

Monopol dort, wo sie aus dauernden Ursachen nicht völlig frei wirken kann. Dieser Zustand äußert sich regelmäßig in einer „einseitigen Dringlichkeit der Nachfrage“, und die Folge ist, daß der Monopolist für das von ihm hergegebene Wertding von seinem Tauschgegner (den wir in Zukunft als seinen „Kontrahenten“ bezeichnen werden) mehr, und dieser weniger von dem Preisgut erhält, als bei voller freier Konkurrenz der Fall wäre. Jener streicht einen Monopolgewinn über den statischen Konkurrenzpreis hinaus ein, den dieser als Monopoltribut, d. h. als Abzug vom statischen Preise seines in Tausch gegebenen Wertdinges abtritt.

Das ist das allgemeine Gesetz. Nun unterscheiden wir aus rein praktischen Gründen der leichteren Verständigung zwischen Verkauf und Kauf, je nachdem die von uns gerade betrachtete Tauschpartei Geld empfängt oder hergibt. Logisch-theoretisch besteht hier kein Unterschied: wer kauft, verkauft Geld, wer verkauft, kauft Geld. Aber es ist praktisch nützlich, zwischen den beiden Handlungen, und entsprechend auch zwischen dem Verkaufs- und dem Einkaufsmonopol zu unterscheiden. Beim ersten erhält der Monopolist mehr an Geld, als das Wertding bei völlig freier Konkurrenz wert wäre, als einen Surplusgewinn über seine „Kosten“ hinaus. Beim Einkaufsmonopol zahlt der Monopolist für das gekaufte Wertding weniger an Geld, als er zahlen müßte, wenn völlig freie Konkurrenz bestände. Wenn er Wiederverkäufer ist, kann er aber das eingekaufte Wertding zum vollen Konkurrenzpreis in seine Selbstkosten einsetzen, realisiert also, nur etwas später, den Mehrwert dennoch in Geld.

Daraus geht hervor, daß der Profit seinem Ursprunge nach ohne weiteres erklärt ist, wenn sich zeigen läßt, daß die Kapitalisten den Arbeitern gegenüber ein Einkaufsmonopol beim Eintauch ihrer „Dienste“ besitzen. Wenn das der Fall ist, kaufen sie z. B. einen Dienst, der 6 M. wert ist, für 3 M. und verkaufen ihn, als in das Erzeugnis inkorporierten Wert, später für volle 6 M., womit dann der Mehrwert realisiert — und der Profit erklärt ist.

Oder, um eine von mir vorgeschlagene Terminologie einzuführen: der Profit läßt sich unmöglich aus der Monopol-Preis-Theorie, aber sehr einfach aus der Monopol-Lohn-Theorie deduzieren. Er entsteht nicht durch Aufschlag auf den Preis zu Lasten der Konsumenten, sondern durch Abzug vom Lohne zu Lasten der unselbständigen Produzenten, der Arbeiter.

Nun kann gar kein ernsthafter Zweifel daran bestehen, daß in der Tat jeder Arbeitsvertrag unter einem Monopolverhältnis ab-

*was s. nicht
zeigt, da
Robert A. Long*