



Aufstand gegen das Prinzip „weiter so“. Seit 2019 demonstriert die junge Generation gegen die Zerstörung der Natur und für mehr Klimagerechtigkeit. Die Folgen des Klimawandels sind inzwischen deutlich spürbar. Unsere Gastautorin findet, dass Unternehmen mehr Verantwortung übernehmen sollten für die Zukunft von Umwelt und Gesellschaft. Das sei letztlich auch in ihrem eigenen Interesse. Foto: Jens Büttner / dpa

Eine Wirtschaft für die Enkel

Unternehmen sollten mit gutem Beispiel vorangehen, wenn es um Nachhaltigkeit und Gerechtigkeit geht. Ein Gastbeitrag

VON ELLEN ULOTH

Gewinnmaximierung, Stakeholder Value, Turbokapitalismus – oder doch lieber Nachhaltigkeit, New Work und Fridays for Future? Die Welt scheint am Scheideweg zu stehen zwischen ressourcenschonendem Weiter-so-Wirtschaften und Aufbruch in eine klimafreundliche Zukunft. Was ist der richtige Weg? Wie lang wird er? Und was können Berliner Unternehmen in einer globalen Ökonomie bewegen?

Die eigentliche Aufgabe der Wirtschaft ist es, dem guten Leben aller zu dienen. Davon bin ich fest überzeugt. Doch was gehört zu einem guten Leben? Gewiss ein Dach über dem Kopf, das sicher und bezahlbar ist. Und Raum genug bietet, sodass alle, die unter diesem Dach wohnen, ihre grundlegenden Bedürfnisse auch wirklich ausreichend befriedigen können.

Dazu gehören gute hygienische Bedingungen, eine klimaneutrale Heizung und stetige Stromversorgung. Dazu zählen auch eine gesunde, sichere und bezahlbare Ernährung sowie eine gute Gesundheitsversorgung für alle. Die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben, an Bildung, Kultur, Kunst. Gefördert werden, seine Talente und Potenziale entfalten dürfen. Das Gefühl zu haben, gebraucht, geachtet und anerkannt zu werden, einen Beitrag entsprechend den eigenen Fähigkeiten und Möglichkeiten leisten zu können und zu dürfen.

Für all dies sollte eine erfolgreiche Wirtschaft die Voraussetzungen schaffen. Das wird in Zukunft jedoch nur gelingen, wenn die Unternehmen ihr größtes Kapital noch mehr in den Fokus rücken: den Menschen. Ich habe die Vision, dass Unternehmen Orte der Entwicklung

sind. Orte der Entwicklung für die Menschen, die dort arbeiten. Die sich in ihrer Tätigkeit nicht nur bezahlt, sondern wertgeschätzt fühlen. Die sinnvollen Tätigkeiten nachgehen, die ihren Fähigkeiten entsprechen und in denen sie die oft geforderte Eigenverantwortung auch wirklich zeigen können. Das Prinzip: Förderung statt Überforderung – für die eigenen Aufgaben brennen, statt im Burnout auszubrechen.

Für manchen Unternehmer oder Chef vom alten Schlag ist das eine schlechte Nachricht. Denn er muss Verantwortung abgeben, Entscheidungen den Mitarbeitern überlassen, loslassen können. Doch die gute Nachricht lautet: Wer das schafft, wird geschäftlich erfolgreich sein. Ein gutes Beispiel bietet der Unternehmer Michael Stober mit seinem Landgut nahe Nauen bei Berlin.

lin. Beherbergung, Events und Gastronomie verbindet Stober mit Landwirtschaft auf einem denkmalgeschützten ehemaligen Industriereal. Der Betrieb wurde mehrfach als nachhaltigstes Hotel Deutschlands ausgezeichnet. Michael Stober überlässt wichtige Personalentscheidungen in seinem Unternehmen dem Team, vom Einstellungsgespräch bis zur Schichtenteilung und Aufgabenverteilung. Die Folge: Jeder identifiziert sich in höchstem Maß mit seinem Arbeitsplatz. Die Teams arbeiten eigenverantwortlich und sind hochmotiviert. Das hat einen angenehmen Nebeneffekt: Der Krankenstand liegt fast bei Null.

Unternehmen können auch für ihre Kunden Orte der Entwicklung sein. Denn es gibt zunehmend einen Markt für sinnvolle, rundherum wertvolle Produkte und Dienstleistungen, die wirklich gebraucht werden. Die mich als Kunde beglücken, meine echten Bedürfnisse befriedigen, meinem Wohl und meiner Ent-

wicklung dienen. Und die mich inspirieren, weil ich auf allen Ebenen wahrnehmen kann, dass sie mit Hingabe hergestellt oder erbracht wurden.

Unternehmen sollten auch Orte der Entwicklung von Zusammenarbeit sein, etwa mit Partnern oder Lieferanten. Dazu bedarf es hoher ethischer, technischer Standards für Qualität, Umwelt und Nachhaltigkeit. Dazu einer Haltung der Verantwortlichen, diese Standards miteinander weiter zu entwickeln, um im täglichen Miteinander besser zu werden. Und zwar nicht nur im Sinne einer Leistungs- und Prozessoptimierung. Sondern um Menschen zu begeistern: für ihre Arbeit und von deren Qualität.

Am Ende sind Unternehmen auch Orte der Entwicklung ihres Umfelds. Wir sollten künftig vorbildhaftes Nutzungsverhalten von Ressourcen stärker in den Fokus rücken: Energieeffizienz, Eigenenergieversorgung, Dach- oder Fassadenbegrünung, wo immer dies möglich ist. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag zu einem freundlichen Stadtklima.

Auch auf das Bildungsniveau haben wir Unternehmer großen Einfluss, zum Beispiel durch Ausbildungsplätze und berufliche Weiterbildung. Für die Entwicklung in den Berliner Kleinsten können Unternehmen viel beitragen, etwa in Schulen, in Vereinen, als Sponsoren oder Förderer. All dies machen viele Firmen bereits, oft sehr großzügig und freigiebig. Allerdings meist aus dem Bedürfnis heraus, auf freiwilliger Basis Gutes für die Gesellschaft zu tun. Und nicht, weil es für sie auch ein wirtschaftlicher Erfolgsfaktor ist. Der kann es aber sein. Wenn sich diese Erkenntnis durchsetzt, könnte das Unternehmen beflügeln, noch mehr gesellschaftlich wertvolle Beiträge zu leisten. Deshalb brauchen wir eine Änderung der Bewertung des Erfolgs von Unternehmen. Weg von ausschließlicher Umsatz- und Profitorientierung hin zu einer Bewertung des Gesamtbeitrags eines Unternehmens für die Gesellschaft.

Ein Versuch ist die Ergänzung der üblichen Handels- und steuerrechtlichen Bilanzierung durch eine Gemeinwohlbilanz. Berliner Unternehmen mit einer solchen, am ethischen Wirtschaftsmodell der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) orientierten Ausrichtung sind zum Beispiel Märkisches Landbrot, Quartiermeister, Ökofrost oder WBS-Training. Sie verweisen zurecht auf die positiven Auswirkungen für die Menschen, mit denen sie zusammenarbeiten, für die Umwelt, aber auch für ihren wirtschaftlichen Erfolg.

Und das ist sicher auch eine herausragende Erfahrung, auf die ich nach der dritten Auflage meines jährlichen Kongresses Sinn|Macht|Gewinn verweisen kann:

Bei diesem Unternehmertreffen für eine Wirtschaft von morgen konnten mittlerweile rund 150 Firmeninhaber und Geschäftsführer ihre Erfolgsgeschichten präsentieren. Sie zeigten, wie sie es geschafft haben, den Fokus zu verschieben, weg von den Erträgen und hin zu den Mitarbeitern. Und ökonomisch erfolgreich zu sein. Nicht trotz, sondern gerade wegen ihres Engagements.

Dies ist nur möglich, weil all diesen Geschichten ein Kriterium innewohnt: der Sinn. Sinnstiftende Arbeit, sinnvolle und sinnstiftende Produkte und Dienstleistungen, sinnstiftende Arten des Zusammenwirkens innerhalb des Unternehmens, zwischen Kunden und Unternehmen, im B2B-Bereich, zwischen Unternehmen und Kommunen, zwischen verschiedenen Akteuren unserer Gesellschaft – das ist die moderne Triebfeder unternehmerischen Erfolgs.

Wirtschaftliches und verantwortliches Handeln im Interesse der Menschen und Ressourcen sollten sich nicht ausschließen, sondern bedingen. Und das gibt mir Hoffnung, dass es in 20, in 50, in 100 Jahren wieder ganz normal sein wird, dass wir auch in den Firmen mehr aufeinander achten, uns gegenseitig unter die Arme greifen, und dass jeder seinen ganz speziellen Beitrag zum Gemeinwohl und Zusammenleben leistet. Dass jeder sich voll entfalten kann und dass jeder erlebt, wie die Gemeinschaft auf seinen Beitrag wartet. Wirtschaftsunternehmen kommt dabei eine Vorbildfunktion zu: Sie müssen zeigen, dass Zusammenarbeit besser ist als Abgrenzung und Egoismus. Dass wir nur besser werden, wenn wir uns auf gemeinsame Stärken besinnen, statt uns egoistisch überprüfungen zu wollen. Gemeinwohl und Ökonomie sind untrennbar miteinander verbunden. Eine Wirtschaft, die sich enkeltauglich nennen will, wird das berücksichtigen müssen. Am besten sofort und ohne Ausreden.



„Gemeinwohl und Ökonomie sind untrennbar miteinander verbunden“
Ellen Uloth, Unternehmerin

Foto: Angela Regenbrecht

Street Art mit beschränkter Haftung

Start-up hat Erfolg mit Klebestreifen

Ein Geschäftsmodell mit Klebebändern? Das geht. Als „moderne Alternative zum Tuschkasten“ bezeichnet sich das Berliner Start-up Tape Art Kit. Es bietet Klebebänder in verschiedenen Farben, Größen und Materialien an. Damit hat es sich auf dem Markt der Tape Art Kunst spezialisiert, einer neuen Richtung, die schon vor einigen Jahren aus den USA nach Europa kam. Mit den bunten Klebestreifen entstehen die verschiedensten Kunstwerke: Vom Wandbild, das professionelle Künstler erschaffen, bis zu kleinen bunten Bildchen, wie sie Kinder in Workshops in der Kita oder Schule kreieren.

Berlin ist der Mittelpunkt der europäischen Tape-Art-Szene. Erst kürzlich hat Tape Art Kit sein Geschäftsmodell mit der Klebekunst in der Fernsehshow „Die Höhle des Löwen“ vorgestellt, wenn auch ohne Erfolg. Mit einem zunächst interessierten Investor sei man am Ende doch nicht ins Geschäft gekommen, hieß es bei Tape Art Kit.

Gegründet haben das Start-up Mohamed Ghouneim und Timm Benjamin Zolpys – beide Inhaber der Klebeland GmbH – sowie Stephan Meissner und Nicolas Lawin. Sie gehören dem Künstlerkollektiv Tape That an. Dies entstand 2008 in Kreuzberg. Die vier Gründer kannten einander schon seit einer ganzen Weile, weil die beiden Chefs der Klebeland GmbH das Künstlerkollektiv Tape That mit dem Material ausgestattet hatten. „Timm und Mo haben ebenfalls sehr früh erkannt, dass Klebeband mehr als nur ein Alltagsgegenstand ist und uns sowie andere Künstler in diesem Bereich dabei unterstützt“, Tape Art bekannt zu machen“, sagt Nicolas Lawin.

Ghouneim und Zolpys hatten bereits 2004 auf Flohmärkten Klebebänder verkauft. Im ehemaligen Klempnergeschäft von Zolpys Onkel in Wedding eröffneten sie ihr erstes Geschäft. Das in diesem Jahr offiziell gegründete Start-up der vier bietet nicht nur die Klebeband-Kits an, sondern auch Workshops mit Künstlern, in Kitas oder an Schulen. „Wir haben aber als Künstler bei Tape That auch vorher schon unser Wissen und Tape Art in vielen Projekten und internationalen Reisen, beispielsweise den deutschen Botschaften und den Goethe-Instituten in Workshops weitergegeben“, sagt Lawin.

„Tape kleckert nicht! Tape macht keinen Schmutz! Tape muss nicht lange trocknen! Man kann Fehler schnell wieder korrigieren – einfach den Klebestreifen abziehen und nochmal neu aufbringen“, beschreibt er den Unterschied zur Graffiti-Kunst. Die nächsten Workshops seien ausgebucht. TANJA A. BUNTROCK

— Informationen unter: www.tapeartacademy.com/workshops



Geklebte Kunst. Diese Klebebänder sind das Material dafür. Foto: Tape Art Kit GmbH



Vertrauen wagen. Der Unternehmer Michael Stober setzt auf Mitbestimmung und überlässt den Beschäftigten seines Landguts wichtige Entscheidungen. Foto: Angela Regenbrecht

ANZEIGE

A 100/A 115: Umbau des Autobahndreiecks Funkturm

Einladung zur digitalen Informationsveranstaltung

- › Informieren Sie sich über die Planung und das Planfeststellungsverfahren
- › Stellen Sie uns Ihre Fragen

Am **Donnerstag, 28. Oktober 2021**, von 19:00 bis 20:30 Uhr
online unter www.deges.de/ad-funkturm/iv

Der Schutz der Gesundheit hat oberste Priorität. Angesichts der Corona-Pandemie führen wir die Veranstaltung digital durch.

Eine Anmeldung ist nicht erforderlich. Interessierte können sich über PC oder Smartphone direkt einwählen. Über die Chat-Funktion können während der Veranstaltung Fragen an die Experten gestellt werden.

Stellen Sie uns vorab Ihre Fragen über das Kontaktformular unter www.deges.de/ad-funkturm/dialog oder täglich von 8 bis 20 Uhr unter der kostenlosen Telefonnummer: **0800 5895 2479**.

Berlins Infrastruktur fit für die Zukunft machen

