

Ein Nachrichtenblatt

Nachrichten für Freunde der Anthroposophie und Mitglieder
der Anthroposophischen Gesellschaft

8. Jahrgang, Nr. 2

21. Januar 2018

Administration / Herausgabe Roland Tüscher, Kirsten Juel. Die Verantwortung für die Beiträge liegt bei den Autoren. © Alle Rechte vorbehalten.



Rudolf Steiner –
Luzifer (Entwurf)

«... nichts Geringeres haben diese Wesenheiten, die wir da nennen können die *Rebellen der dritten Hierarchie, ange richtet, als daß sie vorbereitet haben die eigene Selbstständigkeit des Menschen ... darum handelt es sich, daß Sie verstehen, daß die [luziferischen Angeloi] ... das, was sie dann taten, ... ihre Natur zu verleugnen ... nicht etwa getan haben, um zu lügen, sondern um der Entwicklung eines eigenen Lebens willen, aber mit dieser Entwicklung eines Eigenlebens mußten sie die Konsequenz auf sich nehmen, Geister der Unwahrheit, Geister der Verleugnung der eigenen Wesenheiten, Geister der Lüge mit anderen Worten, zu werden [...]» - Rudolf Steiner (GA 136, S. 98f.)*

INHALT

Zeitgeschehen	S. 1
Das Verhängnis von Egoismus und Irrationalität im Marktgeschehen Herbert Ludwig	
Entwicklungsrichtung	S. 5
„Was braucht Anthroposophie, um zukunftsfähig zu werden?“ Pamela Whitman	
Verwirrender Mythos	S. 8
Die verschiedenen Auffassungen der Grundsteinlegung José Garcia-Morales	
An die Mitglieder	S. 11
Brief von Rudolf Steiner, 13. Januar 1924 (Fortsetzung)	
Fabel	S. 12
Der mitfühlende Edelmann – Stephen E. Usher, Ph.D.	

Zeitgeschehen

Das Verhängnis von Egoismus und Irrationalität im Marktgeschehen

Herbert Ludwig

In der heutigen kapitalistischen Wirtschaft wird primär nicht produziert, um die realen Bedürfnisse der Menschen zu befriedigen, sondern um Profit zu machen und diesen unaufhörlich zu maximieren. Die Entscheidungen über Art und Umfang der Produktion haben sich weitgehend selbstständig und von den Grundbedürfnissen der Menschen immer weiter losgelöst. Da man nicht Art und Umfang des wirklichen Bedarfs ermittelt, wird vielfach aufgrund vager Absatzprognosen munter drauflos produziert, so dass es immer wieder zu gewaltigen Überproduktionen kommt.

Überproduktionen

Zu Ostern gab es z. B., wie jedes Jahr, überall Schoko-Osterhasen in dutzenden Variationen und sämtlichen Farben und Formen. Laut den Zahlen des Bundesverbands der Deutschen Süßwaren wurden zu Ostern 2017 über 200 Millionen Schokohasen produziert. Nach dem Verbrauchermagazin Servicezeit des „WDR“ wurde ein großer Teil davon aber gar nicht verkauft. Denn nach Ostermontag will sie niemand mehr. Supermärkte und Discounter versuchen es mit Rabatten: alle Oster-Artikel zum halben Preis. „Doch trotzdem bleibt nach den Feiertagen ein großer Teil der bunt verpackten Schokolade über. Kein Problem, viele Produkte sind schließlich ewig haltbar und können auch im nächsten Jahr noch verkauft werden – denken wir Kunden. Supermärkte und Discounter haben jedoch eine andere Sicht auf die Dinge: Was lagert, benötigt Platz. Was Platz benötigt, kostet Geld. Zu viel Geld. Für den Einzelhandel ist es meistens günstiger, überschüssige Osterware einfach wegzuschmeißen, anstatt sie ein Jahr lang aufzubewahren, um sie zum nächsten Osterfest zu verkaufen.“¹ Aber das wird natürlich einkalkuliert. Die Verschwendung muss der Kunde mit entsprechend erhöhten Preisen bezahlen.