



medianet
LEITARTIKEL

„Trickle-down“ und die Regenmacher

Dass der Trickle-down-Effekt auf deutsch Pferdeäpfel regnen lässt und ausgerechnet Reagans Chefberater den Begriff liebte, hätte uns stützig machen müssen.

SABINE BRETSCHNEIDER

Des Kaisers Bart Die sogenannte Trickle-down-Theorie besagt, banal erzählt, dass der Wohlstand der Reichen der Gesellschaft nützt, weil deren Geld nach und nach in die weniger begüterten Schichten durchsickert. Wie? Indem sie kaufen, konsumieren, investieren ... Allein die kaum mehr gebräuchliche, etwas weniger schicke deutsche Übersetzung hätte uns allerdings stützig machen müssen: „Pferdeäpfel-Theorie“ nennt sich das prognostizierte Tröpfeln des Füllhorns. Dass ausgerechnet Reagans Chefberater den „Trickle-down-effect“ im angloamerikanischen Raum salonfähig machte, hätte auch als schlechtes Omen gedeutet werden können. Zumindest für jene, die am Ende der Nahrungskette auf ihr Stück vom Pferdeäpfel warteten.

Die Kreation prägnanter Begriffe fiel den Anhängern der „Der Markt reguliert sich selbst“-Aphorismen immer leicht. Das „Null-Wachstum“ etwa kommt aus dieser rhetorischen Waffenschmiede, das „Freisetzen von Arbeitskräften“ oder die „menschlichen Ressourcen“. Nun, abgesehen von diesen horriblen

Euphemismen hat sich im Fall des Trickle-downs schlicht herausgestellt, dass es zwar ganz grundsätzlich funktioniert, aber nur in dem Maße, als auch im finsternen Feudalismus Anspruch auf patriliniale Almosen wie einen gewissen Schutz von Hütte, Grund und Boden bestand. Theoretisch zumindest.

„Die Tendenz, das jeweilige Regierungshandeln geritzt als ‚alternativlos‘ hinzustellen, zeugt von einer gefährlichen Missachtung des Souveräns“, schrieb die Welt vor drei Jahren in einem Artikel über die Refeudalisierung der Politik. Refeudalisierung in dem Sinne, als mittels geschicktem Lobbying

mediale Scheinöffentlichkeiten kreiert und Werbeclaims getrommelt werden, wo eine kritische Analyse gut täte.

Wo der Zusammenhang besteht zwischen dysfunktionaler Trickle-down-Theorie und der feudalen Gesellschaft? Nun, in beiden Fällen profitieren jene am einen Ende überproportional. In der Hoffnung auf die Brosamen derer ganz oben werden abenteuerlichste steuerliche Regelungen zugelassen, die noch fantasievollere Vermeidungskonstruktionen ermöglichen. Dann versiegt die einzige Quelle, die die Tröpfchen in geregelte Bahnen, in Schulen etwa und ins Gesundheitssystem regnen lassen könnte. 500 Milliarden Euro Privatvermögen haben die Österreicher – und wir diskutieren, ab welchem Neigungswinkel einem Kind die Zähne kostenfrei reguliert werden dürfen. Pferdeäpfel halt.



mail to
s.bretschneider
@medianet.at



ZITAT DES TAGES

Werbeweisheit von Leo Burnett
(Leo Burnett Worldwide)

Make it
simple. Make
it memorable.
Make it inviting
to look at. Make
it fun to read.



HEUTE IM
BUSINESS WEEKEND



„Entscheidend für den Standort Österreich ist die gute Infrastruktur in den Städten, die Lebensqualität und die rechtliche Sicherheit.“

C&P-GRÜNDER UND CEO
MARKUS RITTER, S. 26



„Bei der Einführung von E-Procurement geht es nicht um die Software, sondern um die gesamthafte Betrachtung.“

MARKUS SCHEIT,
E-PROCUREMENT-EXPERTE
BEI 42VIRTUAL, S. 32

Gastkommentar Zerstörerischer „Sozio-Kapitalismus“

Es zerreißt uns ...

Kein Licht am Ende des Tunnels Das zerreißt unsere Umwelt: Aktuell werden die ersten wissenschaftlichen Beweise dafür abgeliefert, dass Fracking die Erdbebenaktivität verstärkt. Dass Umweltsnden die Klimaprobleme vorantreiben, wird nur mehr von Konzern-Lobbys abgestritten. Vor allem in Asien und Afrika sterben mehr Menschen an den Folgen der von Menschen verursachten Umweltzerstörung denn je. Und auch in Mitteleuropa werden viel zu viele Grünflächen dem Wachstum geopfert.

Das zerreißt unser Verständnis: Wenn Fluggäste sterben müssen, weil sie ein mörderischer Pilot in den selbst eingeleiteten Absturz zwingt. Wenn in Afrika und Asien Menschen entfhrt, vergewaltigt und getötet werden, weil sie gegnerischen Gruppen zugeordnet werden oder keine Propheten-Texte auftragen können. Wenn wir zu jeder veröffentlichten Studie eine Gegenstudie geliefert bekommen. Wenn in den Fußballstadien der großen Klubs Zehntausende Mindesteinkommensbezieher 22 Millionären beim Spielen, Jubeln und Weinen zusehen.

Milliarden für „die Märkte“

Das zerreißt unsere europäische Wirtschaft: Derzeit pumpt die EZB Monat für Monat 60 Milliarden Euro künstliches Geld in „die Märkte“. Geld, das bisher bei den mittelständischen Betrieben nicht ankommt und eher einer Aufbesserung der Performance der globalen Finanzindustrie dient. Zwischen viel zu wenig Steuern zahlenden Globalkonzernen und den zu vielen keine Steuern zahlenden sozial Schwachen wird der Mittelstand zermlt.

Das zerreißt die Kammern: Trotz großer Verdienste um Sozialpartnerschaft und Mitgliederservice fhrt das lähmende Dominieren der etablierten Bnde und Fraktionen zu einem permanenten Rückgang der Kammerwahlteilnahme. Bei der Wirtschaftskammer verumghlicht die permanente Grtsche zwischen Klein- und Konzern-Unternehmerinteressen eine für uns alle notwendige starke Mittelstandspolitik.

Es ist die weltweite unredliche Partnerschaft zwischen Sozialismus und Kapitalismus, es ist der auf Mchterhalt der Etablierten ausgerichtete „Sozio-Kapitalismus“, der die Welt und uns in Umweltzerstörung, Gewaltexzesse, Wertegrtschen, Innovationsverhinderung und Ungerechtigkeiten hineintreibt.

Fassungslos stehen die unverschämt abkassierten Leistungsträger der Verhinderung von sozial verträglichem Fortschritt gegenüber. Manche flüchten vor dem Schmerz des Zermisshens in Nostalgie, Vergnügung und Drogen. Manche heulen mit den Wölfen und bekommen dennoch kaum was vom Kuchen ab.

Ich lese jetzt das gerade von mir Geschriebene nochmals durch und denke mit Entsetzen: Sowas ist mehr oder weniger gescheit schon unzhliche Male geschrieben worden und wird noch unzhliche Male geschrieben werden. Fruchtlos? Es zerreißt mich.

Wolfgang Lusak, Lobby Coach und Unternehmensberater; <http://www.lusak.at>, <http://www.lobbydermitte.at>

„Zwischen viel zu wenig Steuern zahlenden Globalkonzernen und den zu vielen keine Steuern zahlenden sozial Schwachen wird der Mittelstand zermlt.“

WOLFGANG LUSAK



Die abgedruckten Gastkommentare geben ausschließlich die Meinung des Verfassers wieder. Wir behalten uns das Recht auf Kurzung vor.

IMPRESSUM

Medieninhaber:
„medianet“ Verlag AG
1110 Wien, Breitensteiner 10-4, OG
<http://www.medianet.at>

Gründungs-herausgeber: Chris Radda
Herausgeber: Gernanns Albanasarkis
Mag. Oliver Jörke
Vorstand: Markus Bauer
Verlagsleiter: Bernhard Gy

Chefredakteurin und Leiterin des Redaktions-
teams: Sabine Bretschneider, Stv. Dinko Feyzili

Kontakt:
Tel. +43-1-91919-20-0
office@medianet.at | Fax: +43-1-296-20-2231
Fotoredaktion: kolorado@medianet.at

Abo, Zustellungs- und Adressnderungswnsche:
ABO@MEDIANET.AT
oder
TEL. 01/919 20-2100

medianet prime news
(primenews@medianet.at)
Chefredakteurin: Sabine Bretschneider
(sb) – DW 2173
Chef vom Dienst: Rudolf Grüner (rg) – DW 2176
medianet marketing & media
(medianet@medianet.at)
Chefredakteur: Dinko Feyzili (df) – DW 2175
Medien
Redaktion: Jürgen Heller (jhr) – DW 2171
medianet retail
(retail@medianet.at)
Stv. Chefredakteur: Christian Koczek (ck)
(ck) – DW 2161
Redaktion: Julia Maucher (jm)
Daniela Prgger (dp) – DW 2228
medianet specials
(specials@medianet.at)
Redaktionelle Leitung: Boris Eymann (be) – DW 2226
medianet finance & real estate
(finance@medianet.at)
Chefredakteur: Linda Kappel (lk)
medianet advisory
(advisory@medianet.at)
Chefredakteur: Paul Christian Jozek (pj)
medianet technology & industrial technology
(technology@medianet.at)
Chefredakteur: Peter Mssner (pm)
Leitender Redakteur: Chris Haderer (ch)
medianet destination
(destination@medianet.at)
Chefredakteur: Peter Mssner (pm)
medianet automotive business
(automotive@medianet.at)
Chefredakteur: Peter Mssner (pm)
medianet health economy
(healthconomy@medianet.at)
Chefredakteur: Martin Rummel (mr)
medianet careernetwork
(careernet@medianet.at)
Chefredakteur: Paul Christian Jozek (pj)

Lektorat: Christoph Stück
Grafik/Produktion: Ramund Appal, Peter Farkas
Lithografie: Beate Schmid, Berat Oesla
Anzeigenproduktion: Aleksandar Milerkovic
Druck: Mediaprint
Zerlegungsdruckerei: Ges.m.b.H. & Co. KG, Wien
Vertrieb: PostLat & -mail, Logistik & Zustellservice GmbH, Service-Hotline: 735 30-60, servicecenter@wien.medial.at
Erscheinungsweise: 2x pro Woche (D & F)
Erscheinungsort: Wien
Einzelpreis: 3,- € (D), 4,- € (F)
Abo: 279,- € (D & F), 179,- € (F) jährlich (inkl. Porto & 10% MwSt.)
Auslands-Abo: 429,- € (D & F), 229,- € (F) jährlich
Bezugsnderung: nur zum Ende des vereinbarten Belegungszeitraums bei 6-wchziger Kündigungsfrist, es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen
Gerichtsstand: Wien
Gastbeiträge müssen sich nicht mit der Meinung der Redaktion decken.

Offenlegung gem. § 25 MedienG.
<http://cms.medianet.at/offenlegung/>