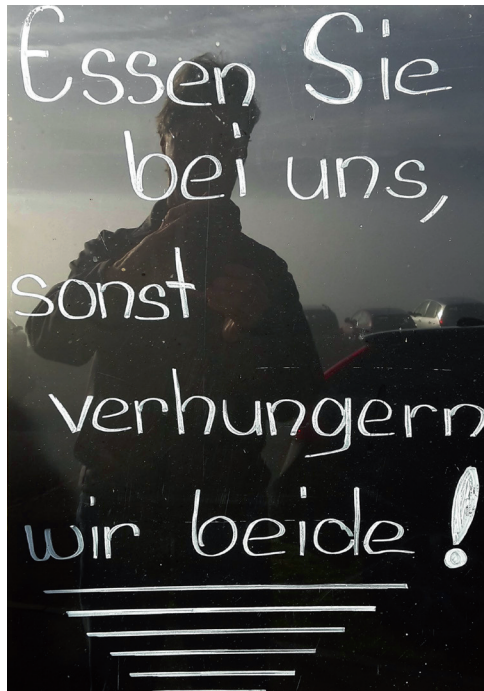


---

## Ein Bild sagt mehr

---

Werner Hediger



© Werner Hediger

### «Essen Sie bei uns, sonst verhungern wir beide!»

Die Hinweistafel am Wegesrand soll Spaziergänger dazu einladen, beim Gastwirt oben auf dem Berg einzukehren und sich zu verköstigen; oder genauer gesagt, sich zu verpflegen, denn «sonst verhungern wir beide». Das Bild mit Text spricht anscheinend für sich, kann aber auch zum Nachdenken anregen.

Sollte ich Hunger haben, könnte ich auf dem Berg oben etwas essen. Und dann würde ich erst noch etwas Gutes tun für den Gastwirt, denn er müsste auch nicht verhungern. Aber von meinem Besuch alleine kann er nicht leben. Er braucht noch weitere Gäste und steht in Konkurrenz zu andern Anbietern. Und schon fragt sich der Ökonom: Wie war dies schon wieder mit der «unsichtbaren Hand», die dies alles regeln soll? Nicht dem Wohlwollen, sondern dem Eigeninteresse des Bäckers, Metzgers und Bierbrauers verdanken wir unsere Mahlzeit. Hier ist es der Gastwirt, der uns Verpflegung anbietet, weil er möglichst viel verdienen will, so zumindest suggeriert es uns dies die geläufige Interpretation von Adam Smiths Metapher. Und wenn die Leute bei ihm einkehren und sich verpflegen, dann verhungern sie nicht, und der Wirt hat ein Einkommen. So haben also beide – der Gastwirt und die Gäste – einen Nutzen, sofern letztere der Einladung am Wegesrand folgen und im Gasthaus einkehren. Absolut logisch. Oder doch nicht?

Die unsichtbare Hand sollte über den Markt wirken und dazu führen, dass durch den Preismechanismus die Grenzkosten und Grenznutzen miteinander in Einklang gebracht werden, wie die neoklassische Theorie uns lehrt. So sollten die angebotenen und nachgefragten Mengen mit einander in Einklang gebracht und der Markt geräumt werden. Folglich sollten keine Überschüsse im Kühlschrank oder Keller des Gastwirts mehr verbleiben. Und ein Gastwirt, der seine Filets, Entrecôtes und Schnitzel verkauft hat, dürfte sich nicht mehr fragen: Was mache ich mit den restlichen Teilen des Tieres? Aber gerade diese Frage ist immer wieder präsent, vor allem wenn es um die Zusammenarbeit von Landwirten und Gastronomen geht. Die unsichtbare Hand scheint hier zu versagen.

Okay. Die Realität ist etwas komplexer und vielfältiger als unsere einfachen Lehrbuchmodelle. Betrachten wir also das Bild nochmals: «Essen Sie bei uns, sonst verhungern wir beide!» Auf der Konsumentenseite geht es dabei um die Befriedigung von Grundbedürfnissen: Essen um zu Überleben – «sonst verhungern wir beide». Bei den Grundbedürfnissen funktioniert der Markt aber nicht. Der Grenznutzen des Überlebens ist

astronomisch hoch, der Preis für die Mahlzeit im Gasthof aber nicht. Zum Glück! Sonst würde wohl niemand einkehren, und «beide» würden verhungern, auch der Gastwirt. In diesem Punkt hat er recht mit seinem Spruch auf der Werbetafel. Und er spricht noch etwas anderes an, das auch für Adam Smith zentral war, nämlich die emotionale Ebene unserer Entscheidungen und somit unseres Verhaltens. Tauschen und Handeln sind nach Smith genauso Teil der menschlichen Natur wie die Sympathie gegenüber anderen Menschen.

Die Einladung «Essen Sie bei uns, sonst verhungern wir beide» wirkt doch auch irgendwie sympathisch. Letztlich bestimmt nicht der Preis alleine die Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen. Und die Mahlzeit im Gasthaus, sei es nun ein Mittagessen oder eine Zwischenverpflegung, ist mehr als ein Teller mit etwas zu Essen. Das Ambiente, inklusive der möglichen Aussicht vom Bergrestaurant, als auch immer häufiger die Herkunft der Nahrungsmittel spielen für den Gast eine Rolle. Und somit wären wir wieder bei der Zusammenarbeit von Landwirten und Gastronomen. Hier steckt vermutlich noch viel Potenzial, das es durch vermehrte und verbesserte Zusammenarbeit zu erschliessen gilt, insbesondere in Tourismusregionen. Authentizität auf dem Teller scheint gefordert, das heisst Regionalität und Tradition bei Produktion und Verarbeitung; aber auch Nachvollzieh- und Erlebbarkeit. Auch hier können Landwirte, Gastronomen und Hoteliers zusammenarbeiten, in dem sie Erlebnisse auf dem Teller und auf dem Hof miteinander verbinden und so zusätzliche Wertschöpfung generieren. Und dies ist nicht durch reines Eigeninteresse der beteiligten Akteure getrieben, sondern auch durch gegenseitige Sympathie und Wohlwollen gegenüber den Gästen. Diese wollen sich oft nicht nur einfach verpflegen, sondern des Öftern auch die Geschichte hinter ihrer Mahlzeit kennen.

«Essen Sie bei uns, sonst verhungern wir beide!» Diese Aufforderung des Gastwirts beinhaltet doch mehr als der erste Eindruck zu vermitteln scheint.