

„Wohlstand für alle“ – weltweit

*Die nächste unternehmerische Sozialrevolution des Friedensnobelpreisträgers Yunus.
Ein Essay von Peter Spiegel*

„In einer verrückten Welt muss man verrückt sein, um normal sein zu können.“ Diesen Satz bildete der Begründer der Zukunftsforschung Robert Jungk, um eine merkwürdige Eigenart des menschlichen Gehirns zu beschreiben: In einer Welt und Zeit, in der Sklaverei „normal“ ist, denkt die überwältigende Mehrheit: Eine Welt ohne Sklaverei ist undenkbar! Und wenn sie dann endlich überwunden ist, verkehrt sich unser Denken ins genaue Gegenteil und eine überwältigende Mehrheit meint – Gott sei Dank: Eine Welt mit Sklaverei ist undenkbar! Wer nun dazu beitragen möchte, dass die Menschheit an mehr Stellen und schneller solche Phasen des „Denkwandels“ vollzieht, muss so ticken wie Jungk es auf den Punkt brachte.

Ganz ähnlich sah Joseph Schumpeter, einer der Väter der Marktwirtschaft, den Prozess jeglichen Fortschritts. Er gab dem ebenfalls einen provozierenden Namen: „kreative Zerstörung“. Innovation ist die kreative Zerstörung bisheriger Denkmuster.

Ein besonders hartnäckiges Denkmuster hat sich der Friedensnobelpreisträger Muhammad Yunus vorgenommen, kreativ zu zerstören: die Vorstellung, dass es immer Armut geben muss. Mit seiner Grameen Bank hat er *ein* ausgesprochen hartnäckiges Denkmuster auf dem Weg zu einer Welt ohne Armut bereits abgeräumt: Nachdem inzwischen weltweit mehr als 100 Millionen bettelarme Menschen Kleinkredite erhalten und damit ihre Leben selbst erfolgreich in die Hand genommen haben, behauptet niemand mehr, ein Banking ohne Sicherheiten sei undenkbar.

Mit seinem neuen Buch „Die Armut besiegen“ tritt Yunus nun einen zweiten Feldzug in seinem Kampf gegen die Armut an. Dazu nimmt er jetzt die Vorstellung ins Visier, Wirtschaft und Kapitalismus können nur mit Unternehmen funktionieren, die auf Profitmaximierung angelegt sind. Seine Gegenthese lautet: „Social Business“, „Sozialunternehmen“ funktionieren sowohl wirtschaftlich als auch gesamtgesellschaftlich viel besser.

Yunus ist nicht nur Wirtschaftsprofessor, sondern vor allem Praktiker und Unternehmer, „Business Week“ nahm ihn immerhin in den Kreis der fünf „besten Unternehmer aller Zeiten“ auf. Selbstverständlich prescht er auch mit seiner neuen revolutionären These auf der Grundlage funktionierender Erfolgsbeispiele vor, zuletzt mit dem „Social Joint Venture“ zwischen Grameen und dem Lebensmittelmulti Danone, das den Auslöser für seine neue Initiative gab.

Es lohnt sich nicht nur deshalb, nicht erneut auf das Dinosaurier-Prinzip zu schalten: geht nicht, gibt's nicht, kann nicht sein. Yunus glaubt an den alten Ludwig-Erhard-Traum „Wohlstand für alle“. Allerdings, in einer offenen Weltgesellschaft kann dies nur noch weltweit funktionieren oder nirgendwo mehr. Die Alternative erleben wir derzeit: die innere Spaltung jeder Gesellschaft in Arme und Reiche. „Wohlstand für alle“, aber nur innerhalb unseres Landes, dafür hat die Globalisierung die Voraussetzungen zerstört. Also brauchen wir die kreative Zerstörung dieses einst höchst innovativen und attraktiven Prinzips durch ein besseres, und dieses lautet: „Wohlstand für alle – weltweit“.

Muhammad Yunus ist eine Art globalisierter Ludwig Erhard, denn die Überwindung weltweiter Armut ist in Zeiten der Globalisierung die *pure Voraussetzung*, um aus dem neoliberalen Teufelskreis der sozialen Spaltung wieder herauszufinden und wieder zum Stand eines „Wohlstands für alle“ zu kommen: In einem offenen Weltarbeitsmarkt können bei uns die Löhne nur dann dauerhaft hoch bleiben, wenn sie im Rest der Welt rasch steigen. In einer offenen Handelswelt können Exportnationen nur dann Zukunft haben, wenn der Rest der Welt aus der Armut herauswächst. „Zukunft für uns“ und „Welt in Balance“ werden in Zeiten der Globalisierung systemnotwendig zu Synonymen. Daher sollten wir schon aus purem Egoismus an nichts mehr interessiert sein als an Know-how, wie die Armut weltweit überwunden werden kann, wie die Einkommen überall steigen und wie daraus auch die Nachfrage nach unseren Produkten dauerhaft gesichert werden kann.

Die neue Yunus'sche Revolution namens „Sozialunternehmen“ liefert dazu ein weiteres höchst effektives Instrument. Sozialunternehmen unterscheidet Yunus von „normalen“ Unternehmen durch zwei Merkmale: Ihre Mission ist ganz auf die „Lösung eines gesellschaftlichen Problems“ ausgerichtet, sei es der Zugang zu Kleinkrediten, zu sauberem Wasser, zu erneuerbarer Energie und so weiter. Zweitens: Die Investoren in Sozialunternehmen erwarten nicht mehr als „Return of Invest“, darüber hinausgehende Gewinne verbleiben im Unternehmen für Investitionen in die Ausweitung der Mission. Ansonsten sollen Sozialunternehmen wie jedes andere Unternehmen arbeiten, also effizient und effektiv gewinnorientiert.

Yunus unterliegt nicht der Illusion, alle Unternehmen der Welt könnten nun zu solchen Sozialunternehmen mutieren. Aber er sieht das Potenzial zu einem sehr großen Feld für solche Sozialunternehmen:

- Bestehende Unternehmen unterschiedlicher Form und Größe werden eigene Sozialunternehmen gründen. Einige von ihnen werden sich entschließen, im Rahmen ihrer »sozialen Verantwortung« (Corporate Social Responsibility) einen Teil ihres Jahresgewinns in Sozialunternehmen zu investieren.
- Andere Unternehmen werden Sozialunternehmen ins Leben rufen, um neue Märkte zu erschließen und gleichzeitig den Benachteiligten zu helfen.
- Stiftungen werden für die Investition in Sozialunternehmen Fonds einrichten, die parallel zu ihrer bisherigen philanthropischen Arbeit tätig sind. Die Vorteile eines solchen Fonds bestehen darin, dass seine Mittel nicht erschöpft werden, obwohl er dazu dient, sozialen Gewinn zu erzielen. Die Kapazität der Stiftung, gute Werke zu unterstützen, wird dadurch laufend erneuert.
- Einzelne Unternehmer, die mit gewinnorientierten Unternehmen Erfolg gehabt haben, werden sich entschließen, ihre Kreativität, ihr Talent und ihre Managementkenntnisse an einem Sozialunternehmen zu erproben. Möglicherweise wollen sie der Gemeinschaft, die sie reich gemacht hat, etwas zurückgeben, oder sie verspüren einfach den Drang, etwas Neues zu versuchen. Wenn sie Erfolg haben, wiederholen sie die Erfahrung möglicherweise und bauen ein Sozialunternehmen nach dem anderen auf.
- Wohlhabende Personen im Ruhestand werden in den Sozialunternehmen eine attraktive Investitionsmöglichkeit erkennen. Reiche Erben oder Personen, die große Investitionsgewinne erzielen, können eine verlockende Möglichkeit darin sehen, ein Sozialunternehmen zu gründen oder in einen solchen Betrieb zu investieren.
- Idealistische Hochschulabsolventen, die eine Chance sehen, die Welt zu verändern, werden sich entschließen, statt einem herkömmlichen gewinnorientierten Unternehmen ein Sozialunternehmen zu gründen.

Schon kurze Zeit nach diesem neuen Impuls von Yunus ist all dies bereits in vollem Gange und hat sich eine rapide wachsende und völlig heterogene Szene aufgemacht, diese Vision umzusetzen.

Yunus baut vor allem auf zwei Entwicklungen: Einerseits suchen immer mehr Menschen nach „Gewinn“ jenseits des Materiellen, also nach Sinnegewinn und gesellschaftlichem Gewinn. Hier bieten Sozialunternehmen eine ideale Ergänzung oder gar Alternative, denn die Mitarbeiter sollen dort keineswegs weniger verdienen als in normalen Unternehmen. Yunus ist sich sicher, dass die Motivation und Leistungsbereitschaft in Sozialunternehmen sogar deutlich höher sein werden und damit auch die Wirtschaftlichkeit und er bietet dafür seine eigenen Unternehmen als Studienbeispiele an.

Eine andere Entwicklung, die dem Phänomen Sozialunternehmen in die Hände spielt: Gerade starke mittelständische Unternehmen und Global Player, die gerne lernen möchten, wie die ihnen noch so ungewohnten und noch völlig unerschlossenen „Märkte der heute noch Armen“ funktionieren, sind auf das Know-how der Grameen-Unternehmen und ähnlicher Sozialunternehmen angewiesen. Nachdem Danone es vormachte, klopft jetzt ein Unternehmen nach dem anderen bei Grameen an. Immer mehr erkennen: Niemand hat ein wertvolleres Know-how in der Hand, wie mehr als zwei Drittel der Menschheit in die Weltökonomie integriert werden können.

Es bleibt die Frage: Wann werden wir erkennen, dass die Überwindung der weltweiten Armut für uns alle das wichtigste und zugleich das attraktivste Zukunftsthema ist?

Zum Autor

Peter Spiegel ist Generalsekretär des Global Economic Network und Chief Development Officer des Bundesverbands für Wirtschaftsförderung und Außenwirtschaft (BWA). Er organisierte bereits 1997 die erste große Auszeichnung von Muhammad Yunus in Europa und 2007 die Deutschlandreise von Yunus während des G8-Gipfels. Zur Vergabe des Friedensnobelpreises im Dezember 2006 erschien seine Biografie „Muhammad Yunus – Banker der Armen“ [↗](#)