

Not-wendig:

Ein Think-Tank der Zukunfts-Unternehmer

Essay von Peter Spiegel
Leiter des GENISIS Institute
for Social Business and
Impact Strategies

*Die Politiker entscheiden
jetzt die Rahmenordnung
für die nächsten
Jahrzehnte. Und wer
berät sie dabei?*

*Ein Plädoyer für
eine neue Rolle von
ökosozialen Vorbild-
unternehmern.*

Wir haben die schwerwiegendste Finanz- und Wirtschaftskrise seit 80 Jahren. Allen ist klar: Es muss schnell und tiefgreifend gehandelt werden. Wir stehen somit mitten in einer Zeit der folgenreichsten Weichenstellungen für die nächsten Jahrzehnte. Wie beim Zwiebelschälen offenbaren sich gegenwärtig Schicht für Schicht immer neue Dimensionen von Fehlern in unseren bisherigen Systemen. Und mit der Zunahme von Heulen und Zähneklappern wachsen die Rettungspakete. Billionen-Schutzschilde für die Bankenwelt und ganze Branchen, Billionen-Investitionsprogramme. Doch wohin fließt all dieses viele Geld? Wer entscheidet da gegenwärtig mit welchen Interessen über unsere Zukunft?

Hier sind wir mitten im Kern des Problems

Die Vordenker und Lobbyisten des „wohin?“, die Einflüsterer „für wen?“ und „für was?“ sind weitgehend dieselben wie bisher. Sie haben auch schon nach der Enron-, der Asien- und den vielen anderen Vorläuferkrisen ihre Beratungsleistungen eingebracht, mit dem bekannten „Erfolg“. Und mangels Alternativen greift die Politik, wie Helmut Schmidt kürzlich in der „Zeit“ bemerkte, immer wieder auf dieselben Beraterkreise zurück.

Wir haben keine wirklich starken Think-Tanks und keine wirklich starken Lobbies für eine wirklich zukunftsichernde Wende der Weltwirtschaft. Wir haben zwar durchaus sehr kluge Vordenker (im Sinne von „Intellectual Entrepreneurs“) und ebenso sehr visionäre und erfolgreiche „Unternehmer einer besseren Welt“. Aber sie haben es bisher versäumt, sich zu so starken Think-Tanks und zu so starken Lobbies zu organisieren, dass sie Gehör finden zu der Stunde, in der sie so dringend gebraucht werden wie nie zuvor.

Die vielleicht entscheidende Dimension in unserer gegenwärtigen Systemkrise ist die Krise in unserem



PETER SPIEGEL

System der Vordenk- und Lobby-Kultur. Zu deren Behebung legt dieser Beitrag daher konkrete Vorschläge vor.

Wir müssen uns zunächst den immensen Einfluss von Think-Tanks in der Entwicklungsphase der Globalisierung vergegenwärtigen. Nationale Politiker verloren im Dschungel der rapide wuchernden Komplexität globaler Wechselwirkungen einer globalisierten Wirtschaft immer mehr den Überblick und damit ihre Handlungsfähigkeit. In diesem wachsenden Vakuum des Weltverstehens machte sich eine Gruppe von Think-Tanks breit, die vorgaben, die globalen Zusammenhänge hinlänglich zu durchblicken und daraus die richtigen praktischen Handlungsvorschläge ableiten zu können. Diese Think-Tanks avancierten zu den neuen eigentlichen Machthabern.

In den 1990er und beginnenden 2000er Jahren waren es vor allem neoliberale Think-Tanks in den USA, deren Einfluss derart wuchs, dass nahezu alle Regierungen aller westlichen Industrienationen ihre Weltsicht und ihre Konzepte übernahmen, gleichgültig ob diese von konservativen, liberalen oder sozialdemokratischen Parteien getragen waren. Auch nahezu alle Wirtschaftslobbies übernahmen ihre Positionen, selbst wenn die Logik und Wirkung von deren Vorschlägen teilweise massiv deren eigenen tatsächlichen Interessen zuwiderliefen.

Ohne hier in die Analyse des „Warum“ dieser Entwicklung einzusteigen, genügt für unsere Zwecke die Feststellung: In Zeiten einer auf die globale Handlungsebene ausgerichteten Wirtschaft und einer auf nationaler Handlungsebene (re-)agierenden Politik kamen die großen Entwürfe, die Leitbegriffe und die lobbyentscheidenden Vorschläge für die Systeme unserer Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung von den sich wirtschaftsweise dünkenden führenden Think-Tanks und den sich auf sie berufenden Lobbyisten.

Das Ergebnis der Vorschläge der bisher dominanten Global Think-Tanks war eine nie dagewesene Umverteilung von unten nach oben, eine nie dagewesene Handlungs lähmung bei den globalen Herausforderungen von Klimawende über friedliche Konfliktlösung bis Armutsbeseitigung und eine nie dagewesene Vertrauenskrise in die Eckpfeiler unserer marktwirtschaftlichen Strukturen, die weit über die Banken hinausreicht. Höchste Zeit also zum Nachdenken über die Kultur unseres Nach- und Vordenkens.

Der Lösungsansatz ist im Kern sehr einfach

Die neue Kraft des Vordenkens für eine deutlich nachhaltigere Zukunftsgestaltung muss sich aus zwei Personenkreisen organisieren:

- aus visionären Vordenkern für eine global funktionsfähige ökologische und soziale Marktwirtschaft (anstatt eines marktradikalen Kapitalismus)
- und aus dem Kreis der überzeugendsten Praktiker sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit.

Wir brauchen heute Vordenker, deren Horizont nicht nur auf ökonomische Zusammenhänge und ökonomische Interessen beschränkt ist, sondern die willens und in der Lage sind, globalverantwortlich im umfassenden Wortsinne zu denken. Doch diese bedürfen vor allem noch der substantiellen Ergänzung um erfolgreiche, unternehmerische Praktiker dieses Denkens, denn die besten Vorbilder sind auch die besten Quellen des Vordenkens für eine Rahmenordnung, die Ökonomie, Ökologie und Soziales am intelligentesten zusammenspielen lässt. Ergo: Die besten ökosozialen Zukunfts-

Unternehmer müssen sich zu einem starken Think-Tank zusammenschließen und diesen gemeinsam mit verantwortungsvollen Zukunfts-Denkern gestalten.

„Social Business“

Eine Steilvorlage hierzu lieferte der sozialste Marktwirtschaftler der Welt, dessen unternehmerische Ideen bereits mehr als einer halben Milliarde Menschen den Weg aus der Armutsfalle bereiteten: Muhammad Yunus. Der Wirtschaftsprofessor, Friedensnobelpreisträger, Unternehmer der Grameen Bank sowie von mehr als zwei Dutzend weiteren Sozialunternehmen und, laut „Business Week“, einer der „fünf besten Unternehmer aller Zeiten“ rief vor kurzem in Berlin zu einer weltumspannenden Social Business Initiative auf. Mit „Social Business“ meint Yunus solche Unternehmen, die ihre Mission nicht in Gewinnmaximierung sehen, sondern in der Lösung eines gesellschaftlichen Problems, also in der Maximierung gesellschaftlichen Nutzens. Über eine globale Gründerwelle nach dem Modell seiner eigenen Unternehmen, über neue Social Joint Ventures mit traditionellen Unternehmen, über neue Sozialbörsen zur Finanzierung solcher Unternehmen und ähnliche Maßnahmen will Yunus nichts geringeres als ein neues soziales und zugleich ökologisch nachhaltiges Weltwirtschaftswunder erzeugen. Immer mehr Sozialunternehmer und traditionelle Unternehmer, aber auch Aktivisten aus der Zivilgesellschaft bis zu politischen Vordenkern folgen seinen Ideen – und haben bereits eine schnell wachsende weltweite Social Business Bewegung auf den Weg gebracht.

Im Grunde bedarf es nichts weiter, als diesen ohnehin begonnenen Impuls aufzugrei-

fen und zu ergänzen um zwei Kategorien von Zukunfts-Unternehmern:

- die **Öko-Unternehmer** wie beispielsweise Alfred Ritter, Anton W. Graf von Faber-Castell und viele mehr, die mit der Erfolgsgeschichte ihres Unternehmens die höchst attraktive Kombination von ökologischer und ökonomischer Logik unter handfesten Beweis stellten,
- die **Sozial-Unternehmer** wie beispielsweise Götz W. Werner oder Dieter Reitmeier und viele mehr, die dasselbe für die Kombination von sozialer und ökonomischer Logik leisteten und ihre Unternehmen genau dadurch zu größten Erfolgen führten.

Ein solcher Kreis von besonders glaubwürdigen Zukunfts-Pionieren könnte die Kultur des Vordenkens entscheidend verändern. Voraussetzung dafür ist vor allem, dass sich diesem Kreis tatsächlich die herausragenden Leuchttürme anschließen und dass sich ihre Vorschläge offensichtlich am Gemeinwohl orientieren und nicht an Partikularinteressen. Die aus diesem Kreis hervorgehenden Vorschläge hätten dann gerade nach dem derzeitigen Crash sehr große Chancen, Beachtung in der breiten Öffentlichkeit, in den Medien und bei den Entscheidern zu finden. Selbstverständlich sollte ein solcher Kreis sich auch dadurch von bisherigen Beraterkreisen unterscheiden, dass sie keine Aura der allein selig machenden Wahrheit um sich schaffen, sondern die Kultur der Vielfalt pflegen und leben.

Was könnten erste Initiativen eines solchen Kreises sein? Nicht um diesem Kreis etwas vorwegzunehmen, sondern um die Dringlich-

Inserate um 100.000 € für NGOs

Die Glocalist Medien vergeben an kleine, gemeinnützige Vereine (NGOs) im Jahr 2009 Inserate in der digitalen Wochenzeitung, dem Glocalist Review im Gesamtwert von 100.000 Euro.

Nachhaltigkeit braucht Engagement und Unterstützung. Um NGOs und NPOs zu unterstützen, haben sich die Glocalist Medien entschlossen für das gesamte Jahr 2009 Anzeigen von kleinen, unabhängigen und gemeinnützigen NGOs resp. NPOs als eingetragene Vereine mit Sitz in Deutschland, Österreich oder der Schweiz innerhalb des wöchentlichen E-Journals Glocalist Reviews kostenlos zu schalten.

Je Ausgabe der digitalen Wochenzeitung Glocalist Review von für die Zivilgesellschaft werden 3 volle Seiten (1/1; ganzseitig) zur Verfügung gestellt. Pro NGO resp. NPO sind maximal 3 Anzeigen im Jahr 2009 möglich (über die genauen Formatanlagen und Aufbereitung der Insertion sind die Mediadaten zu konsultieren >> www.glocalist.com/mediadaten/). Die Inserate können nicht in bar abgelöst werden und es gilt das first come - first serve Prinzip. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen und es besteht kein Rechtsanspruch auf die Schaltung. Gewerbliche Angebote sind ausgeschlossen. Die Entscheidung über die Schaltung liegt bei den Glocalist Medien.

„Wir wollen hier bewußt kleine, gemeinnützige und unabhängige Vereine unterstützen, da diese oft einen Nachteil gegenüber großen Spendenorganisationen in der Erzeugung einer Öffentlichkeit für ihre Anliegen haben.“, so Christian Neugebauer, Herausgeber der Glocalist Medien.

Ein Hinweis für österreichische NGOs: Aufgrund der diskriminierenden Gesetzgebung in Österreich, wonach Spenden für NGOs aus den Bereichen Umwelt, Menschenrechte oder Tierrechte nicht absetzbar sind, und nur jene NGOs, die einen mildtätigen Zweck für InländerInnen erfüllen, Spenden abgesetzt werden können, wird der Aspekt der „Unabhängigkeit“ besonders betont, d.h. Organisationen, die NICHT unter die Spendenabsetzbarkeit fallen, sind ausdrücklich eingeladen und willkommen, ihre Insertionen beizubringen. Organisationen, die unter die Spendenabsetzbarkeit fallen, werden als staatsnahe NGOs resp. NPOs betrachtet.

Inserate senden unter Angabe Kennwort: „NGO-Inserat“ an >> produktion@glocalist.com

keit und Sinnhaftigkeit eines solchen Kreises zu untermauern, seien mögliche Initiativen kurz angesprochen:

- Erarbeitung einer konkreten Vorschlagsliste, in welche Themenfelder und Projekte die Gelder aus den staatlichen Investitionsprogrammen insbesondere fließen sollten, um die historische Chance zur Wende zu wirklich nachhaltiger Entwicklung zu nutzen
- Etablierung eines neuen internationalen „Finanzplatzes der Nachhaltigkeit“, z.B. in Berlin, weil gerade in der tiefsten Vertrauenskrise der Bankenwelt ein solcher Schritt herausragende Bedeutung und Chancen hat
- Unterstützung der Social Business Initiative von Muhammad Yunus zu einer wesentlichen Ergänzung unserer gegenwärtigen Wirtschaft (Schaffung eines Social Business Sektors) und als weltweiter Impuls für eine Wende zu einer sozialen und nachhaltigen Wirtschaft und Wertschöpfung
- Gründung einer Sozialbörse in Deutschland nach dem Modell von Celso Grecco an der BOVESPA in Brasilien als neue Finanzierungsquelle für Sozialunternehmen, die sich Zielen einer sozial und ökologisch nachhaltigen Entwicklung verschreiben
- Fortentwicklung der Global Marshall Plan Initiative auf der Grundlage der neuen Weltlage, intelligente Verknüpfung mit anderen Reformvorschlägen wie Grundeinkommen oder Social Business Unternehmen sowie Promotion von daraus abgeleiteten Vorschlägen für die Gestaltung einer globalen Ordnungsrahmens einer weltweiten ökologischen und sozialen Marktwirtschaft
- Und – last but not least: Stärkung beziehungsweise Entwicklung einer „Medienlandschaft der Nachhaltigkeit“

Es gilt die leichte Abwandlung eines bekannten Einstein-Zitats:

Die Experten, die ein Problem verursacht haben, können nicht zugleich auch die Experten sein, die zu dessen Lösung beitragen.

Der Leitgedanke, den wir heute brauchen, dürfte nach dem Crash relativ unstrittig sein: eine globale ökosoziale Marktwirtschaft. Doch diese braucht dringlichst eine starke, überzeugende, beharrliche, kreative und unternehmerische Stimme. ■