

# 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 beeinfluss- 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