

Can't buy me love

Warum unsere Beziehung zur Natur keine Ware ist

Vortrag beim Workshop
Ökosystemleistungen – eine Chance für den Naturschutz?
Nürtingen, 26.10.2012

Dr. Uta Eser, Beauftragte für nachhaltige Entwicklung
Koordinationsstelle Wirtschaft und Umwelt, HfWU

Was ich heute behandeln werde

1. Die Botschaft: Naturschutz nutzt uns!
2. Den Einwand: Natur ist keine Ware.
3. Den Ansatz: Welche Werte berücksichtigt TEEB?
4. Die Frage: Was bedeutet „Nutzen“?
→ Tauschwert, Gebrauchswert, Eigenwert
5. Die These: Beziehung ist keine Nutzung.
6. Fazit

1. Die Botschaft

„Schutz der biologischen Vielfalt nutzt uns!“

Umwelthemen ökonomisch sichtbar machen

- **Stern- Report 2006**, Ökonomische Folgen des Klimawandels
- **Potsdam-Initiative** der G8-Umweltminister 2007: „die ökonomische Signifikanz des globalen Verlustes der biologischen Vielfalt aufzeigen“
- **TEEB-Studie**: The Economics of Ecosystems and Biodiversity (2008-2011)
- **TEEB-DE**: Naturkapital Deutschland (2012-15)
„Der Wert der Natur für Wirtschaft und Gesellschaft“

Ziel: Bewusstseinsbildung

- Natur stellt ein unterschätztes Kapital dar:
Naturkapital
- Unentgeltliche Leistungen der Ökosysteme haben einen hohen Wert
- Technischer Ersatz dieser Leistungen verursacht erhebliche Kosten
- ➔ Nur bei voller Kenntnis dieser Kosten können Entscheidungsträger angemessen entscheiden

Fallbeispiel

- Uganda: Nakivubo Sumpf zwischen Kampala und Viktoriasee
 - Ökosystemdienstleistung: Abwasserreinigung
 - Funktionales Äquivalent: Kläranlage
 - Wert des Feuchtgebiets = Kosten für Bau einer Kläranlage mit gleicher Leistung : **1-1,75 Mio US\$**
- ➔ Verzicht auf Trockenlegung und Entwicklung

Weitere Beispiele unter <http://www.eea.europa.eu/teeb/map>

2. Der Einwand

„Natur ist keine Ware.“

„Ausverkauf der Natur“

Vol 443|7 September 2006

nature

COMMENTARY

Selling out on nature

With scant evidence that market-based conservation works, argues Douglas J. McCauley, the time is ripe for returning to the protection of nature for nature's sake.

Probably the most important trend in conservation science at the moment is 'ecosystem services', typically seen as economic benefits provided by natural ecosystems¹. They form the basis of most market-oriented mechanisms for conservation. The underlying assumption is that if scientists can identify ecosystem services, quantify their economic value, and ultimately bring conservation more in synchrony with market ideologies², then the decision-makers will recognize the folly of environmental destruction and work to safeguard nature.

But market-based mechanisms for con-



L.B. AILUPPY/GETTY IMAGES

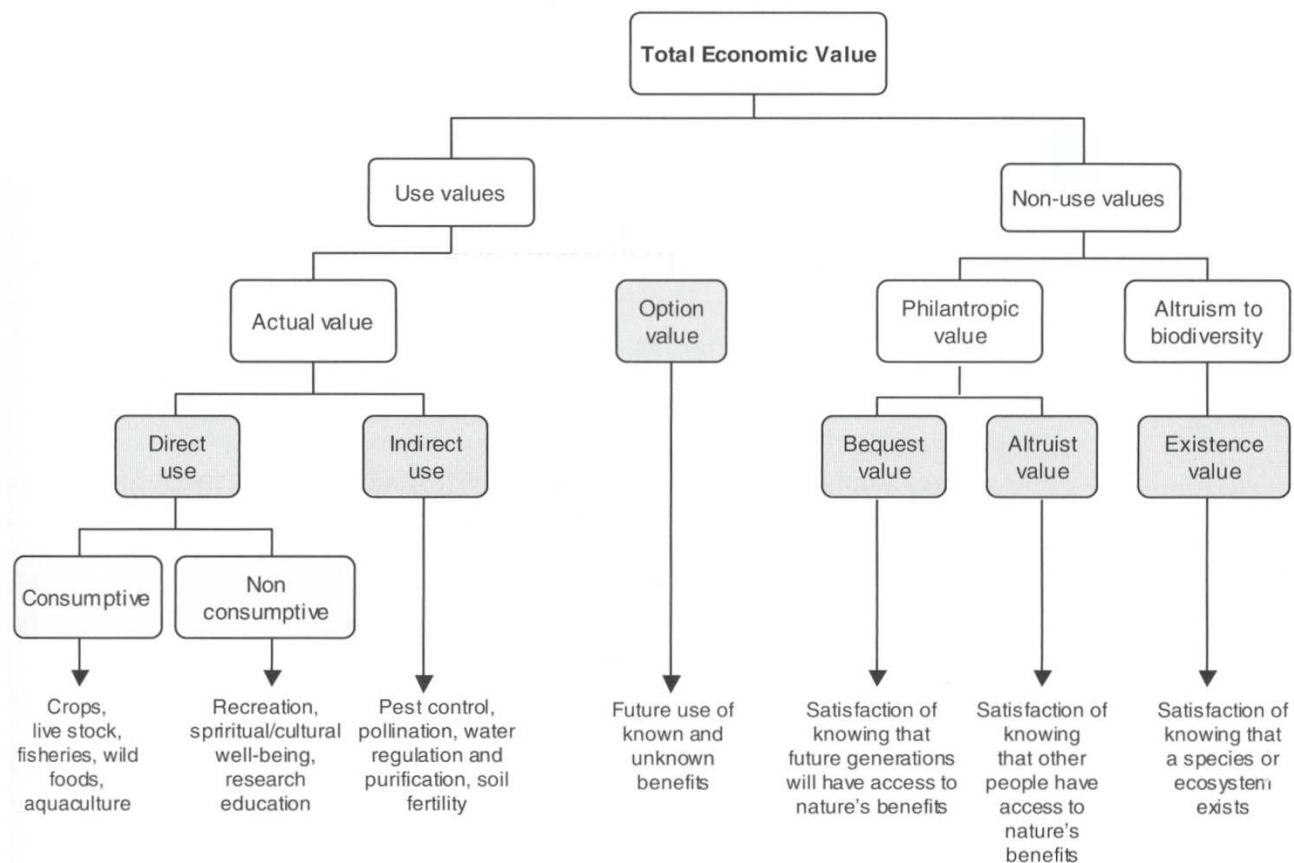
Unterschiedliche Bedenken

- **Technisch:** Preise sagen nicht die volle „Wahrheit“ → Bei ökonomischer Bewertung wird Natur „unter Wert verkauft“
- **Strategisch:** Wer sich auf die ökonomische Argumentation einlässt, riskiert, dass er keine Argumente mehr hat, wenn Naturschutz unrentabel ist.
- **Kategorisch:** Natur hat einen von Menschen unabhängigen Selbstwert („Würde“), der eine Monetarisierung grundsätzlich verbietet.
- **Ethisch:** Nicht alle Lebensbereiche können und dürfen der ökonomischen Logik unterworfen werden

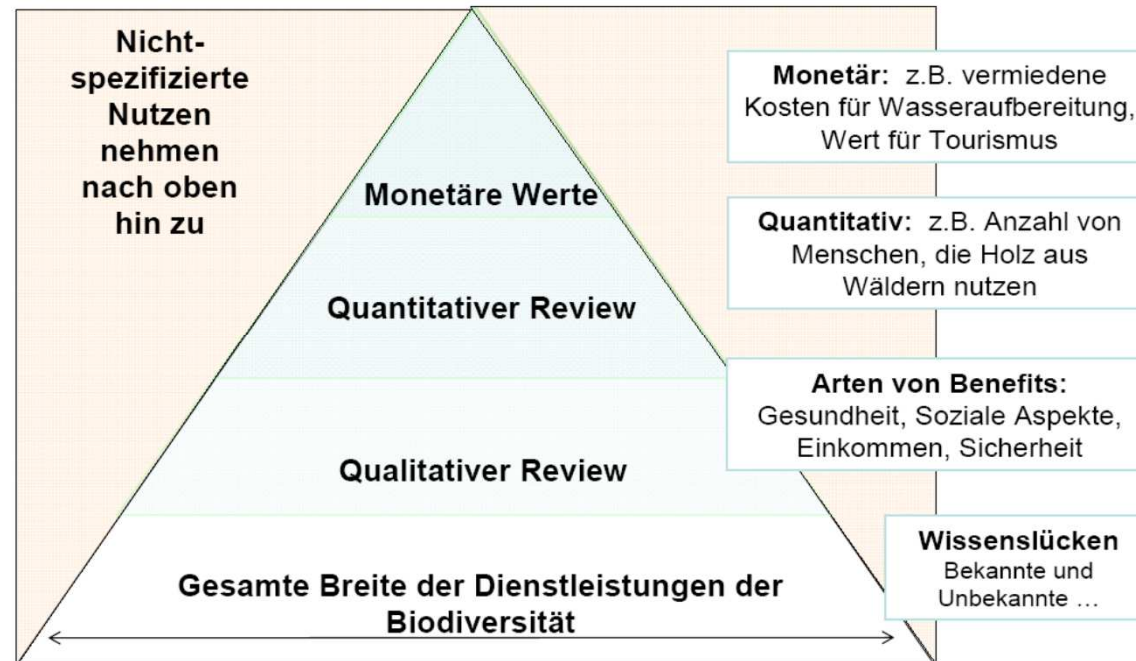
3. Der Ansatz

Das Konzept des
„Ökonomischen Gesamtwerts“

Breiter Wertansatz



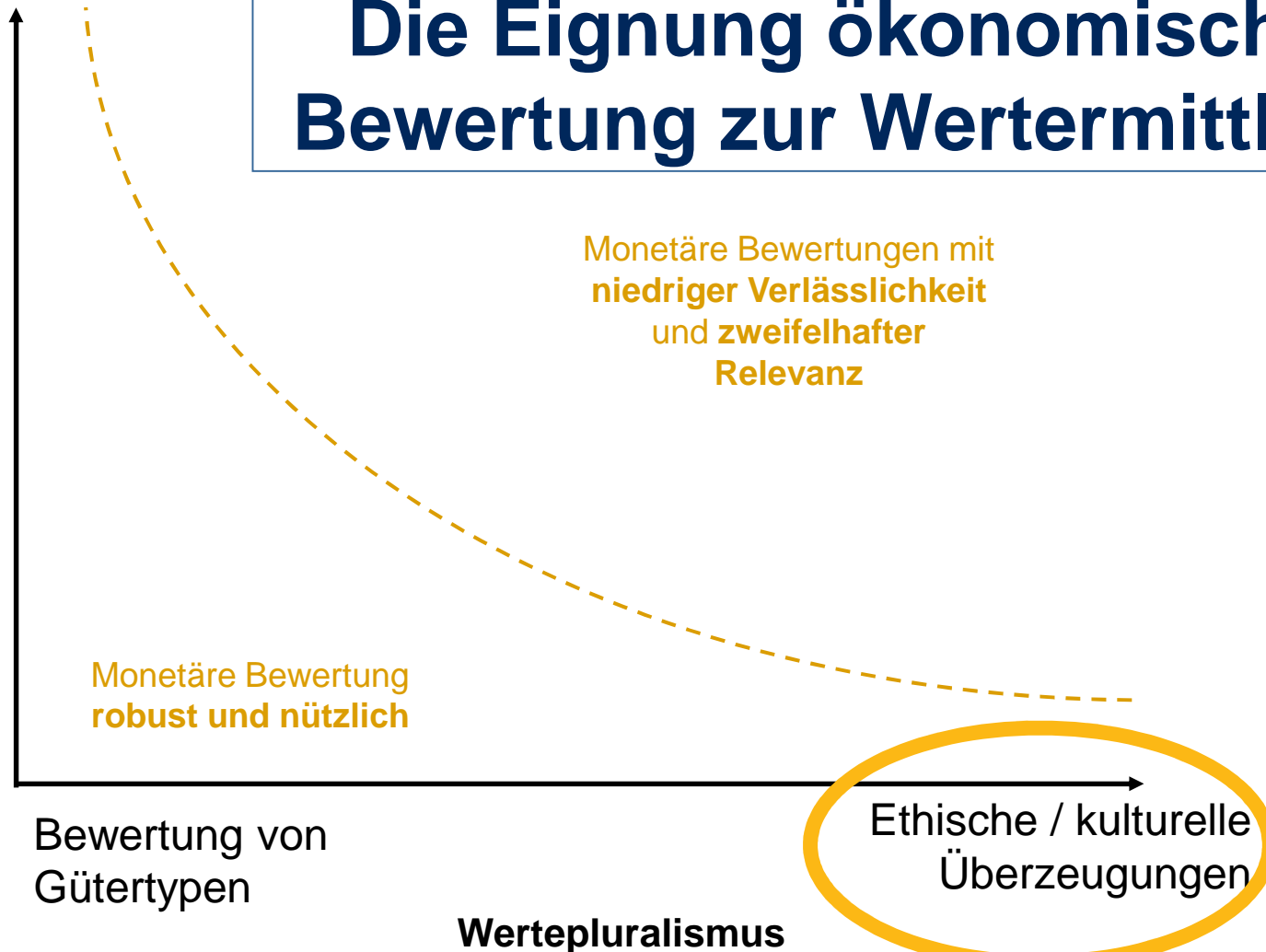
Monetäre Werte: Spitze des Eisbergs



Quelle: TEEB 2010a, S. 195

Die Eignung ökonomischer Bewertung zur Wertermittlung

Zunehmende Ökosystemkomplexität
Ökosysteme, Skalen, Zahl d. Akteure



„Niedrige Verlässlichkeit“

- **Basisdienstleistungen**
 - Nährstoff-Kreislauf
 - Bodenbildung
 - Primärproduktion
- **Versorgungs-Dienstleistungen**
 - Nahrungsmittel
 - Trinkwasser
 - Holz und Fasern
- **Regulations-Dienstleistungen**
 - Klimaregulation
 - Hochwasserregulation
 - Grundwasseranreicherung
- **Kulturelle Leistungen**
 - Ästhetisches Erleben
 - Spirituelle Bedeutung
 - Bildende Funktion
 - Erholungsfunktion

4. Die Frage

„Was bedeutet Nutzen“?

Zur Unterscheidung von
Nutzwert, Tauschwert und Eigenwert

Unterschiedliche Wertbegriffe

■ Wert für etwas: Nutzwert

- Gebrauchswert
- Tauschwert

■ Wert an sich: „Nicht-Nutzwerte“

- ‚Wert-an-sich‘ für Menschen → Eigenwert
- ‚Wert-an-sich‘ für sich selbst → Selbstwert

Nutzwert

- Menschen schätzen Natur, weil sie sie für die Erfüllung bestimmter Zwecke brauchen
 - Essen
 - Trinken
 - Kleidung
 - Behausung
 - „Gans, die die goldenen Eier legt“
- **Instrumentelle** Wertschätzung

Merkmale des Nutzwerts

Nicht „an sich“ gut,
sondern gut „für etwas“

Wertvoll ist die Funktion,
das Messer ist nur Mittel
zum Zweck



Wert steigt mit
Funktionsfähigkeit



Wert ist von Funktions-
fähigkeit abhängig:
Ohne Nutzen kein Wert



Tausch ist möglich
→ **Substitution**

Schadensersatz möglich
→ **Kompensation**

**Voraussetzung für
ökonomische
Bewertung**

Δ Tauschwert / Gebrauchswert

■ Tauschwert < Gebrauchswert

- Luft, Trinkwasser
- Regenwurm, Biene etc.
- Lebensmittel

■ Tauschwert > Gebrauchswert

- Luxusgüter
- Sammlerstücke



Wertparadoxon

„Dinge mit dem größten Gebrauchswert haben vielfach nur einen geringen oder gar keinen Tauschwert, umgekehrt haben solche mit dem größten Tauschwert häufig wenig oder keinerlei Gebrauchswert.

Nichts ist nützlicher als Wasser und doch lässt sich damit kaum etwas kaufen oder eintauschen. Dagegen besitzt ein Diamant kaum einen Gebrauchswert, doch kann man oft im Tausch dafür eine Menge anderer Güter bekommen

(Adam Smith, 1776 Wohlstand der Nationen S. 27)

Eigenwert

Menschen können Natur „um ihrer selbst willen“ schätzen:

- weil es sie gibt (Existenzwert)
 - weil sie biographische Bedeutung hat (Erinnerungswert → „Heimat“)
 - weil sie kulturelle oder spirituelle Bedeutung hat (Kultureller Wert)
 - weil sie spezifische Formen der (Selbst)-Erfahrung ermöglicht (Ästhetischer Wert)
- Diese Form der Wertschätzung ist nicht instrumentell!

Merkmale des Eigenwerts

Wertgebender „Nutzen“
liegt im Objekt selbst

Wertvoll ist die
**spezifische subjektive
Bedeutung** des Objekts
(hier: Erinnerung)



Tausch ist nicht möglich

Schadensersatz ist
unmöglich

Symbolischer Wert
unabhängig von
Funktionsfähigkeit



Auch ohne objektiven
Nutzen wertvoll

Voraussetzung für
ökonomische Bewertung
nicht gegeben

Eigenwert im Naturschutz

- Natur und Landschaft können **wertvoll für Menschen** sein, ohne dass sie davon einen direkten Nutzen haben
- Der Grund dieser Wertschätzung liegt in subjektiven **Beziehungen**, die sie zu Natur haben.
- Es geht um den besonderen Wert einer besonderen Natur
- Einzigartigkeit, Unverwechselbarkeit, Eigenart, Heimat, Identität, Vergangenheit, Kultur, Fremdheit, Wildheit

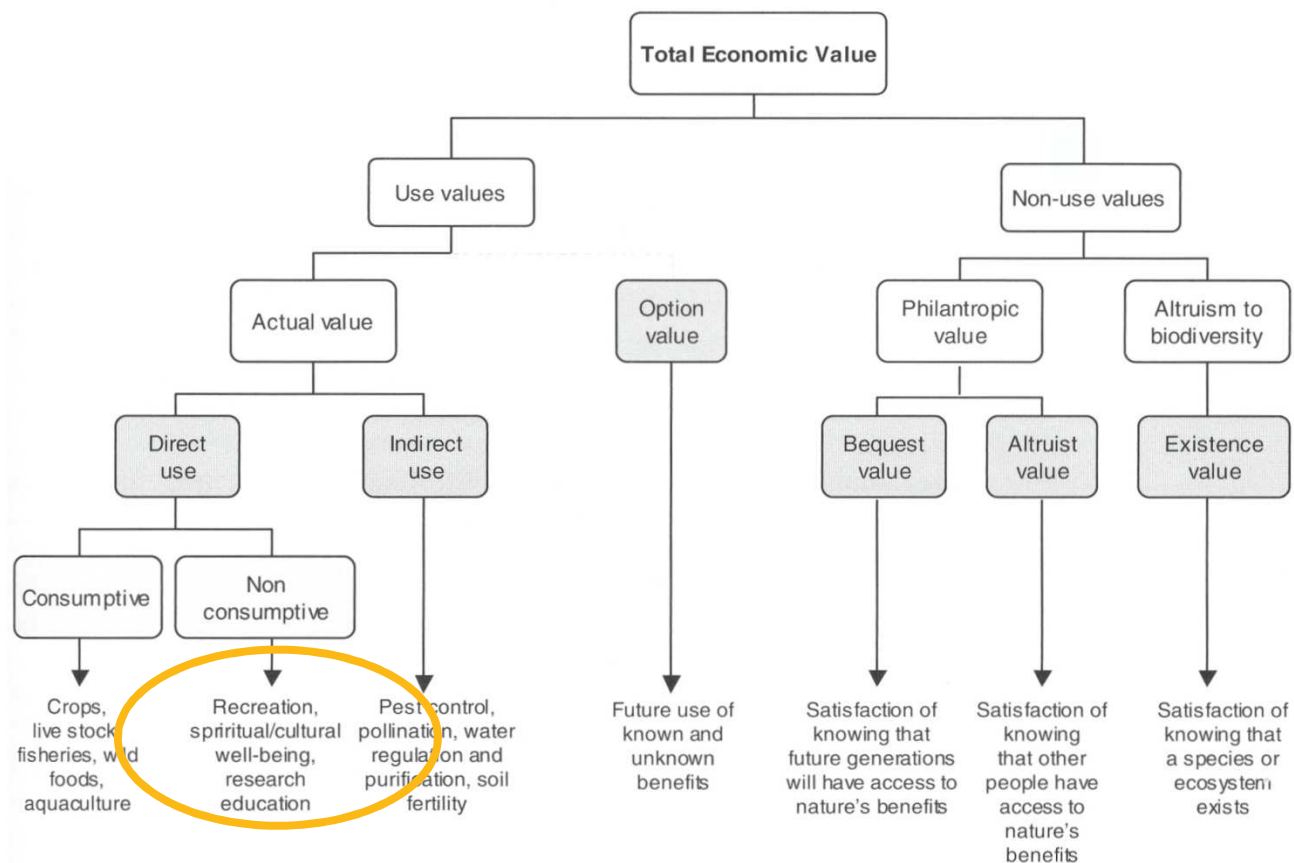
Selbstwert

- Ein Subjekt hat **Selbstwert** weil und insofern es Zweck **an sich und für sich** selbst ist (Selbstzweck).
- Wesen mit Selbstwert haben keinen Wert, sondern eine **Würde**.
- Wesen mit Selbstwert haben moralische **Rechte**, die nicht gegen Nutzungen abgewogen werden dürfen.
- **Problem:** Ob Natur oder nichtmenschliche Lebewesen solche Subjekte sein können, ist extrem strittig

5. Die These

Beziehung ist keine Nutzung

Gesamtwert der Natur



Δ Nutzwert / Eigenwert

Einwand: Auch Ästhetik oder Erinnerung sind „Nutzen“

Aber:

- „Nutzen“ liegt in der besonderen Beziehung zwischen Wertendem und Wertgeschätztem
 - Objekt und „Nutzen“ sind untrennbar verbunden
 - Es gibt keine „funktionalen Äquivalente“
 - Kein Ersatz möglich
- Angabe eines Tauscherts unplausibel.

Eigenwert in der (Pop)-Kultur

„Es gibt Millionen von Sternen
Unsere Stadt, sie hat tausend Laternen
Gut und Geld gibt es viel auf der Welt
Aber Dich gibt's nur einmal für mich...“
(Die Flippers, 1971)

„Die Zeit, die du für deine Rose verloren
hast, sie macht deine Rose so wichtig. (...)
Du bist zeitlebens für das verantwortlich, was
du dir vertraut gemacht hast“
(Antoine de Saint-Exupéry: Der kleine Prinz)

→ Einzigartigkeit entsteht in Beziehung

Beziehung oder Dienstleistung?

- Wertschätzung entsteht in Beziehung
 - Grund für das Unbehagen am Konzept der Ökosystemdienstleistung
 - Dienstleistungen als Warenform von Beziehungen
 - Vergleich: Familie/Freundeskreis vs. „haushaltsnahe Dienstleistungen“
- Der **Tauschwert der Dienstleistung** gibt den **Wert der Beziehung** nicht wieder.

6. Fazit

Subjektive qualitative Wertschätzung lässt sich
quantitativ nicht vollständig objektivieren

Nutzwert, Tauschwert, Eigenwert

- **Tauschwerte** sind marktabhängig – sie sagen nicht unbedingt etwas über den „wirklichen“ Wert aus.
- (Monetarisierte) **Nutzwerte** können für Entscheidungsträger gute Argumente sein
- **Eigenwerte** entziehen sich der Monetarisierung, sind aber durchaus qualitativ kommunizierbar
- **Selbstwerte** bedeuten absolute Unverrechenbarkeit , sind aber als moralische Kategorie sehr strittig

Eigenwerte nicht übersehen

- Viele Menschen schätzen Natur oder Landschaft als Ressource und um ihrer selbst willen
- Wertschätzung entsteht in vielfältigen Beziehungen und Interaktionen zwischen Menschen und Natur
- Nicht alle davon sind als „Nutzung“ adäquat adressiert
- Die subjektive Dimension der Wertschätzung ist nicht vollständig quantitativ objektivierbar
- Damit droht sie in Kosten-Nutzen-Abwägungen zu kurz zu kommen

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

- **Dr. Uta Eser**
- Koordinationsstelle
Wirtschaft und Umwelt
HfWU
Schelmenwasen 4-8
72622 Nürtingen
- Tel. 07022 /404-211
- E-Mail: uta.eser@hfwu.de
- URL: www.kowu.hfwu.de

