte Lernprozesse in gewissem Umfang zulassen. In der Praxis tun große Unternehmen dies jedoch nicht. Die Firmengröße ist hier tatsächlich das wichtigste Unterscheidungsmerkmal. In kleinen Unternehmen (bis etwa hundert Beschäftigte) hat der Umgang mit den Kunden direktere Auswirkungen auf das Überleben der Firma. In einer großen Krankenversicherung dagegen erwies sich Oberflächlichkeit als durchaus funktional. Wer sich allzu intensiv mit den Dingen auseinander setzte, wurde dafür nicht belohnt. In dem von mir und meinen Kollegen untersuchten Unternehmen hatte das zur Folge, dass es auch eine – für die frustrierten Kunden unsichtbare – große Zahl frustrierter Mitarbeiter gab.

² Ein Unternehmen, das über 2 Jahre hindurch im Durchschnitt mehr als 249 Mitarbeitende zählt, über 50 Millionen Euro Umsatz hat oder eine Bilanzsumme von über 43 Millionen Euro aufweist gilt als Großunternehmen.

³ Richard Sennett, Die Kultur des neuen Kapitalismus, Berlin: BvT, 3. Aufl., Feb. 2008, S 102

ARGE oekosozialmarkt
Liebenauer Hauptstraße 95d
A-8041 Graz
T: +43 699 105 90 966
F: +43 316 2311 2327 13
E: ARGE@oekosozialmarkt.org
ZVR-Zahl: 849698579

Einladung zum **Miteinander!**

Die **ARGE oekosozialmarkt** bietet allen nachhaltigen sowie rechtlich und wirtschaftlich selbständigen Unternehmen bis zu mittlerer Größe die Teilnahme an einer zukunftsweisenden Wirtschaftsgemeinschaft.

Im Gegensatz zu den Verkaufsmöglichkeiten über große Handelsketten oder den Einkaufsgemeinschaften für Konsumierende bleibt die Marketinghoheit bei den Unternehmen. Die ARGE selbst ist ein *nicht gewinnorientierter Verein*, in dem auch Sie als Konsumierende/r eines dieser Mitgliedsunternehmen herzlich willkommen sind und wozu wir Sie gerne einladen, um miteinander zu wachsen.

Wenn Sie nun durch Ihren Einkauf fairen Handel in der Region unterstützen möchten, dann haben auch Sie ganz konkrete persönliche **Vorteile**:

- ü **Gratis spenden**, ohne mehr zu bezahlen – bestelle ich über´s Internet, so kann ich sogar mitbestimmen, an wen die Spende gezahlt wird.
- ü Ab meinem nächsten Geburtstag kann ich mit meinem **Rabatt** online günstiger einkaufen oder diesen Betrag auch später dafür verwenden („sparen“).
- ü **Eine einzige Vorteilskarte** öffnet die **Vielfalt eines ganzen Marktes!**
- ü Durch die Abwicklung der Transaktionen über den *gemeinnützigen* Verein **ARGE oekosozialmarkt** sind Ihre persönlichen Daten sicher vor der Verwertung durch ökonomische Interessen.

Wenn Sie Produkte der anbietenden Unternehmen lediglich online bestellen möchten, dann benötigen Sie dazu keine Mitgliedskarte. Diese wird für die Abwicklung des jeweiligen Geschäftsfalls vor Ort benötigt (Direkt-Verkauf).

Werden Sie Mitglied und geben Sie „Ihrer“ nachhaltigen Einkaufswelt einen Wachstumsschub. Klicken Sie dazu für Ihre erstmalige Registrierung auf den unter

[www. !\[\]\(aaf00827f03a5235835203c37180dc74_img.jpg\) .com](http://www.oekosozialmarkt.com)

rechts oben dargestellten Link **„anmelden“** und geben Sie die gewünschten Daten ein.

Ich freue mich auf Ihr Interesse zur Teilnahme.

Mit sonnigen Grüßen
Arno Niesner

PS: Die Mitgliedschaft für **Konsumierende** ist *grundsätzlich GRATIS*, lediglich 10 % der Bonusleistungen von den Unternehmen werden zur Abdeckung der Infrastrukturkosten einbehalten.

ARGE oekosozialmarkt

Liebenauer Hauptstraße 95d
A-8041 Graz
T: +43 699 105 90 966
F: +43 316 2311 2327 13
E: ARGE@oekosozialmarkt.org
ZVR-Zahl: 849698579

Anleitung für das oekosozialmarkt-Gemeinschaftsspiel

Zweck des Spiels soll es sein, den ökonomischen und gesellschaftlichen Effekt einer nachhaltigeren Wirtschaftsgemeinschaft zu erkennen.

Vorbereitung. Dazu nehmen wir eine flächige Unterlage zur Positionierung von Bausteinen. Diese sind zahlenmäßig zu jeweils einem Viertel grün oder rot und zur Hälfte blau. Auf die leere *Erdoberfläche* setzen wir 6 kleinere Flächen blauer Bausteine und jeweils 3 in den anderen beiden Farben. Diese bebauten Flächen beanspruchen lediglich einen kleineren Teil der Gesamfläche und erheben sich nur eine Reihe von der Unterlage. Sie symbolisieren die Eigentumsverhältnisse. Die Gesamtzahl der übrigen Bausteine beträgt mindestens das Dreifache der Anzahl an Spielenden. Die Farben bedeuten:

blau: Kapitalgesellschaften und sonstige privatrechtliche, gewinnorientierte Konstrukte
rot: Vereine, Genossenschaften, öffentlich-rechtliche Einrichtungen, Ordensspitäler u. ä.
grün: Land- und Forstwirtschaft, erneuerbare Energien u. ä.

Durchführung. Wir geben die nun vorbereitete Spielunterlage zusammen mit den übrigen Bausteinen so durch die Spielgemeinschaft, dass jede/r Spieler/in genau *drei Bausteine* auswählt und setzt. Die Regeln für das Setzen der Bausteine lauten:

1. Jeder Baustein muss entweder neben oder auf bereits gesetzte Bausteine platziert werden.
2. Grüne Flächen wachsen flächig in einer Reihe.
3. Rote Flächen wachsen so, dass **nie mehr als zwei Bausteine mit derselben Außenfläche übereinander** zu liegen kommen.
4. Blaue Flächen wachsen so, dass **nie mehr als 5 Bausteine mit derselben Außenfläche übereinander** zu liegen kommen.
5. Es muss in die Höhe gebaut werden, insoweit es die übrigen Spielregeln erlauben.
6. Jede/r Spieler/in muss mit mindestens einem Baustein eine blaue Fläche vergrößern.

Am Ende des ersten Durchgangs kommt es zu einer technisch-wirtschaftlichen oder natürlichen Krisensituation. Die damit einhergehenden Stürme fegen (die) drei (höchsten) Konstrukte derart von der Spielfläche, dass nur noch ihre eigentumsrechtliche Ausgangssituation in Form der ersten Bausteinreihe übrig bleibt.

Zweiter Spieldurchgang. Die menschliche Gesellschaft lernt daraus und ändert die Spielregeln. Die Attraktivität der blauen Konsum- und Veranlagungsmöglichkeiten wird um ausgleichende und damit qualitative Argumente ergänzt. Die vierte Spielregel lautet nun im zweiten Durchgang:

Blaue Flächen wachsen so, dass **nie mehr als DREI Bausteine mit derselben Außenfläche übereinander** zu liegen kommen.

Ende des Spiels. Wie wir nach dem zweiten Spieldurchgang leicht feststellen können ist die Krisenstabilität der höchsten Eigentumsstrukture durch die weniger hochragende Angriffsfläche wesentlich erhöht. Die möglichen Kollateralschäden in Form von Preisinstabilität, Konsum- und/oder Investitionsflaute o. ä. werden somit geringer ausfallen.

Aufgabe: Diskutieren Sie nach dem zweiten Spieldurchgang auch über die (qualitative) Beschaffenheit der Attraktivitäten, durch die es zu einem weniger schnellen mengenmäßigen (vgl. Höhe) Wachstum der blauen Eigentumsstrukture kommt.