

Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag
Reihe: Wirtschaftswissenschaften

Band 82

Rainer Lippert

Mit Marx zur Marktwirtschaft?

Eine Neuerung der Marx'schen Arbeitswerttheorie

Wissenschaftliche Beiträge
aus dem Tectum Verlag

Reihe Wirtschaftswissenschaften

Wissenschaftliche Beiträge
aus dem Tectum Verlag

Reihe: Wirtschaftswissenschaften
Band 82

Rainer Lippert

Mit Marx zur Marktwirtschaft?

Eine Neuerung der Marx'schen Arbeitswerttheorie

Tectum Verlag

Rainer Lippert

Mit Marx zur Marktwirtschaft? Eine Neuerung der Marx'schen Arbeitswerttheorie

Dritte, vollständig überarbeitete Auflage

Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag,

Reihe: Wirtschaftswissenschaften; Bd. 82

© Tectum Verlag – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2017

ISBN: 978-3-8288-6667-6

(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Buch unter
der ISBN 978-3-8288-3917-5 im Tectum Verlag erschienen.)

ISSN: 1861-8073

Satz: Ulrich Borstelmann design & publishing

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet

www.tectum-verlag.de

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Angaben sind
im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Vorwort

Die in dem vorliegenden Buch beschriebene Arbeitswerttheorie basiert auf der üblicherweise mechanistisch interpretierten Marx'schen Arbeitswerttheorie, die den Wert als vergegenständlichte, gesellschaftlich nützliche Arbeit beschreibt. Doch geht sie über seine mechanistische Auffassung hinaus und fasst den Wertbegriff viel weiter. Ziel dieser Ausarbeitung ist, die Arbeitswerttheorie an die Erfordernisse der jetzigen Zeit anzupassen. Nach dieser neuen Sicht ist der Wert nicht in einer Ware enthalten, nicht darin „vergegenständlicht“, wie Marx sagt, sondern sie beschreibt, dass nur die **Bezugspunkte** für die Wertbeziehungen in Produkte eingebracht werden. Der Wert selbst wird als **gesellschaftliches Verhältnis** gesehen, das zwischen Menschen herausgebildet wird. Nur wenn der Wert nicht als in Waren vergegenständlicht, sondern zwischen Menschen wirkend gesehen wird, kann dieser als wirkliches gesellschaftliches Verhältnis erfasst werden.

Der Begriff „**Ware**“ stellt einen weiteren wichtigen Unterschied in der hier dargestellten Wertauffassung gegenüber der klassischen Arbeitswerttheorie dar. Nach der gängigen Interpretation der Arbeitswerttheorie ist eine Ware ein stoffliches Objekt, das gesellschaftlich nützliche Arbeit enthält und damit Wert beinhaltet. Der Wert soll mit der gesellschaftlich nützlichen Arbeit darin vergegenständlicht worden sein.

Nach der hier vorliegenden Arbeitswerttheorie wird auch der Begriff der Ware weiter gefasst. Zur eindeutigen Unterscheidung vom konventionellen Warenbegriff wird hier der Begriff **Wertobjekt** verwendet. Das wichtigste Merkmal eines Wertobjektes – im Unterschied zur Ware – ist, dass der Wert nicht als darin vergegenständlicht beschrieben wird. Vielmehr wird der Wert als **ökonomisches Wertattribut** aufgefasst, das den Wertobjekten über das menschliche Bewusstsein mit einem bestimmten Wertbetrag beigefügt wird. Durch die Darstellung des Wertes als Wertattribut mit einem Wertbetrag wird der „Wirkungsraum“ des Wertes erweitert. Wert kann auf diese Art auch maschinell erstellten Produkten, bestimmten Naturgütern, die als solche keine menschliche Arbeit enthalten, und ebenso nicht-stofflichen Gütern, wie kulturellen Veranstaltungen, bestimmten Ideen usw., zugeordnet werden.

Dass die Werte den Wertobjekten über das Bewusstsein in Form von Wertattributen beigefügt werden, bedeutet keinesfalls, dass damit die Wertobjekte rein ideelle Merkmale erhalten würden. Wert muss als gesellschaftliches Verhältnis zwischen Menschen auch eine **nicht ideelle Äußerungsform** besitzen. Die Wertbeziehung wird nach der hier dargestellten Wertauffassung gesellschaftlich relevant geäußert, da zum Erwerb eines Wertobjektes ein **Wertäquivalent** abgegeben werden muss. Diesem Äquivalent wird in dem gesellschaftlichen Wertverhältnis, über das der Austausch Wertobjekt gegen Wertäquivalent erfolgt, ein ökonomisches Wertattribut mit gleichem Wertbetrag zugeordnet. Damit ordnen sowohl die Käufer- als auch die Verkäuferseite ihren ideellen Wertvorstellungen eine gemeinsame objektive Wertgröße zu, mit der sie ihre ideellen Wertvorstellungen auf die gesellschaftliche Ebene heben. Diese gemeinsame Größe ist der ökonomische Wert.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit war ursprünglich, in der DDR den Gedanken an die Beachtung des Marktes zu etablieren. Es war nicht das Ziel, die Leistung von Marx zu negieren. Es ging um Verfeinerung und Aktualisierung. Diese Arbeit entstand im Zeitraum von 1981 bis 1988 in mehreren Etappen als Ergebnis der kritischen Auseinandersetzung mit der damals gegebenen sozialistischen Planwirtschaft.

Durch Auseinandersetzungen mit Spezialisten aus Einrichtungen wie dem Ministerium für Verkehrswesen der DDR und der Staatlichen Plankommission, mit Wirtschaftswissenschaftlern an der Humboldt-Universität Berlin, der Karl-Marx-Universität Leipzig, der Hochschule für Ökonomie Bruno Leuschner, der Akademie der Wissenschaften der DDR / Zentralinstitut für Wirtschaftswissenschaften und anderen präziserte ich meine Gedanken stetig.

Eine Veröffentlichung gelang vor der Wende leider nicht, obwohl gegen Ende der DDR Unterstützung dafür angeboten wurde.

Seit 2012 habe ich den gesamten Inhalt überarbeitet.

Inhalt

Einleitung	9
Thesen zur Arbeitswerttheorie	13
Zu These 1: Wert ist ein gesellschaftliches Verhältnis.	15
Zu These 2: Wert existiert nur in Verbindung mit dem menschlichen Bewusstsein.....	17
Zu These 3: Wert basiert auf Bedürfnissen der Tauschpartner nach bestimmten Objekten der Umwelt – den Wertobjekten.	25
Zu These 4: Bei der Ausprägung insbesondere der ökonomisch relevanten Bedürf- nisse im Bewusstsein wichten die Menschen notwendigerweise. Die Wichtung erfolgt aufgrund von Begrenzungen der menschlichen Möglichkeiten im gesell- schaftlichen und natürlichen Umfeld, durch begrenzte Ressourcen sowie durch die begrenzten Fähigkeiten und Fertigkeiten der Menschen selbst.	65
Zu These 5: Wert ist ein gesellschaftlich determiniertes und individuell beeinflus- tes Verhältnis zwischen Tauschpartnern. Er wird innerhalb eines Wertverhältnisses für den Tauschprozess gebildet. Das gesellschaftliche Verhältnis Wert basiert auf Bedürfnissen nach Gütern, die durch Tausch aus dem Eigentum des einen Tausch- partners in das Eigentum des anderen Tauschpartners überführt werden. Wert beruht auf der gegenseitigen Anerkennung der Äquivalenz der ökonomischen Wertattribute der Tauschobjekte.	75
Zu These 6: Wertobjekte und Wertäquivalente (meistens Geld) erscheinen im Ereignisfeld einander immer gleich groß gegenübergestellt.	125
Zu These 7: Mit der Entwicklung und Entfaltung von Arbeitsteilung, Kommuni- kation und Handel können in der Gesellschaft relativ stabile gewichtete Bezie- hungsstärken zu Wertobjekten als Durchschnittsgrößen herausgebildet werden. Diese führen wiederum zu relativ stabilen Wertverhältnissen zwischen den Tauschpartnern.	129

Zu These 8: Der Marx'sche Wertbegriff beschreibt in etwa einen Spezialfall eines allgemeinen Arbeitswertbegriffes. Seine Ableitung entsprach dem fortgeschrittensten Erkenntnisstand des 19. Jahrhunderts, ist aber zur Steuerung von ökonomischen Prozessen und Verhältnissen nicht hinreichend realitätsabbildend.	141
Zu These 9: Wertobjekte (nach der gängigen Wertauffassung „Werte“) können durch menschliche und maschinelle Arbeit geschaffen werden, und zwar sowohl durch die sogenannte „produktive“ als auch durch die sogenannte „nicht-produktive“ Arbeit.	157
Zu These 10: Unter bestimmten gesellschaftlichen und natürlichen Bedingungen werden auch nicht durch Menschen geschaffene Objekte als Wertobjekte in die ökonomischen Prozesse einbezogen. Das geschieht über das Bewusstsein und in Verbindung mit dem gesamten gesellschaftlichen Arbeits- und Austauschprozess.	175
Zu These 11: Eine Wertbeziehung im ökonomischen Sinne basiert nicht direkt auf den gewichteten Bedürfnissen nach den Wertobjekten, sondern auf den gewichteten Bedürfnissen nach den umfassender zu sehenden Bedürfnisbefriedigungskomplexen	197
Zu These 12: Der Markt ist nicht Realisierungspunkt von angebotenen Werten, sondern der eigentliche Ort der Wertbildung. Das Was und das Wie aller Angebote auf dem Markt muss durch Menschen im jeweiligen gesellschaftlichen (und natürlichen) Kontext geplant werden. Der Markt denkt nicht und der Markt lenkt nicht.	199
Anhang – Abbildungen	221
Danksagung	259
Index	261
Quellen	269

Einleitung

Übliche Interpretation der Marx'schen Arbeitswerttheorie

Die Marx'sche Arbeitswerttheorie wird in den meisten Fällen in der folgenden Art interpretiert:

Der Mensch bearbeitet mit gesellschaftlich nützlicher Arbeit ein Naturgut oder bereits gestaltete Objekte und vergegenständlicht in den bearbeiteten Objekten seinen Anspruch auf Existenzmittel. Die bearbeiteten Objekte erhalten damit einen bestimmten Wert.

Die Grundgedanken dieser Werttheorie können folgendermaßen dargestellt werden:

Die Menschen gestalten durch ihr Handeln ihre eigenen gesellschaftlichen Verhältnisse. Grundlage dieser Verhältnisse ist die Arbeit.

Bis zu diesem Punkt kann der Arbeitswerttheorie nur zugestimmt werden.

Mit dem Arbeitsprozess greifen die Menschen aus dem sie umgebenden natürlichen Umfeld bestimmte Naturgüter heraus und wandeln diese mittels produktiver Arbeit in Werte (Bild 1 im Anhang: Die übliche Interpretation der Arbeitswerttheorie). Mit anderen Worten: Mit und durch die Vergegenständlichung der gesellschaftlich nützlichen Arbeit wird der Wert in Gegenstände hineingebracht. An dieser Stelle zeigt sich bereits eine Unzulänglichkeit der üblichen Interpretation der Marx'schen Arbeitswerttheorie: Unter anderem gilt sie bei dieser Voraussetzung nur für bearbeitete Gegenstände.

Die so mittels vergegenständlichender, gesellschaftlich nützlicher Arbeit gebildeten Werte können zur Befriedigung bestimmter Bedürfnisse gegen andere Werte getauscht werden. Tauschvorgänge dieser Art sind ökonomische Austauschprozesse.

Planwirtschaftliche Situation in der DDR

Mit einer solchen Sicht auf die Werte erscheint es logisch, dass die ökonomischen Prozesse in einer Gesellschaft durchgängig geplant werden können, denn die entstehenden Werte würden sich laut Marx'scher Arbeitswerttheorie vorausbestimmen lassen.

Mittels zentraler Planwirtschaft sollten die Werte der Gesellschaft in den politisch gewünschten Proportionen geschaffen werden. Dazu passend sollte eine Geldmenge emittiert werden, die dem Umfang an Werten entsprochen hätte.

Auf gesamtgesellschaftlicher Ebene wurde von zentraler Stelle scheinbar errechnet, wie viele „Werte“ von welcher Sorte, Qualität usw. unter den gegebenen Bedingungen der Arbeitskräfte-, Rohstoff- und Ausrüstungssituation erstellt werden konnten.

Diese errechneten Werte wiederum gingen ein in die Planvorgaben, die in den volkswirtschaftlich relevanten Bereichen von oben nach unten untersetzt wurden. Anhand dieser Planvorgaben erfolgte die Organisation der Produktion und die anschließende Verteilung in Verbindung mit der Abrechnung. Die Abrechnung der Planerfüllung wiederum war die Grundlage für die Geldemission, welche planmäßig entsprechend den produzierten Werten durchgeführt wurde. Der Austausch der geschaffenen Werte

schien also auf eine solide, wissenschaftlich fundierte und mathematisch nachvollziehbare Art gesichert. Die Berechnung der Werte anhand des Aufwandes erschien als einzig mögliche Herangehensweise zur Wertbestimmung auf materialistischer Grundlage.

Doch von Beginn dieses Wirtschaftens an zeigten sich unzählige gravierende Versorgungsprobleme. Daher wurde nach den Ursachen geforscht. Sie wurden in Störversuchen und Boykottmaßnahmen „imperialistischer Mächte“ oder in der noch nicht optimalen Ausarbeitung eines Produktionskennziffernsystems usw. „gefunden“.

Trotz durchgeführter Gegenmaßnahmen konnte keine Verbesserung der Versorgungslage (in Bezug auf die Übereinstimmung zwischen Angebot und Nachfrage sowohl beim Einzelhandel als auch bei der Versorgung der Betriebe, Institutionen usw. mit Ausrüstungen, Rohstoffen, Hilfsmaterialien u. a.) erreicht werden.

Das Grundproblem der DDR-Volkswirtschaft wurde mit den oben genannten „Störfaktoren“ nicht erfasst. Die Kritik an wirtschaftlichen Missständen wurde nur auf Einzelercheinungen bezogen und nicht mit Fragen nach der Sinnfälligkeit der Wirtschaftstheorie verknüpft.

Geht man weiter in der Fragestellung nach den Ursachen der Versorgungsprobleme, so gelangt man an einen Punkt, an dem zu klären gilt, ob die Grundlage dieses Planungssystems, die Marx'sche Arbeitswerttheorie, die wirklichen Verhältnisse und Prozesse in der Volkswirtschaft hinreichend genau erfasst und widerspiegelt. Nach Auffassung des Autors tut sie das nicht.

Die Marx'sche Arbeitswerttheorie – zu abstrakt für die konkrete Wirtschaftssteuerung

Marx stand in seiner Zeit nicht vor der Aufgabe, mit der Arbeitswerttheorie ein Steuerungsmittel für die Wirtschaft eines Staates auszuarbeiten. Für ihn stand vielmehr das Problem im Fokus, die wesentlichen politökonomischen Erscheinungen der Gesellschaft zu erklären und so anschaulich wie möglich darzulegen.

Dazu konnte und musste er von vielen Einzelprozessen und -bedingungen abstrahieren. So gelang es ihm, eine Theorie zu schaffen, die die Mehrwert- und Profitbildung und vieles andere erklärt und die dabei sehr gut verständlich ist.

Was aber nicht möglich ist und von Marx ganz sicher auch nicht in dieser direkten Art vorgesehen war, ist die Nutzung dieser über starke Abstraktion gewonnenen grundlegenden Erkenntnisse seiner Werttheorie für die Steuerung konkreter wirtschaftlicher Prozesse.

Die Marx'sche Arbeitswerttheorie – Loslösung des Wertes vom Bewusstsein

Der Hauptgrund dafür, dass die typische Interpretation der Marx'schen Arbeitswerttheorie nicht zur Steuerung ökonomischer Prozesse genutzt werden kann, liegt in der Loslösung des Wertes als gesellschaftliches Verhältnis vom menschlichen Bewusstsein.

Damit wird die vom Wesen her dynamische und interaktive Existenzform des Wertes in eine statische und in sich selbst ruhende Größe verwandelt und diese als passives Residuum menschlicher Arbeit in Gegenstände hineingezwängt.

Marx war sich dieses Problems bewusst und sprach nicht von produktiver, sondern von gesellschaftlich nützlicher Arbeit als wertbildendem Faktor. Er sah die Konsumtion als Kriterium für die Nützlichkeit der geleisteten Arbeit an: „Andererseits ist das

Bedürfnis die ideelle Ursache und die Konsumtion das Kriterium für die Nützlichkeit der Produktion.“ [1]. Die Bedeutung des Bewusstseins erwähnte er aber nicht in diesem Zusammenhang. Das hätte in seiner Zeit möglicherweise ein Abgleiten in den Idealismus bedeutet.

Der Wert wird als eine vor allem aufwandsabhängige Größe betrachtet. Der gesellschaftliche Nutzen der in den Waren vergegenständlichten Arbeit erscheint als zweitrangiger Faktor.

Die mechanistische, einseitig aufwandslastige Arbeitswertauffassung muss ergänzt werden um den Faktor Nützlichkeit. In den folgenden Thesen wird dieser Schritt gegangen und der Arbeitswert kann damit als wirkliches gesellschaftliches Verhältnis beschrieben werden.

Thesen zur Arbeitswerttheorie¹

1. Wert ist ein gesellschaftliches Verhältnis.
2. Wert existiert nur in Verbindung mit dem Bewusstsein.
3. Wert basiert auf Bedürfnissen der Tauschpartner nach bestimmten Objekten der Umwelt – den Wertobjekten.
4. Bei der Ausprägung insbesondere der ökonomisch relevanten Bedürfnisse im Bewusstsein wichten die Menschen notwendigerweise. Die Wichtung erfolgt aufgrund der begrenzten menschlichen Möglichkeiten im gesellschaftlichen und natürlichen Umfeld, durch begrenzte Ressourcen sowie durch die begrenzten Fähigkeiten und Fertigkeiten der Menschen selbst.
5. Wert ist ein gesellschaftlich determiniertes und individuell beeinflusstes Verhältnis zwischen Tauschpartnern. Er wird innerhalb eines Wertverhältnisses für den Tauschprozess gebildet. Das gesellschaftliche Verhältnis Wert basiert auf Bedürfnissen nach Gütern, die durch Tausch aus dem Eigentum des einen Tauschpartners in das Eigentum des anderen Tauschpartners überführt werden. Wert beruht auf der gegenseitigen Anerkennung der Äquivalenz der ökonomischen Wertattribute der Tauschobjekte.
6. Wertobjekte und Wertäquivalente (meistens Geld) erscheinen im Ereignisfeld einander immer gleich groß gegenübergestellt.
7. Mit der Entwicklung und Entfaltung von Arbeitsteilung, Kommunikation und Handel können in der Gesellschaft relativ stabile gewichtete Beziehungsstärken zu Wertobjekten als Durchschnittsgrößen herausgebildet werden. Diese wiederum führen zu relativ stabilen Wertverhältnissen zwischen den Tauschpartnern.
8. Der Marx'sche Wertbegriff beschreibt in etwa einen Spezialfall eines allgemeinen Arbeitswertbegriffes. Seine Ableitung entsprach dem fortgeschrittensten Erkenntnisstand des 19. Jahrhunderts, ist aber zur Steuerung von ökonomischen Prozessen und Verhältnissen nicht hinreichend realitätsabbildend.
9. Wertobjekte (nach der gängigen Wertauffassung „Werte“) können durch menschliche und maschinelle Arbeit geschaffen werden, und zwar sowohl durch die sogenannte „produktive“ als auch durch die sogenannte „nicht-produktive“ Arbeit.
10. Unter bestimmten gesellschaftlichen und natürlichen Bedingungen werden auch nicht durch Menschen geschaffene Objekte in die ökonomischen Prozesse als Wertobjekte einbezogen. Das geschieht über das Bewusstsein und in Verbindung mit dem gesamten gesellschaftlichen Arbeits- und Austauschprozess.
11. Eine Wertbeziehung im ökonomischen Sinne basiert nicht direkt auf den gewichteten Bedürfnissen nach den Wertobjekten, sondern auf den gewichteten Bedürfnissen nach den umfassender zu sehenden Bedürfnisbefriedigungskomplexen.

¹ Thesen zur Arbeitswerttheorie
Die hier dargestellten Thesen sind teilweise „übliche“ Ansichten zur Arbeitswerttheorie („Wert ist ein gesellschaftliches Verhältnis“), zum großen Teil aber von mir aufgestellt. Diese sollen in dem vorliegenden Buch erläutert und begründet werden.

12. Der Markt ist nicht Realisierungspunkt von angebotenen Werten, sondern der eigentliche Ort der Wertbildung². Das Was und das Wie aller Angebote auf dem Markt muss durch Menschen im jeweiligen gesellschaftlichen (und natürlichen) Kontext geplant werden. Der Markt denkt nicht und der Markt lenkt nicht.

2 Wertbildung

Im hier gemeinten Sinne ist die Wertbildung nicht identisch mit der Bildung der Grundlagen / Voraussetzungen, d. h. der Bezugspunkte des Wertes.

Zu These 1: Wert ist ein gesellschaftliches Verhältnis.

Es steht außer Frage, dass Wert ein gesellschaftliches Verhältnis ist. Friedrich Engels sagt: „Die Ökonomie handelt nicht von Dingen, sondern von Verhältnissen zwischen Personen und in letzter Instanz zwischen Klassen; diese Verhältnisse sind aber stets an Dinge gebunden und erscheinen als Dinge.“ [2]

Die folgenden zwei Aspekte sollen hervorgehoben werden:

1. Gesellschaftliche Verhältnisse entstehen mit den Beziehungen, die die Menschen untereinander eingehen.

Gesellschaftliche Verhältnisse sind an die Menschen gebunden. Gesellschaftliche Verhältnisse können entfremdet vom Menschen, also objektiv, erscheinen. Ihrem Wesen nach sind sie aber an das menschliche Bewusstsein gekoppelt – wie ein Haus an das Material, aus dem es besteht. Im Philosophischen Wörterbuch, Bd. 1, lesen wir: „Die gesellschaftlichen Verhältnisse können nicht von den praktisch handelnden Menschen getrennt werden. Indem die Menschen materielle Güter produzieren und sich auf allen Gebieten des Lebens zueinander verhalten, erzeugen sie auch ihre gesellschaftlichen Verhältnisse. Diese sind jedoch nicht passive Erzeugnisse der praktischen menschlichen Tätigkeit. Sie sind zugleich deren Produkt und Voraussetzung; die gesellschaftlichen Verhältnisse sind notwendige Formen, in denen sich die praktische menschliche Tätigkeit vollzieht, und sie bestimmen deren Richtung, Tempo und Charakter. Folglich sind alle Auffassungen, die den gesellschaftlichen Verhältnissen eine von den Menschen und der menschlichen Tätigkeit unabhängige Existenz zuschreiben, ... von vornherein verfehlt.“ [3]

Wenn der Wert als ökonomische Kategorie ein gesellschaftliches Verhältnis darstellt, dann müssen notwendigerweise sämtliche Merkmale, die das Wesen eines gesellschaftlichen Verhältnisses ausmachen, auch auf den Wert zutreffen:

Wert ist ein Element der Gesamtheit der gesellschaftlichen Verhältnisse.

2. Die ökonomische Entwicklung ist Bestandteil der geschichtlichen Entwicklung der Menschheit.

Gesellschaftliche Verhältnisse existieren in vielen Einzelverhältnissen

Die ökonomischen Momente sind als Bestandteile der gesellschaftlichen Entwicklung auch Teil der geschichtlichen Entwicklung. Denn die Ökonomie ist nur der abstrakte Begriff für eine Vielzahl gesellschaftlicher und damit geschichtsbestimmender Bedingungen, Verhältnisse und Prozesse im wirtschaftlichen Bereich der Gesellschaft.

Zur geschichtlichen Entwicklung schreibt F. Engels weiter an J. Bloch:

„Zweitens aber macht sich die Geschichte so, dass das Endresultat stets aus den Konflikten vieler Einzelwillen hervorgeht, wovon jeder wieder durch eine Menge besonderer Lebensbedingungen zu dem gemacht wird, was er ist; es sind also unzählige einander durchkreuzende Kräfte, eine unendliche Gruppe von Kräfteparallelogrammen, daraus eine Resultante – das geschichtliche Ergebnis – hervorgeht, die selbst wieder als Produkt einer, als Ganzes, bewusstlos und willenlos wirkenden Macht angesehen werden kann. Denn was jeder einzelne will, wird von jedem anderen verhindert, und was herauskommt, ist etwas, das keiner gewollt hat. So verläuft die bisherige Geschichte nach Art eines Naturprozesses und ist auch wesentlich denselben Bewegungsgesetzen unterworfen. Aber daraus, dass die einzelnen Willen – von denen jeder das will, wozu ihn Körperkonstitution und äußere, in letzter Instanz ökonomische Umstände (entweder seine eigenen persönlichen oder allgemein-gesellschaftliche) treiben – nicht das Erreichen, was sie wollen, sondern zu einem Gesamtdurchschnitt, einer gemeinsamen Resultante verschmelzen, daraus darf doch nicht geschlossen werden, dass sie = 0 zu setzen sind. Im Gegenteil, jeder trägt zur Resultante bei und ist insofern in ihr einbezogen.“ [4]

Jeder trägt zur Resultante bei – dies gilt nach Engels für die geschichtlichen, d. h. für die gesellschaftlichen Prozesse. Denn Geschichte im hier gemeinten Sinne ist gesellschaftliche Geschichte, in der die Einzelbedingungen, -verhältnisse und -prozesse jeweils als durchschnittliche Größen – eben als Resultanten – wirksam werden. Konkret wirken aber nur die Einzelprozesse, -verhältnisse und -bedingungen. Diese erscheinen lediglich in der Gesamtheit als Durchschnitt, weil das Bewusstsein den Durchschnitt aus den Einzelteilen bildet.

Der Durchschnitt selbst wirkt nur in Ausnahmefällen direkt in der Realität, z. B. dann, wenn ein gesellschaftliches Verhältnis Wert etabliert wird, das nur mit sich selbst den Durchschnitt bildet. Das trifft u. a. auf die Wertbildung bei der Auktion von einmaligen Kunstwerken zu.

Gilt aber die oben getroffene Aussage, dass jeder zur Resultante beiträgt, für die gesellschaftlichen Verhältnisse, so gilt sie notwendigerweise ebenso für den Wert als ökonomische Kategorie. Denn der Wert ist ein gesellschaftliches Verhältnis, das zwischen Menschen wirkt. Damit sind Bewusstseinsprozesse am Wert beteiligt. Wert hat folglich ideelle Anteile.

Da der Wert zwischen(!) den Menschen wirkt, muss er auch einen Anteil besitzen, der über die ideellen Bereiche dieser Menschen hinausragt und als gesellschaftliches Element auf der gesellschaftlichen Ebene wirkt. Dieser Anteil des Wertes ist ein objektiver Anteil. Er wirkt zwar nicht unabhängig von den Bewusstseinsprozessen, aber außerhalb dieser, also objektiv.

Der durchschnittliche Wert wiederum kann somit nicht als solcher existieren, sondern er wird von den Menschen aus allen jeweils relevanten Einzelwertbeziehungen ermittelt.

Zu These 2: Wert existiert nur in Verbindung mit dem menschlichen Bewusstsein.

Die in dieser These formulierte Aussage ergibt sich zwangsläufig, wenn man den Wert als ein gesellschaftliches Verhältnis definiert.

Wert ist an das Bewusstsein geknüpft

Ein Wertbegriff, mit dem der Wert außerhalb und unabhängig vom Bewusstsein erklärt wird, ist letztendlich ein idealistischer Wertbegriff.

Mit einer solchen Auffassung könnte ein „Wert an sich“ beschrieben werden. Ein vom Bewusstsein überhaupt und damit letztendlich vom Bewusstsein des Einzelnen unabhängiger Wert könnte und müsste auch unabhängig von den gesellschaftlichen Verhältnissen existieren. Er wäre damit unabhängig vom Menschen – der Mensch als Träger des Bewusstseins und der gesellschaftlichen Verhältnisse gesehen. Doch ein solcher Wertbegriff ist unvereinbar mit einer nicht-idealistischen Weltanschauung (Bild 2: Wert – ist dessen objektive Existenz möglich?; vgl. [3]).

Wert wirkt nur zwischen Menschen

Wert wirkt nur – und kann nur wirken – zwischen Menschen und nicht zwischen Menschen und Gegenständen, nicht nur zwischen Gegenständen oder gar nur in Gegenständen (Bild 2).

Wert und relative Nützlichkeit

Die Abhängigkeit des Wertes vom Bewusstsein tritt u. a. auch dadurch deutlich in Erscheinung, dass ein wesentliches Element des Wertes die relative Nützlichkeit des Wertobjektes (nach geltendem Arbeitswertverständnis die Nützlichkeit der Ware) ist. Karl Marx schreibt: „... Endlich kann kein Ding Wert sein, ohne Gebrauchsgegenstand zu sein. Ist es nutzlos, so ist auch die in ihm enthaltene Arbeit nutzlos, zählt nicht als Arbeit und bildet daher keinen Wert.“ [5]

Die relative Nützlichkeit des Wert- oder Tauschobjektes muss gesellschaftlich relevant wirken. Sie kann nicht durch individuelle Vorstellungen wie „besonders wertvoll“ o. ä. zum Ausdruck gebracht werden. Gesellschaftlich relevant wird die relative Nützlichkeit beim Tausch durch Abgabe eines Äquivalents geäußert. Der Käufer gibt ein Wertäquivalent als Gegenleistung für den Erwerb der Ware ab.

Die Nützlichkeit des Wertobjektes ist relativ, weil eine absolute Nützlichkeit bei sehr vielen potenziellen Wertobjekten gegeben ist, von denen viele aber trotzdem nicht ökonomisch ausgetauscht werden. Beispielsweise wird bei vielen „Ladenhütern“ eine absolute Nützlichkeit gegeben sein. So kann ein Radio Radiosender empfangen und über die Lautsprecher wiedergeben. Doch wenn das Radio nicht gekauft wird, weil es z. B. nur Lang- und Mittelwellensender empfängt, dann ist es zwar absolut nützlich, eben zum Empfang von Lang- und Mittelwellensendern. Aber wenn das niemand hören will oder

im Ereignisfeld (der für die entsprechenden ökonomischen Prozesse relevanten Umgebung) solche Sender nicht mehr zu empfangen sind und deswegen kein Äquivalent zum Tausch bereitgestellt wird, dann ist solch ein Objekt, bezogen auf die für den Kauf relevanten Bedürfnisse, relativ nicht nützlich.

Definition und Begriffserklärung Wertobjekt

Als Wertobjekte werden in dieser Arbeit u. a. die Objekte bezeichnet, die herkömmlich als „Waren“ beschrieben werden. Kennzeichen der Waren ist, dass sie vergegenständlichte, gesellschaftlich nützliche Arbeit enthalten und im ökonomischen Sinne ausgetauscht werden. Der Begriff „Wertobjekt“ geht aber über den Umfang der Ware hinaus.

Wertobjekte sind die von Menschen oder / und Maschinen bearbeiteten Gegenstände sowie Aktivitäten, Ideen oder auch bestimmte von der Natur geschaffene Güter, die dem ökonomischen Austausch unterliegen. Dazu müssen die Wertobjekte hinreichend nützlich sein, aber nicht nur das.

Die Wertobjekte unterliegen dem ökonomischen Austausch, weil die Bedürfnisse nach diesen hinreichend stark für das Streben nach deren Aneignung sind. Doch hinreichend starke Bedürfnisse zur Aneignung sind nicht das einzige weitere Kriterium für Wertobjekte. Wertobjekte sind im Ereignisfeld im geringeren Maße vorhanden als die darauf gerichteten Bedürfnisse.

Die Ursache der Verknappung bei bearbeiteten Gegenständen liegt vor allem darin begründet, dass für die Bereitstellung dieser Objekte, Ideen und Aktivitäten bezahlte Arbeit aufgewendet werden muss. Bezahlte Arbeitsplätze sind nicht frei verfügbar, erst Recht nicht die damit erzielten Arbeitsergebnisse.

Eine weitere Ursache der Verknappung ist bei bestimmten Naturgütern die gegenüber den Bedürfnissen eingeschränkte Möglichkeit zu ihrer Gewinnung. Dazu zählen auch eingeschränkte Möglichkeiten, diese Naturgüter zu erreichen, insbesondere aufgrund von Eigentumsrechten an Grund und Boden.

In solchen Fällen können diese Objekte, Ideen, Aktivitäten und bestimmte Naturgüter nur angeeignet werden, indem Gegenleistungen dafür erbracht werden.

Die Notwendigkeit, Gegenleistungen zu erbringen, basiert auf dem Eigentum an Wertobjekten, Grund und Boden, Produktionsmitteln usw. Ohne Eigentum (oder Pacht) wäre es nicht notwendig, Gegenleistungen für irgendetwas zu erbringen. Ausnahmen wären in einem solchen Fall Situationen, in denen Gegenstände etc. unerlaubt physisch entwendet würden. Doch solche Ausnahmen haben enge Grenzen...

Der ökonomische Austausch hat sich als günstige Variante der Verteilung knapper Ressourcen durchgesetzt. Er beinhaltet, dass die Tauschpartner auf hinreichende Wertäquivalenz der zu tauschenden Wertobjekte (Waren) achten müssen.

An der Bereitstellung der Wertobjekte waren Arbeitskräfte beteiligt. Grundlage für die Äquivalenzfindung der auszutauschenden Wertobjekte sind die von diesen Arbeitskräften durch den Verkauf ihrer Arbeitskraft erworbenen Anrechte auf Wertäquivalenz für den Einsatz ihrer Arbeitskraft. Diese Anrechte auf Wertäquivalenz sind Anrechte auf Wertobjekte, d. h. auf dem ökonomischen Austausch unterliegende Objekte, Aktivitäten und Ideen. Diese Anrechte auf Wertobjekte entsprechen wiederum gesellschaftlich anerkannten Anrechten auf Anteile an allen dem Austausch unterliegenden Objekten, Aktivitäten und Ideen. Die Anrechte auf die dem ökonomischen Austausch

unterliegenden Objekte, Aktivitäten und Ideen werden vom Grundsatz her abgeleitet aus den Werten der Arbeitskräfte. Es kommen aber weitere gesellschaftliche Kriterien hinzu, wie z. B. das Eigentum an Boden, in der Vergangenheit verkaufte Arbeitskraft (Rente) oder Machtverhältnisse. Ebenso können von der Gesellschaft nicht akzeptierte Verhaltensweisen das Anrecht auf ökonomisch zu Verteilendes mitbestimmen.

Die Werte von Wertobjekten sind vom Grundsatz her vor allem relevant für den ökonomischen Austausch. Sekundäre Bezüge wie z. B. Abschreibungen und Steuern werden davon abgeleitet. Richtlinien für die Wertgrößen der Wertobjekte beim Verkauf sind die Arbeitsaufwendungen, d. h. die Werte der Arbeitskräfte, die an der Bereitstellung der Wertobjekte beteiligt waren, sind oder sein werden – je nach Situation bei den Wertobjekten – plus die erwarteten Mehrwerte.

Wertobjekte sind dadurch gekennzeichnet, dass für deren Bezug jeweils eine Gegenleistung als Äquivalent abgegeben werden muss. Die Äquivalente können Stellvertreter-Wertobjekte, d. h. Geld, andere Objekte, direkte Arbeitsleistungen, andere Aktivitäten oder Ideen sein. Mit der Abgabe von Äquivalenten anerkennen die Käufer die Nützlichkeit der angestrebten Wertobjekte im ökonomischen Sinne.

Wert gibt es nur in der Einheit von Wertobjekt und Wertäquivalent. Einen Wert in einem für sich stehenden Objekt kann es nicht geben. Die Nützlichkeit der Wertobjekte muss auf der gesellschaftlichen Ebene anerkannt werden. Das entspricht der Einheit von Wert und Wertäquivalent. Daraus folgt, dass die auszutauschenden Wertobjekte und Stellvertreter-Wertobjekte (Geld) so lange nur potenzielle Wertobjekte bzw. Stellvertreter-Wertobjekte sind, wie die Tauschpartner aus ihnen noch keine Einheit in einem gesellschaftlichen Verhältnis Wert gebildet haben.

Wert ist keine Singularität. Ein Wertobjekt kann nur zusammen mit einem anderen Wertobjekt (oder dessen Stellvertreter) als solches existieren. Marx hat das erkannt: „Demgemäß beschreibt Marx die Wertgegenständlichkeit der Waren als „phantasmagorische Form“ (Das Kapital, MEW 23,86) oder bloß „gespenstige Gegenständlichkeit“ (a.a.O., S. 52). Das erwähnte Verhältnis ist das Verhältnis einer Ware zu einer anderen Ware, mit der sie ausgetauscht wird, bzw. allgemein gesprochen das Verhältnis einer Ware zu einer bestimmten Menge Geld, gegen das sie getauscht wird. Der Wert wird erst im Austausch der Waren konstituiert.“ [6] und „Ein Arbeitsprodukt, für sich isoliert betrachtet, ist also nicht Wert, so wenig wie es Ware ist. Es wird nur Wert, in seiner Einheit mit andrem Arbeitsprodukt, oder in dem Verhältniß, worin die verschiedenen Arbeitsprodukte, als Krystalle derselben Einheit, der menschlichen Arbeit, einander gleichgesetzt sind.“ [7]. Ohne diesen Gegenpart würde die notwendige Anerkennung der (relativen) Nützlichkeit auf gesellschaftlicher Ebene fehlen. Außerdem spricht der Grundgedanke, dass ein Wertverhältnis ein gesellschaftliches Verhältnis ist, dagegen. Ein gesellschaftliches Verhältnis kann keine Solo-Darbietung sein.

Auch wenn der Wert als zumindest basierend auf einem bestimmten Bedürfnis gesehen wird, würde erklärbar sein, dass der Wert als ökonomische Größe einen Gegenpart braucht. Denn ein einseitiges Bedürfnis, ohne Erwidern, wäre nicht quantifizierbar auf der gesellschaftlichen Ebene. Es könnte jede beliebige Größe annehmen. Damit könnte es nicht sinnvoll in ökonomische Prozesse einbezogen werden. Vor allem wäre ein einseitiges Bedürfnis nicht mit einem Tausch verbunden. Doch der Tausch ist grundlegend für ein gesellschaftliches Wertverhältnis.

Wertobjekte in den verschiedenen Formen

Ein stoffliches Wertobjekt könnte ein typisches Endverbraucherprodukt wie eine Espressomaschine sein. Eine Aktivität als Wertobjekt könnte eine Theateraufführung sein. Beispiele für Wertobjekte in Gestalt von Ideen wären Bücher oder ein Patent. Bei Kunstwerken wären die Ideen zusätzlich verbunden mit besonderen Fertigkeiten der Künstler. Beispiele für Naturprodukte als Wertobjekte sind Gold, Erdöl und seltene Erden.

Arbeit steckt in allen Wertobjekten. Ob die Arbeit von Menschen, Maschinen oder der Natur eingebracht wird, ist nicht relevant für den Fakt, ob diese Wertobjekte dem ökonomischen Austausch unterliegen oder nicht. Die Art der Arbeit und die relative Nützlichkeit sowie die Art und Qualität der Arbeitsergebnisse sind relevant für die zu erwartende Gegenleistung. Die Arbeitsaufwendungen an Energie (in verschiedenen Formen) und Zeit für Mensch und Maschine liefern nur Richtwerte für die Bewertung der Ergebnisse. Die Aufwendungen zur Bereitstellung (einschließlich Herstellung) von Wertobjekten werden bei deren Bewertung in die Betrachtungen mit einbezogen. Doch entscheidend für den Wert ist die Art und Qualität des Ergebnisses. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um stoffliche Wertobjekte, um Aktivitäten wie Konzerte oder um Ideen wie Patente handelt.

Bei Naturprodukten sind weitere Kriterien zur Wertermittlung als nur die Aufwendungen der Natur zur Bereitstellung wichtig (Die Aufwendungen finden ihre Entsprechungen in etwa in der Seltenheit dieser Naturprodukte, aber eben nur „in etwa“). Zu den weiteren Kriterien zählen Erreichbarkeit, Gewinnungsmöglichkeiten, Reinheit, Gefahren im Umgang mit ihnen u. a.

Noch einmal relative Nützlichkeit

Die relative Nützlichkeit wird nur(!) dadurch geäußert, dass für den Erwerb des entsprechenden Wertobjektes ein Wertäquivalent abgegeben wird. Damit wird der Bedarf im ökonomischen Sinne gesellschaftlich relevant zum Ausdruck gebracht. In einigen Fällen reicht die Bereitstellung³ eines Äquivalents. Mit der Übergabe eines Wertäquivalents bei Entgegennahme des gewünschten Wertobjektes wird der ökonomische Austausch auf der gesellschaftlichen Ebene realisiert. Damit wird das gesellschaftliche Verhältnis Wert aus den ideellen Bewusstseinsinhalten der Tauschpartner auf die gesellschaftliche Ebene überführt und zum Abschluss gebracht. Das Wertäquivalent ist im Allgemeinen ein Zahlungsmittel in Form von Geld.

Durch nichts anderes als durch die Abgabe eines Wertäquivalents wird der Bedarf im ökonomischen Sinne geäußert und nur mit der Abgabe eines Wertäquivalents als Gegenleistung erfolgt die Anerkennung der relativen Nützlichkeit des Zielobjektes im ökonomischen Sinn.

3 Bereitstellung eines Äquivalents – im Unterschied zur Abgabe eines solchen
Das ist mehr ein rechtliches Problem. Wenn mit einer verbindlichen Zusage ein Äquivalent bereitgestellt wird, aber noch kein Tausch erfolgt, dann könnten durchaus Storno-Gebühren anfallen, falls der potenzielle Käufer sich später anders entscheiden sollte. Damit wäre zumindest ein Teil des Erwartungswertes der Gegenleistung, den der Verkäufer mit dem Verkauf anstrebt, für ihn realisiert. Im Umfang der Storno-Gebühren hätte er eine gesellschaftlich relevante Anerkennung eines Teils des Wertes seines Wertobjektes, sogar ohne dieses abzugeben. Der potenzielle Käufer anerkennt damit die Reservierung des Wertobjektes nur für ihn als „relativ nützlich“.

Ideell kann die Nützlichkeit diverser Objekte mit anerkennenden Worten o. ä. zum Ausdruck gebracht werden. Für den ökonomischen Bereich der Gesellschaft sind solche Ausdrucksformen aber nicht unmittelbar relevant.

Wert und Bewusstsein

Der für das gesellschaftliche Verhältnis Wert notwendige Bedarf wiederum kann nur(!) über das Bewusstsein herausgebildet und zur Wirkung gebracht werden. Denn weder der menschliche Körper – ohne die Nutzung des Bewusstseins – noch irgendwelche Gegenstände können Bedarf im ökonomischen Sinne äußern.

Somit ist der Wert nicht allein abhängig von den objektiven Existenzformen der Bezugsobjekte, Bezugsaktivitäten oder Bezugsideen des Wertes (Wertobjekte in Form von Objekten, Aktivitäten und Ideen), wenn diese auch, ohne Frage, wesentliche Einflussgrößen im Prozess der Wertdetermination darstellen. Der Wert ist ebenfalls wesentlich abhängig vom Bewusstsein. Das kann bei einem gesellschaftlichen Verhältnis gar nicht anders sein. Ein gesellschaftliches Verhältnis ohne wesentlichen Einfluss des Bewusstseins, das auch als Grundlage der menschlichen Gesellschaft fungiert – das wäre ein sehr schleierhaftes gesellschaftliches Verhältnis.

Bleibt dem Bewusstsein die Nützlichkeit eines Wertobjektes verborgen oder wird diese aus anderen Gründen nicht akzeptiert, dann wird kein Wertverhältnis bezüglich des betreffenden potenziellen Wertobjektes zustande kommen – das (€) Wertobjekt „hätte keinen Wert“ im ökonomischen Sinne.

Umgekehrt kann das Bewusstsein auch eine hinreichende Nützlichkeit erkennen, obwohl diese nicht wirklich gegeben ist, z. B. durch intensive Werbung verursacht. Wenn aufgrund dieser falschen Erkenntnis Geld für den Eintausch des Produkts bereitgestellt wird, erfolgt damit die Anerkennung der Nützlichkeit dieses Produkts im ökonomischen Sinne. Der Austausch Wertobjekt gegen Geld kann daraufhin erfolgen.

Doch ohne das Bewusstsein wird kein gesellschaftliches Verhältnis Wert aufgebaut werden können, da weder Objekte noch Prozesse ohne Bewusstsein eine Nützlichkeit von Wertobjekten erkennen und Zahlungsmittel als Wertäquivalente für deren Erwerb dafür abgeben können. Der russische Wirtschaftswissenschaftler L. A. Mikeschina schreibt: „Mittlerweile hat sich die Auffassung mehr oder weniger durchgesetzt, dass die Wertbeziehung eine Einheit von Subjektivem und Objektivem ist; doch die Abgrenzung beider Momente erfolgt in der Regel ganz formal: Dem Subjekt wird die Wertung zugeordnet und dem Objekt der Wert. Offenbar muss diese Auffassung weiter präzisiert werden, denn jene Scheidelinie verläuft nicht zwischen dem Subjekt und dem Objekt der Wertbeziehung, sondern geht durch beide hindurch. ... Wir können daher nicht dem kategorischen Urteil zustimmen, der Wert sei objektiv, die Wertung dagegen immer subjektiv.“ [8]

Ausnahmen gibt es scheinbar vor allem in der Finanzwelt. Damit sind Softwareprogramme gemeint, die für spezielle Käufe und Verkäufe zuständig sind und dafür selbständig agieren: „Im sogenannten Hochfrequenz-Handel HFT kaufen oder verkaufen Computerprogramme auf Grundlage komplizierter mathematischer Algorithmen innerhalb einer Sekunde Tausende Male Wertpapiere.“ [9]; und „In Deutschland erledigen automatisierte Handelssysteme bereits rund die Hälfte aller Aktiengeschäfte, in Tokio rund drei Viertel aller Aufträge.“ [10]

Doch auch in solchen Fällen gehen die ursprüngliche Initiierung, die Hauptsteuerung und ebenso deren die Nutzung nicht von den Maschinen aus. Diese Prozesse erfassen lediglich bestimmte Kriterien für den Ankauf oder Verkauf schneller und mit weniger Fehlern behaftet als die Menschen. Noch geben Menschen solche Kriterien vor. Es sind Hilfsprozesse und keine eigenverantwortlich handelnden Vorgänge. Dass Objekte und Prozesse ohne Bewusstsein weder direktes noch indirektes Eigentum an Geld und anderen Objekten noch Stellvertreterrollen als solche Eigentümer haben können, kommt hinzu.

Wert und Eigentum

Wert ist an Eigentum geknüpft und Eigentum wiederum an das menschliche Bewusstsein. Als stoffliches Objekt existiert Eigentum unabhängig vom Menschen. Bei Aktivitäten wie künstlerischen Aufführungen existiert das Eigentum in Verbindung mit den Menschen. Bei Ideen usw. ist jedoch wenigstens ein Bewusstsein der „Aufbewahrungsort“ des Eigentums. Aber als Eigentum existieren Wertobjekte immer nur in Verbindung mit dem Bewusstsein, denn Eigentum ist eine gesellschaftsbasierte Größe. Das Eigentum wird als solches durch die Gesellschaft geschützt und nicht durch die Natur. Für die Welt außerhalb der Gesellschaft, und damit für die Welt außerhalb von menschlichem Bewusstsein, gibt es kein Eigentum.

Eigentum und Wert gehören zusammen, denn ohne Eigentum würde der Wert als gesellschaftliches Verhältnis keinen Sinn ergeben.

Auch aus den letzten Gedankengängen folgt, dass ein Wertverhältnis als solches nicht außerhalb und unabhängig vom Bewusstsein existieren kann (vgl. [1], [5]). Eine „Wertvariante“, bei welcher der Wert zwar abhängig vom Bewusstsein wäre, aber trotzdem außerhalb des Bewusstseins existieren würde, dürfte ein unmögliches Konstrukt sein.

Ein solches Gebilde könnte man sich in der Art vorstellen, dass das Bewusstsein einen Wert in ein Objekt wie ein E-Bike hineindenkt, ihn darin vergegenständlicht sieht. Doch ein solches wertvolles E-Bike wird kein gesellschaftliches Verhältnis aufbauen können, weder eines mit noch eines ohne Wert. Der Wert in solch einem Objekt wäre folglich nur ein von einem Bewusstsein gedachter virtueller Wert – ohne jegliche gesellschaftliche Relevanz. Außerdem könnte auf diesem Wege nicht erklärt werden, warum solch ein Fahrrad einmal für € 2500 und ein anderes Mal nur für € 2100 verkauft werden kann. Hier wäre zwar der Einwand denkbar, dass damit der Tauschwert, aber nicht der Wert zum Ausdruck gebracht würde. Doch was wäre Wert ohne gesellschaftliche Relevanz, ohne dass dieser gesellschaftlich anerkannt würde durch Abgabe einer entsprechenden Gegenleistung? Was soll ein Wert ohne Gegenstück? Er würde letztendlich für sich allein existieren, als ein „Wert an sich“, aber nicht als gesellschaftliches Verhältnis. Solch ein ideeller Wert wäre nicht Gegenstand der Arbeitswerttheorie.

Oder ein anderer Gedankengang: Das E-Bike würde 10 Jahre lang im Geschäft ausgestellt werden, an ihm würde inhaltlich nichts verändert werden (Reifen und Akku könnten vom Preis abgezogen werden). Doch es würde immer mehr Wert aus dem Rad entschwinden – ganz ohne stoffliche Änderung. Auch aus diesem Grund erscheint es sehr unwahrscheinlich, dass der Wert in diesem Gegenstand vergegenständlicht sein sollte. Obwohl das Rad stofflich praktisch nicht altert, altert es doch im gesellschaftli-

chen Kontext, da bessere Produkte, die mehr können, inzwischen auf den Markt kommen. Damit werden die Bedürfnisse nach dem alten Rad von den Zahlen und den Bedürfnissen her sinken und damit dessen Wert, denn es könnte nicht mehr zum alten Preis verkauft werden.

Dies geschieht infolge dessen, dass der Wert im Bewusstsein aufgebaut und auf das Bike bezogen, d. h. mit diesem verknüpft wird.

Das Bewusstsein ist der Träger der Werte. Die Objekte, auf welche die Werte bezogen werden, sind die Bezugspunkte derselben. Diese Bezugspunkte sind keine „Werte“ im eigentlichen ökonomischen Sinne.

Um als Bezugspunkte von gesellschaftlichen Wertverhältnissen fungieren zu können, müssen diese Objekte bestimmten Bedingungen genügen (vgl. These 3).

Wichtige Merkmale des Wertes

Das Wesen des Wertes wird deutlich, wenn der Wert

1. als im menschlichen Bewusstsein herausgebildet und
2. als gesellschaftliches Verhältnis zwischen Menschen gesehen wird.

Wertverhältnisse wirken konkret zwischen Tauschpartnern. Sie werden von den Tauschpartnern innerhalb dieser Wertverhältnisse auf bestimmte Objekte, Aktivitäten oder Ideen bezogen – eben auf die Wertobjekte, welche im Rahmen der Wertverhältnisse ausgetauscht werden sollen. Durch diese (zunächst potenziellen) Wertobjekte werden Wertverhältnisse überhaupt erst herausgebildet und determiniert. In diese Wertbildungsprozesse werden aber auch viele andere Faktoren einbezogen, die z. T. nicht direkt an die aktuell relevanten Wertobjekte gekoppelt sind, z. B. andere Wertobjekte, notwendige Umfeldbedingungen für die aktuell zu tauschenden Objekte, Traditionen und Emotionen. Weiterhin zählen dazu wichtig erscheinende und notwendige Elemente im Umfeld der aktuell gehandelten Wertobjekte. So sind z. B. für Navigationsgeräte GPS-Satelliten-Sender notwendige Voraussetzungen. Zu solchen Elementen aus dem Umfeld gehören aber auch religiöse Anschauungen, politische und traditionsbedingte Sperren (Diskotheken in Saudi-Arabien) für bestimmte Wertobjekte usw.

Im Rahmen der Wertverhältnisse wirken folglich zusätzlich zu den Wertobjekten weitere, außerhalb des Bewusstseins existierende Objekte und andere, sowohl gesellschaftlich als auch natürlich geprägte Einflussgrößen auf den ökonomischen Austausch und somit auf den Wert selbst ein.

Das Wesen des Wertes

Die oben genannten Merkmale führen zum Wesen des Wertes – als quantitativ fassbare Widerspiegelung der gesellschaftlichen Beziehung zwischen den Tauschpartnern beim ökonomischen Austausch von Wertobjekten. Hervorgerufen wird die gesellschaftliche Beziehung zwischen den Tauschpartnern durch deren Bedürfnisse nach Gütern im Eigentum bzw. in der Verfügungsgewalt des Tauschpartners.

Zu These 3: Wert basiert auf Bedürfnissen der Tauschpartner nach bestimmten Objekten der Umwelt – den Wertobjekten.

Wie bereits dargelegt, existieren die Werte als gesellschaftliche Verhältnisse nicht außerhalb vom menschlichen Bewusstsein. Die Werte werden aber durch bestimmte Objekte, die außerhalb des Bewusstseins existieren, herausgebildet und determiniert. Auf solche Objekte wiederum bezieht menschliches Bewusstsein die Werte. Als Wertobjekte bilden sie die Bezugspunkte der Werte und damit auch die Bezugspunkte der Wertbeziehungen zwischen den Tauschpartnern in den Wertverhältnissen. Die Werte wiederum werden über Bewusstseinsprozesse den Wertobjekten als Wertattribute beigefügt.

Nach herkömmlicher Interpretation der Arbeitswerttheorie werden Werte in den Waren vergegenständlicht. Doch solche Vergegenständlichungs-Prozesse würden die Werte aus ihren gesellschaftlichen Verhältnissen herauslösen und in Gegenstände übertragen. Damit verlören die Werte ihre Eigenschaften als gesellschaftliche Verhältnisse, die zwischen Menschen wirken.

Elemente und Eigenschaften des Wertes

Um sowohl der Kategorie „gesellschaftliches Verhältnis“ (einem Verhältnis, das zwischen Menschen wirkt) als auch der Beziehungsfunktion zwischen dem Bewusstsein und den Wertobjekten gerecht werden zu können, muss der Wert bestimmten Anforderungen genügen:

- Der Wert muss als gesellschaftliches Verhältnis zwischen den jeweiligen Tauschpartnern wirken.
- Die Existenz des Wertes in Art und Form muss aus dem gesellschaftlichen Kontext heraus erklärbar sein.
- Der Wert muss die Relevanz für die ökonomischen Prozesse besitzen.
- Die Existenz des Wertes muss letztendlich aus dem Arbeitsprozess heraus erklärbar sein. Die Kopplung an den Arbeitsprozess kann dabei indirekt wirken, insbesondere bei Naturgütern.

- Der Wert muss vom Grundsatz her auf den gesellschaftlich anerkannten Ansprüchen auf Existenzmittel⁴ der an der Bereitstellung von Wertobjekten Beteiligten⁵ basieren, d. h. auf den Werten der Arbeitskräfte.
- Der Wert kann auf weiteren, ebenfalls gesellschaftlich begründeten Ansprüchen basieren. Dazu zählen Eigentums- und Pachtrechte an Grund und Boden sowie an Naturschätzen.
- Wert im ökonomischen Sinne kann nur in Verbindung mit dem Eigentum an Wertobjekten herausgebildet werden. Ab einer bestimmten Stufe der Entwicklung kann diese Aussage auf Eigentum an Stellvertreter-Wertobjekten – Geld und Ähnlichem – bezogen werden.
- In die Wertsumme von durch Arbeit erstellte und dann bereitgestellte Wertobjekte müssen die Werte aller Arbeitskräfte eingehen, die daran Anteil haben. Hinzu kommen die Werte der Produktionsmittel (Rohstoffe, Zuliefererzeugnisse, Werkzeuge und Maschinen, Kosten für Kommunikationsprovider usw., die letztendlich wieder Werte von Arbeitskräften und Rohstoffeigentümern widerspiegeln, welche vorgelagert an der betrachteten Wertobjektbereitstellung Anteil haben). Schließlich muss ein Mehrwert einfließen. Der Mehrwert sollte der Weiterentwicklung des Unternehmens dienen, der weiteren Qualifizierung aller an der Wertobjektbereitstellung Beteiligten, der Festigung und dem Ausbau der Teams und der Extra-Belohnung von Beteiligten. Der Anspruch auf Mehrwert wird anteilig für alle (ökonomisch relativ autark agierenden) Abschnitte der Produktbereitstellung in die Berechnung der erwarteten Werte der Produkte einfließen müssen⁶ – für Forschung und Entwicklung, Fertigung, Marketing, Logistik, Vertrieb und in bestimmtem Umfang für Service-Leistungen. Dass mit dem Mehrwert auch beachtlicher Missbrauch betrieben werden kann, dürfte außer Frage stehen.
- Der Wert selbst kann nicht rein objektiv, d. h. nicht völlig unabhängig vom Bewusstsein existieren.
- Objektiv existieren die Wertobjekte, auf die das gesellschaftliche Verhältnis bezogen wird. Bei Ideen u. Ä. trifft das zumindest auf einen der Tauschpartner zu.

4 Existenzmittel

Bei Marx erwerben die Arbeitskräfte durch den Verkauf ihrer Arbeitskraft ein Anrecht auf Gegenleistung, d.h. ein Anrecht auf Waren, die als Existenzmittel bezeichnet werden. Die Existenzmittel sollen den Arbeitskräften ermöglichen, ihre Arbeitskraft zu erhalten, zu verewigen und auszubauen. In dem hier vorliegenden Buch wird der Begriff Existenzmittel angewendet auf Wertobjekte. Wertobjekte können bearbeitete Objekte, Aktivitäten, Ideen usw. sein, die dem ökonomischen Austausch unterliegen.

5 ... der an der Bereitstellung von Wertobjekten Beteiligten ...

Hierin sind die unmittelbaren Produzenten eingeschlossen, aber auch diejenigen, die außerdem Anteil daran haben, dass ein Käufer ein Wertobjekt erwerben kann: Buchhalter, Firmensprecher, Logistiker, Wartungspersonal, Spezialisten für Werbung und Vertrieb, Rechtsanwälte, Security, Gebäudemanagement, Reinigungskräfte, Zulieferer u. v. a.

6 Mehrwert

Meistens wird vom Mehrwert nur im Zusammenhang mit der Herstellung von Produkten in einem Unternehmen gesprochen. Das ist ein wichtiger gesellschaftlicher Bereich, in dem Mehrwert generiert wird. Doch die Notwendigkeit, zumindest die Sinnfälligkeit der Generierung von Mehrwert gilt auch für andere gesellschaftliche Bereiche, sie könnte z. B. auch für eine Opernaufführung gelten. Die dafür notwendigen Bereitstellungsbereiche unterscheiden sich nur teilweise von denen, die bei der Produktion von stofflichen Produkten notwendig sind.