

Investing Society – Eine Einleitung

„Liegen nicht gerade in der Art, wie wir wirtschaften, wie wir Waren produzieren, wie wir handeln und welche Ziele und Zwecke wir verfolgen die ganz großen Chancen für unsere krisenbedrohte Zukunft? Wenn wir diese großartigen Chancen ergreifen wollen, müssen wir genau diese fundamentalen Fragen stellen. Nur so kommen wir zu den faszinierenden Antworten, die wir unserer Zukunft schuldig sind“ (Martin Sambauer).

1. *Investing Society*

Investing Society – so lautet der Titel unserer Publikation. Im Allgemeinen versteht man unter einer Investition, Kapital mit der Aussicht auf zukünftigen Mehrgewinn anzulegen: Wir investieren in Infrastruktur, effizientere Prozesse und Produktion, technische Innovation und in Bildung und Forschung. Warum? Damit Deutschland „wettbewerbsfähig“ bleibt, die Wirtschaft möglichst Jahr für Jahr wächst und unser Wohlstand gesichert und vermehrt wird. Aber ist dies die einzig vernünftige Weise den Begriff „Investition“ zu verstehen? Ist oder soll ein finanzieller Mehrgewinn das wesentliche oder gar einzige Ziel einer Investition sein? Muss eine Investition immer in Geld erfolgen? Ist Wohlstand eine rein materielle Größe? Können wir investieren, ohne dass dabei Profit im Zentrum des Interesses steht? Gibt es also Werte, die über materiellem bzw. finanziellem Ertrag stehen und falls ja: Wie findet, begründet und kommuniziert man sie? All das sind relevante Fragen, denen sich eine zukunftsorientierte Gesellschaft widmen sollte – und widmen muss!

Wir sind so reich wie noch keine Generation jemals vor uns: Handys, Computer, Autos, Fernreisen, Nahrungsmittel in Massen, flächendeckende medizinische Versorgung, Konsum und Überfluss als Lebensstil. Vor kaum fünfzig Jahren hatten viele Deutsche nicht einmal Leitungswasser, Abwassersysteme, Warmwasserduschen, geschweige denn Zentralheizung oder gar Elektrizität. Diese Dinge aber als Luxus zu bezeichnen, hätte wohl heute eher eine belustigende Wirkung auf die Meisten. Wir können es uns heute ohne Probleme leisten ein Drittel aller noch genießbaren Lebensmittel wegzuworfen und zugleich epidemieartig zu überfetten. Unsere Kaufkraft

ist in den Jahrzehnten stark gestiegen: Für ein Fernsehgerät musste im Jahre 1950 ungefähr 350 Stunden Arbeitszeit aufgewendet werden verglichen mit 35 Stunden heutzutage, Schuhe kosteten 7 Stunden Arbeit verglichen mit weniger als 2 Stunden heute, bei 10 Eiern liegt das Verhältnis 2 Stunden zu 8 Minuten und bei einem Schweinekotelett 4 Stunden zu 30 Minuten. Wir leben in einem nie da gewesenen Reichtum und wir merken dies meist gar nicht einmal: Luxus ist für uns Gewohnheit. Wir leben also zweifelsohne in den besten Zeiten der Menschheit, in der goldenen Zeit – oder etwa nicht?

Nun, es gibt wie so oft auch eine Schattenseite. In anderer Hinsicht sind wir nämlich auch so arm wie noch keine Generation vor uns: Umweltzerstörung, Klimawandel, Überbevölkerung, Überfischung der Meere, Artensterben und Ressourcenverschwendung. Bisher war die Natur immer der Feind des Menschen, der Widersacher dem man in mühevoller und harter Arbeit das Lebensnotwendige abringen musste. So fordert die Bibel: „Macht euch die Erde untertan!“ In den letzten hundert Jahren haben wir das wohl zu wörtlich genommen: Wir müssen nicht mehr uns vor der Umwelt, sondern vielmehr die Umwelt vor uns schützen. Und obwohl der Planet unsere Lebensgrundlage ist, ohne den wir zweifelsohne nicht überleben können, sind wir auf dem besten Wege, ihn auf dem Altar des Wirtschaftswachstums zu opfern. Der durch uns angerichtete Umweltschaden vollzieht sich schleichend, damit kaum merkbar und selten liegt menschliche Aktion und ökologische Reaktion offensichtlich genug zu Tage. Der Klimawandel ist ein langsamer Prozess. Die globalen Folgen wie Überschwemmungen, Waldbrände, starke Klimaschwankungen, Orkane, Versteppung und Erosion, Nahrungsmittelknappheiten in Entwicklungsländern oder Artensterben stehen für den Laien kaum in Verbindung mit seinem täglichen Handeln und Entscheiden. Anders war es bei der Ölpest im Golf von Mexiko 2010 und dem Atomunglück von Fukushima in Japan 2011: Beide waren ursächlich eindeutig dem Profitstreben der verantwortlichen Konzerne zuzuschreiben und die katastrophalen Folgen für jeden Einzelnen durch die Berichterstattung zu sehen.

Neben den gewichtigen ökologischen Problemen stehen wir auch vor großen gesellschaftlichen Zerwürfnissen: Die Solidarität innerhalb einer Gesellschaft nimmt oft in dem Maße ab, wie Gesetz bzw. Rechtsprechung und Gerechtigkeitsempfinden der Menschen auseinanderklaffen – und solch eine Kluft führt häufig zu sozialen Spannungen. In den westlichen Nationen scheint dies zunehmend der Fall zu sein: Außerhalb des demokratischen Prozesses stehende Lobbyisten nehmen zugunsten von Minderheiten Einfluss auf politische Entscheidungen; immer wieder kommen Fälle von korrumpierenden Verquickungen zwischen Wirtschaft und Politik ans Tageslicht und zunehmend ist eine Verrohung derer zu beobachten, die als Elite eigentlich gesellschaftliche

Verantwortung übernommen haben, die Vorzüge dieser Stellung auch genießen, im Zweifelsfall aber die Verantwortung weder tragen wollen noch müssen. Zusätzlich wird der Graben zwischen Arm und Reich länderübergreifend von Jahr zu Jahr breiter und gefährdet damit zusätzlich den sozialen Frieden. Wenn dann noch ganz offensichtlich durch Bankenrettungen das Geld von unten nach oben verteilt wird, während soziale Leistungen gekürzt werden, dann ist es belanglos, wie sehr dieser Vorgang aus der Logik des Systems hervorgeht und somit „alternativlos“ ist: Es wird als ungerecht empfunden und führt zum Verlust von Vertrauen in Politik und Gesellschaft. Während das BIP, also die Mehrproduktion von Gütern und Dienstleistungen, im Laufe der letzten Jahrzehnte rasant angestiegen ist, sinkt das GPI (Genuine Progress Indicator) seit Jahrzehnten unaufhörlich. Dieses misst nicht wirtschaftliches Wachstum allein, sondern ob sich dieser auch wirklich in mehr Wohlstand bzw. Wohlbefinden niederschlägt. So sinkt beispielsweise das zwischenmenschliche Vertrauen, der gesellschaftliche Zusammenhalt und das gesellschaftliche Engagement seit den 1970ern unaufhörlich.

Nicht nur der Gesellschaft und der Umwelt, sondern vor allem dem Einzelnen scheint das alles nicht zu bekommen: Psychische Erkrankungen sind in unserer Gesellschaft auf dem Vormarsch. Eine 2011 von der TU Dresden veröffentlichte Studie angesehener europäischer Forscher kommt zu dem Ergebnis, dass pro Jahr knapp 40% der Europäer unter psychischen Erkrankungen leiden. Burnout und Depression sind unsere modernen Volkskrankheiten. Und so hat sich allein ihre Zahl seit den 1970igern mindestens verzehnfacht und das Durchschnittsalter des ersten Ausbruchs von Depressionen ist von 30 auf 15 Jahre gesunken. Die Anzahl der wegen psychischer Probleme mit Psychopharmaka behandelten Kinder ist in nur wenigen Jahren um 32% gestiegen und zunehmend leiden bereits Studenten unter Burnout. Ebenso sinkt die Zufriedenheit der Arbeitnehmer, so dass heute nur noch 12% der Mitarbeiter angeben, mit Motivation und Engagement bei der Arbeit zu sein.

Auf der einen Seite geht es uns also so gut, aber auf der anderen Seite auch so schlecht wie nie zuvor. Wir haben sehr viel Zeit, Energie und Ressourcen in wirtschaftliche Prosperität investiert. Ein guter Betriebswirt würde nur dann sein Kapital in einem Projekt anlegen, wenn er sich über alle Kosten und Risiken im Klaren wäre. Der Betriebswirt operiert aber in einem relativ einfachen Umfeld: Er möchte Geld investieren, um mehr Geld zu bekommen. Und Geld ist quantifizierbar und damit sind seine Investitionen einfach vergleichbar. Was passiert, wenn nun aber zusätzlich qualitative Faktoren berücksichtigt werden sollen? Zumindest scheint es so zu sein, dass wir gesellschaftlich einseitig überinvestiert haben, ohne dabei mehr oder minder versteckte Kosten zu berücksichtigen. Einer der wohl bedeutendsten Wirtschaftswissenschaftler des letzten Jahrhunderts,

John Maynard Keynes, war der Ansicht, das Ziel höherer Produktivität läge im Besiegen der Armut und danach müsse mehr Qualität angestrebt werden. Wir produzieren heute aber immer effizienter und zahlreicher und doch bleibt unser einziges Mantra: Mehr Profit, mehr Produktion, mehr Konsum, sprich mehr Wirtschaftswachstum. Nur wenigen scheint die Absurdität dieses Vorhabens ernsthaft aufzufallen – das hat etwas recht Irrationales an sich. Und in der Tat: Nicht viele fragen nach dem gutem Leben, wenn es um ökonomische Fragen geht. Denn wie wir ja alle wissen und verinnerlicht haben: „It's the economy, stupid!“ Aristoteles spricht anschaulich von der Mitte zwischen zwei Extremen. Die Extreme sind das Übel, die dazwischen liegende „goldene Mitte“ die begehrenswerte Tugend. So sind Geiz und Verschwendung schlecht und Sparsamkeit als goldene Mitte das wünschenswerte Ziel. Ebenso verhält es sich mit hemmungslosem Luxus und tiefster Armut, deren Mitte in der Mäßigung, also der umsichtigen Befriedigung materieller Bedürfnisse liegt. Ähnlich spricht der Buddhismus vom sogenannten „mittleren Weg“, der zwischen der Askese, der Enthaltensamkeit, und dem radikalem Hedonismus, der Genusssucht, liegt. Dieser Weg ist deshalb erstrebenswert, da er mit dem guten, dem zufriedenen und letztendlich nachhaltigen Leben verbunden ist.

Unbestreitbar stehen wir heute vor noch nie da gewesenen Herausforderungen und Problemen; und das spüren und wissen wir. Wir sehen ja, wie viel Abfall sich wöchentlich in einem Haushalt ansammelt. Wir lesen ja, dass viele unserer begehrten Konsumprodukte unter menschenunwürdigen Bedingungen im Ausland produziert werden. Wir verstehen ja, dass es nicht funktionieren kann, wenn so große Völker wie Chinesen und Inder einen ähnlichen Lebensstil haben wollen wie wir. Wer kann es ihnen verübeln oder gar versagen? Erst aber der Ausbruch der Wirtschaftskrise 2008 hat die Gesellschaft sensibilisiert und dazu geführt, dass die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Probleme unserer Zeit auch in der Öffentlichkeit breit diskutiert werden. Um Antworten sind Politiker und Experten selten verlegen. Aber sind es die von ihnen gepredigten Antworten, die wir suchen und brauchen? Oder müssen nicht erst die richtigen Fragen gesucht werden? Plötzlich wird in großen Zeitungen nach Möglichkeiten gefragt, die jenseits der als falsches Dilemma enttarnten Alternativen Kapitalismus oder Sozialismus liegen. Schlagartig werden zu besten Sendezeiten die Problematiken und Ungerechtigkeiten unseres Geldsystems mit Andersdenkenden diskutiert, die man vor ein paar Monaten noch als verquere Spinner abgekanzelt hätte. Ja, es wird sogar das goldene Kalb der letzten Jahrzehnte, das Wachstum, in Frage gestellt: Ist ein mit diesem Ziel letztlich gefordertes exponentielles Wachstum nicht eine verwegene, nein gar eine wahnsinnige Idee? Wie soll das auf einem begrenzten Planeten überhaupt funktionieren? Sind nicht alle sonst

aus der Natur bekannten ungebremsten Wachstumsprozesse wie z. B. der Krebs in ihrer letzten Konsequenz tödlich? Dieses bereits vom Club of Rom in den 1970igern dargestellte Tatsache wird, nachdem sie lange in Vergessenheit geraten war, wieder in der Gesellschaft diskutiert. Gefragt wird, ob wir wirklich wollen, dass sich unsere Demokratie an die Forderungen des Marktes anpasst oder ob es nicht doch eher umgekehrt sein müsste, dass die Märkte nämlich demokratiekonform zu gestalten sind. Oft hört man die Forderung nach mehr Freiheit. Aber was für Freiheit? Freiheit für wen und auf wessen Kosten? Ist Freiheit nicht meist vor allem die Freiheit des Marktes, nicht die der Menschen? Warum fragen wir nicht, was die Wirtschaft tun kann, damit es uns besser geht, statt zu fragen, was wir tun können, damit es der Wirtschaft besser geht? Noch nie in der jüngeren Vergangenheit wurden so grundlegende und mehrheitlich akzeptierte Glaubenssätze der westlichen Nationen öffentlich in Frage gestellt: Wachstum und Produktivität, Profit und Rendite, Konsum und Überfluss. Es werden öffentlich die Fragen gestellt: Ist es nachhaltig, vernünftig, zielführend was wir machen? Das Wort „Entwicklung“ bedeutet aktive Bewegung auf ein Ziel hin. Es besteht die Gefahr, dass man ohne eine genaue Vorstellung etwas erreicht, was man eigentlich gar nicht wollte. Welches Ziel soll also erreicht werden? Für uns und die kommende Generation wird es zunehmend schwieriger, ja gar unmöglich sein, den Reichtum zu mehren. Mercedes für alle? Alle sechs Monate das neueste Handy für jeden? Anstelle von zehn zur Wahl stehenden Schokoladensorten im Supermarkt vielleicht demnächst zwanzig? Es ist nicht nur eine Frage der Wahl, es ist eine Frage der Notwendigkeit: Selbst wenn wir wollten, wir werden nicht weiter unseren Reichtum mehren können. Zum einen genießen wir bereits einen Lebensstandard auf obszön hohem Niveau und zum anderen fehlen uns auf Dauer schlicht die nötigen Ressourcen dafür. Früher fanden die Menschen ihr Heilversprechen in der Religion. In der Neuzeit und dem mit ihm einhergehenden Glaubens- und Sinnverlust fanden viele ihr Heil in der Mehrung des materiellen Wohlstandes. Nun droht uns auch hier die Enttäuschung. Auch dieser Glaube mit seinem Heilversprechen entpuppt sich als Illusion. Wir müssen aber stets bedenken: Probleme, insbesondere komplexe, lassen sich meist nicht mit denselben Betrachtungsweisen lösen, durch die sie entstanden sind. Deshalb müssen wir nach neuen Wegen fragen – und diese dann letztlich auch konsequent beschreiten: Reflexion und Aktion.

In seinem Essay „The Importance of What We Care About“ argumentiert der Philosoph Harry Frankfurt, dass wir weniger die Frage nach Moral und Ethik als vielmehr die Frage stellen müssen, was wirklich wichtig für uns ist, was für uns wirklich zählt. Die Frage nach Werten und die Frage nach Ethik ist aber keineswegs dieselbe: Es ist möglich, dass jemand ein Meister im

ethischen Urteilen und Schlussfolgern ist. Wenn nun aber Sex mit Kindern dasjenige ist, was für ihn wirklich zählt, dann wird sein Verhalten zwar an Verwerflichkeit kaum zu übertreffen sein, er wird jedoch Wege und Mittel finden, sich sein Verhalten moralisch zu rechtfertigen. Pädophilie war im antiken Griechenland gesellschaftlich akzeptiert und wurde häufig, so auch von Platon, pädagogisch gerechtfertigt. Auch wenn dies für uns heute kaum vorstellbar ist, fand selbst Friedrich Nietzsche in „Menschliches, Allzumenschliches“ noch wohlwollende Worte für eine solche Praxis. Häufig umfassen moralische Überlegungen nur die Regeln, die man anwendet, um das zu bekommen, was man will: Der Wille ist Urheber der moralischen Überzeugung und nicht umgekehrt. Werte legen aber fest, was man will. Sie sind deshalb grundlegender als Moral. Ein bemerkenswertes Experiment von John M. Darley und C. Daniel Batson aus dem Jahre 1970 veranschaulicht die Priorität von Werten. Theologiestudenten wurden aufgefordert, einen Vortrag über den barmherzigen Samariter vorzubereiten, den sie anschließend in einem anderen Gebäude vortragen sollten. Auf dem Weg dorthin trafen sie einen Mann an, der auf dem Boden sitzend so tat, als ob es ihm schlecht ginge. Unter Zeitdruck gesetzt, halfen nicht einmal 10% der Studenten und das, obwohl sie gerade auf dem Weg waren, einen glühenden Vortrag über Hilfsbereitschaft zu halten. Es muss ihnen bewusst gewesen sein, was diese Situation moralisch von ihnen erforderte: Hilfe anbieten. Aber ihre Werte waren nun mal andere: im kommenden Vortrag brillieren. Es sind also Werte, die das Fundament unserer Taten legen. Wenn Werte aber so bestimmend sind, woher kommen sie dann? Es gibt einige Dinge, die wir instinktiv schätzen: Nahrung, Unterkunft und Sex. Wie aber kommt eine Person dazu, Schach oder Briefmarkensammeln, Autos oder Gärtnern, Umweltschutz oder die Anhäufung von Reichtum, Nächstenliebe oder grenzenloses Eigeninteresse wertzuschätzen? Leider gibt es darüber keine klaren wissenschaftlichen Erkenntnisse. Ein guter Teil davon wird vermutlich in frühkindlichen Erfahrungen erlernt. Aus der Sozialpsychologie weiß man jedoch, dass menschliches Handeln, gutes wie schlechtes, zu einem nicht zu unterschätzenden Teil durch den Kontext beeinflusst wird, in dem es stattfindet. Wir alle kennen das berühmte Milgram- und Stanford-Prison-Experiment: Selbst völlig durchschnittliche Menschen sind im „richtigen“ Kontext zu den größten Untaten fähig. Den Kontext unseres Handelns aber schafft zweifelsohne oft die Gesellschaft mit ihren Institutionen und den durch sie vermittelten Werten. Wer aber schafft Gesellschaft und Institutionen? Niemand anderes als wir.

Folglich sind Ethikkurse für Manager und Banker, wie sie häufig als Reaktion auf die Finanzkrise gefordert werden, zwar gut gemeint, aber vermutlich für sich allein genommen recht fruchtlos. Was sind die Werte im Kontext dieser Berufe, was zählt dort wirklich? Es sind kurzfristige

Rendite und Profite, nicht Gerechtigkeit, nicht Nachhaltigkeit und auch nicht gesellschaftlicher Mehrwert. Wer dort Gewinn zugunsten von Moral opfert, kommt nicht weit. Umgekehrt kann man freilich ein angesehenes Mitglied im Club der Erfolgreichen werden. Wir Menschen sind höchst sensibel dafür, welches Verhalten belohnt und welches bestraft wird. Und so ist es überaus unklug Handlung A zu belohnen, wenn man eigentlich Handlung B wünscht. So darf sich eine Gesellschaft, die Erfolg ausschließlich in finanziellen Größen wertet, nicht wundern, wenn sich ihre Wirtschaftseliten im Zweifelsfall für höhere Rendite und gegen Nachhaltigkeit entscheiden. Und so sollte es eine den Aktienkurs huldigende Gesellschaft nicht erstaunen, wenn Unternehmen lieber kurzfristig ihre Kurse erhöhen als die Arbeitsbedingungen ihrer Mitarbeiter zu verbessern. Wir alle wollen, dass Unternehmen nachhaltig und vernünftig wirtschaften. Oft stehen moralische Werte jedoch im Konflikt mit Rekordgewinnen. Wenn wir aber praktisch ausschließlich den finanziellen Erfolg belohnen (A), obwohl wir lieber mehr Nachhaltigkeit und Gerechtigkeit (B) hätten, dann begehen wir oben genannte Torheit. Schön lässt sich das am Beispiel des Unternehmens Apple sehen: Steve Jobs wird als Meister unserer Zeit gefeiert. Warum? Weil er als sogenanntes Marketinggenie Apple zum profitabelsten Unternehmen der Welt gemacht hat. Nun wenden aber kritische Stimmen ein, dass er dies zu einem erheblichen Teil auf Kosten ausgebeuteter Arbeiter und dank laxer Umweltstandards in den produzierenden Ländern erreicht hat. Man stelle sich nun vor, Steve Jobs hätte seine Waren unter moralisch tadellosen Bedingungen produziert. Dies hätte mit Sicherheit dazu geführt, dass Appleprodukte heute nicht die Massenverbreitung hätten, die sie haben, und die Firma heute nicht annähernd den Unternehmenswert besäße, den sie faktisch besitzt. Würde die Welt Steve Jobs dann heute als Genie und „iGod“ feiern? Vielleicht würde man ihn in bestimmten Kreisen rühmen, aber der weltweite Kult um Apple und die Vergötterung seiner Person wäre vermutlich ausgeblieben. Wenn ein Mensch bzw. eine Gesellschaft die höchste Stelle in der Wertehierarchie dem Aktienkurs zuweist, dann werden Moralapelle keine Wirkung zeigen. Geraten ethische Forderungen nämlich mit den höchsten Werten in Konflikt, dann wird praktisch zugunsten der Werte entschieden. Werte bestimmen unser Verhalten, nicht abstrakte Ethik. Die durch Institutionen vermittelten Werte können nicht getrennt werden von den Werten der Individuen. Die Werte von Institutionen beeinflussen das Verhalten von Menschen und das Verhalten der Menschen wiederum gestaltet die Institutionen. Wir müssen uns also fragen: Welche Werte fördern unsere Institutionen? Was sind unsere Werte überhaupt? Was wollen wir als unsere Werte haben? Was sollten unsere Werte sein? Was also ist wirklich wichtig für uns? Wonach lohnt

es sich zu streben und zu leben? Was macht das gute Leben aus? Worin also wollen wir uns, unser Leben, unsere Zeit und unsere Energie investieren?

2. *Novalux Seminar*

Das Novalux-Seminar ist der Geburtsort unserer Idee einer „Investing Society“. Es handelt sich um kein traditionelles Lehrseminar, sondern um ein praxisorientiertes Forschungsseminar im Rahmen des Studiengangs Philosophy & Economics an der Universität Bayreuth: Ziel ist es nicht, vorgefertigtes Wissen und Paradigmen zu reproduzieren, sondern selbst Fragen zu stellen und dann eigenständig Antworten auf diese Fragen zu finden. Es ist somit in gewissermaßen eine Antwort auf die durch Bologna einhergehende Verschulung und Bürokratisierung des Studiums. Hier arbeiten und forschen Studenten unter dezentraler Führung eigenverantwortlich und interdisziplinär in kleinen Projektteams. Damit geht einher, dass es im Gegensatz zu herkömmlichen Seminaren kein von vornherein feststehendes Ergebnis gibt. Das Leitungsteam fördert die Studenten zwar mit ihrem Wissen und ihrer Erfahrung bei den Forschungen, es steckt aber keine festen Wege und Ziele ab. Es erhebt für sich nicht den Anspruch, bereits alle wichtigen Fragen einschließlich passender Antworten bezüglich unserer gesellschaftlichen Zukunftsfähigkeit zu haben. Und so stand am Anfang nur der thematische Rahmen der Bemühungen fest: Ein fundiertes und umsetzbares Konzept für das Wirtschaften der Zukunft zu erarbeiten. Später entwickelte sich daraus das Ziel, eine neuartige Dienstleistung oder ein Produkt zu entwickeln, das nicht nur im Rahmen unseres marktwirtschaftlichen Systems praktikabel und rentabel ist, sondern auch in anderer Hinsicht wertschöpfend und wertbildend ist: Eine ethische Marke im Rahmen eines möglicherweise neuartigen Unternehmenstyps.

Die Idee hinter Novalux basiert auf der aus den USA stammenden sog. „Service Learning“. Hier soll die Ausübung von zivilgesellschaftlichem Engagement mit theoretischer Reflexion verbunden werden. Auf ein universitäres Seminar angewandt ist das Ziel eines solchen Seminars, Theorie und Praxis zusammenzuführen, Kreativität und Selbstständigkeit zu fördern und so ein tiefgehendes und umfassendes Lernen und Denken zu ermöglichen. Der Name des Seminars geht auf eine Idee von Martin Sambauer zurück, der zusammen mit Prof. Dr. Dr. Alexander Brink und David Rohrman die Leitung übernahm. So fand das Seminar seinen Anfang in der Idee einer Marke, eines Gütesiegels oder eines Produktes, das sich durch einen ethisch-moralischen und

nachhaltigen Produktionsprozess auszeichnen sollte. Diese Idee entsprang der Erkenntnis, dass es heute nicht mehr ausreicht, ein Produkt zu ersinnen und es dann mit großem Marketinggeschick und – aufwand in den Markt einzubringen; zumindest nicht, wenn man aufgrund seiner Ausbildung zu einer Aufklärungselite gehören will und ganz sicher nicht, wenn die kommende Generation sich ein lebenswertes Umfeld erhalten will. Dafür ist es notwendig, dass im Wirtschaftsprozess die sozioökologischen Folgen eines Produkts, von der Herstellung über die Verwendung bis zur Entsorgung, berücksichtigt werden müssen. Als erste Produktthese entwarf Martin Sambauer dabei eine Uhr, bei der die komplette Herstellungskette offengelegt werden sollte, so dass man eine nachweislich „ethisch korrekt“ produzierte Uhr ohne Ausbeutung von Arbeitern, Kinderarbeit, Umweltverschmutzung oder ähnliches haben würde. Diese Idee wurde nach einiger Zeit aber wieder aufgegeben. Der Gedanke, reine Luxusprodukte mit Nachhaltigkeit und moralischer Überlegenheit zu einem, mag möglich, vielleicht sogar sinnvoll sein, aber er ist mit Sicherheit ein gefährlicher Balanceakt mit der Gefahr, in eine Farce abzustürzen. So mussten wir zwar eine Idee beerdigen, aber wir waren um viele gestellte Fragen reicher. Brauchen wir eine Verantwortungselite, die mit gutem Beispiel vorangeht und damit besonnenes Wirtschaften gesellschaftsfähig macht? Falls es eine solche Elite gibt, wie identifiziert man sie und wie spricht man sie an? Brauchen wir in Zukunft für neue Produkte und Dienstleistungen auch neue Organisationsformen wie soziales Unternehmertum und neue Zielgruppen? So beschäftigten wir uns tiefer mit dem Thema der Verantwortungselite und der Frage, wie eine solche Elite aussehen müsste und könnte. Wiederum andere schauten sich zunächst bereits bestehende Gütesiegel an und beschäftigten sich mit der Fragestellung, welche Kriterien bisher genutzt wurden, um ethisch einwandfreie Produkte zu zertifizieren und wie man solche Kriterien nachvollziehbar begründen kann. Daraus entstand die Idee von Novalux Young: Junge Menschen sollten als „Stimmen der Zukunft“ befragt werden, welche Werte sie von der Führungselite in Wirtschaft und Gesellschaft vertreten wissen wollen. Mit Hilfe dieser Antworten wollten wir dann Kriterien entwickelt, die ein der Nachhaltigkeit und damit der Generationengerechtigkeit verpflichtetes Produkt bzw. Unternehmen erfüllen sollte.

Wir wussten zwar nicht, was wir genau suchten, aber wir wussten, dass wir die richtigen Fragen und Antworten irgendwo zwischen diesen Themen finden würden. Bei dieser Fülle an Ideen und Informationen wurde jedoch auch deutlich, dass eine stetige Kommunikation und Absprache untereinander unverzichtbar waren. Zu oft hatten wir Schwierigkeiten mit der Vernetzung und Absprache unserer Arbeitsthemen, was dazu führte, dass gute Ideen oft im Sande verliefen. Und so wurde eingerichtet, dass wir uns neben den regelmäßigen Vollversammlungen auch wöchentlich

zu festgelegten Sprechstunden mit der Seminarleitung trafen. Natürlich stießen wir bei der Arbeit auch immer wieder auf unterschiedlichste Probleme. Wir merkten, dass wir uns eine ziemlich große Aufgabe gestellt hatten, die wir in ihrer Fülle und Weite unmöglich innerhalb eines Semesters bewältigen konnten. So entschieden wir uns, das Seminar über die Semester hinweg laufen zu lassen, um so auch neue Studenten und damit neue Anregungen in unsere Gruppe aufnehmen zu können. Zusätzlich stellte sich heraus, dass eine intensivere interne Kommunikation nötig war, um zu gewährleisten, dass bei aller Vielfalt der Ideen Anknüpfungspunkte zwischen den Gruppen erhalten bleiben würden. So wurde ein Internet-Forum aus der Taufe gehoben, das uns die Verständigung untereinander erleichtern sollte. Über die Semester hinweg bauten wir allmählich ein Netz aus Anknüpfungspunkte („Traces“) auf. Dieses besteht aus weiterführenden Fragen und Problemen, die noch nicht vollständig bearbeitet werden konnten und so von anderen Gruppen bei Bedarf und Interesse später weiterverfolgt werden konnten. Diese Verknüpfungen vereinfachten es darüber hinaus auch, den Zusammenhalt zwischen den Gruppen aufrecht zu erhalten, da wir merkten, dass sich immer wieder neue Verbindungen auftaten. Weiterhin waren wir auch immer auf der Suche nach neuen Partnern und Interessenten, die uns unterstützten könnten. Neben einigen Workshops kam unter anderem auch eine Kooperation mit der Mediadesign Hochschule in München zustande, die uns dabei half, ein passendes Logo für unser Projekt zu entwerfen, um so die Idee von Novalux nicht nur in Worte sondern auch visuell fassen zu können. Zusätzlich bekamen wir eine eigene Internetpräsenz (<http://www.novalux.de>), die uns zukünftig als professionelle Repräsentation und Kommunikation nach außen dienen sollte.

Novalux ist ein Projekt, das uns alle nicht mehr losgelassen hat. Selbst ehemalige Studierende haben durch ihr ehrenamtliches Engagement gezeigt, dass ihnen die Arbeit bei Novalux Spaß gemacht hat und sie das ganze Projekt auf die eine oder andere Art berührt hat. Novalux ist also nicht bloß der Versuch, provokante, neue Denkanstöße zu liefern, sondern auch die Arbeit an sich zeigt, dass Lernen auch „anders gehen kann“. Mit dieser Arbeit möchten wir unseren Beitrag zur zukünftigen Gesellschaft leisten und aufzeigen, wie und wo man auf sinnvolle Weise investieren kann. So ist nun also diese Publikation aus einem über viele Semester sich entwickelnden Prozess und aus einem Spinnennetz an Ideen und Arbeiten entstanden, von denen wir gerne die vielversprechendsten vorstellen möchten. Dies bedeutet nicht, dass andere Themen, die in dieser Publikation nicht behandelt werden, komplett in Vergessenheit geraten. Alle diese Arbeiten haben direkt oder indirekt zu der jetzigen Publikation beigetragen. Auch markiert diese Publikation nicht das Ende von „Novalux“. Vielmehr stellt sie das Zwischenfazit eines laufenden Projekts dar.

3. Der Aufbau dieser Publikation

Zunächst reflektieren Martin Sambauer, David Rohrmann und Prof. Dr. Dr. Alexander Brink als Initiatoren des Projekts, in dem Essay „Tempt mort: Oder die Wiederbelebung der erschlagenen Zeit“ über ihre Beweggründe das Seminar „Novalux“ ins Leben zu rufen. Der erste Teil beschäftigt sich mit den Grundlagen des Novalux-Seminars: Warum, Wie und mit welchem Ziel soll ein eigeninitiatives Praxisseminar an einer Universität angeboten werden? Esther Meyer nimmt in ihrer Arbeit „Wirtschaftsethik als Service“ direkt Bezug auf das Seminar „Novalux“, welches die Idee des Service Learning in die akademische Ausbildung übersetzt. Dabei zeigt sie, dass Novalux einen neuen Ansatz für ein Service Learning-Seminar an Universitäten liefert und worin dieser besteht. Im Rahmen der Arbeit „Service Learning 2.0“ stellt David Rohrmann die grundlegende Frage, inwiefern Service Learning eine Möglichkeit darstellen kann, Menschen dahingehend zu bilden, bereit und fähig zu sein, die drängenden Probleme und Herausforderungen unserer Zeit anzunehmen und zu bewältigen.

Der zweite Themenkomplex mit dem sich Novalux beschäftigt hat, ist ethisches Investment: Wie und nach welchen Wertmaßstäben kann Geld ethisch investiert werden? Lukas Gebauer legte in „Ethisches Investment in Nonprofit-Organisationen“ sein Augenmerk auf das Anlageverhalten von Nonprofit-Organisationen. Diese sollten schon ihrer Glaubwürdigkeit wegen sowie der Tatsache Rechnung tragend, dass die Vermögensverwaltung lediglich Mittel zum Zweck ist, verstärkt ethisch investieren. Zu diesem Zweck analysiert er kritisch das Investmentkonzept der Evangelischen Landeskirche unter ethischen, finanzwirtschaftlichen und entscheidungsprozessualen Gesichtspunkten. Fabian Buchwitz arbeitet in seiner Arbeit „Novalux: eine Unternehmensform“ heraus, welche Finanzierungsmodelle und Körperschaften zur Unterstützung sozialen Unternehmertums existieren und inwiefern sich die bereits vorhandenen Modelle mit dem Konzept und Unternehmensansatz von Novalux verbinden lassen. Dies geschieht insbesondere mit Blick darauf, die bestmögliche Unternehmensform für Novalux zu finden oder gegebenenfalls zu entwickeln. Wjatschelslaw Loevs Arbeit „Zwischen Samaritertum und Ablasshandel“ betrachtet hierbei ethisches Investment unter motivationalen Gesichtspunkten: Was motiviert Menschen dazu, neben reinen Renditeerwägungen auch Werte und moralische Überzeugungen in ihre Investmententscheidungen einzubringen? Hierbei wird der Fokus nicht auf klassische Erklärungen der Ökonomik und Ethik auf Motivation gelegt, sondern auf die Erkenntnisse psychologischer Forschung und was diese zur Erklärung moralischer Motivation beitragen kann.

Der dritte Themenkomplex mit dem sich Novalux beschäftigt hat, ist Social Startups: Wie kann soziales Unternehmertum unterstützt und gefördert werden? Die Arbeit „Social Versus Commercial Entrepreneurship“ von Anastasia Belyh setzt sich zum Ziel, das Phänomen sozialen Unternehmertums besser zu verstehen, indem es mit dem kommerziellen Unternehmertum in allen relevanten unternehmerischen Prozessen verglichen wird. Darauf aufbauend wird die Frage beantwortet, warum soziales Unternehmertum sich besser eignet, den sozialen und ökologischen Problemen und den Herausforderungen der industriellen Entwicklung des letzten Jahrhunderts zu begegnen. In „Social Business“ geht Lukas Kocher der Frage nach, wer eigentlich gemeint ist, wenn von unterstützenswerten Projekten und verantwortungsvollen Jungunternehmern die Rede ist. Zu diesem Zwecke wird im Rahmen einer Bestandsaufnahme des deutschen Social Business versucht, eine allgemeingültige Abgrenzung, Klassifizierung und Zuordnung zu erarbeiten. Jan-Phillip Brauchle und Luca Spinelli verfolgen in ihrer Arbeit „Stakeholdertheorie im Kontext von Novalux Young“ die Absicht den Stakeholder-Ansatz auf Novalux zu übertragen. Gemäß diesem Ansatz sind die Stakeholder der strukturierende Faktor eines Unternehmens, deren Interessen der Unternehmensführung als Richtlinie dienen sollen. Davon ausgehend wird mit empirischen Mitteln ein Stakeholdersystem für Novalux herausgearbeitet, um somit das Umfeld für Novalux zu charakterisieren und eine Orientierung für zukünftiges Handeln zu geben. Robert Conrad befasst sich in „Ethische PR als Herausforderung für die Organisation“ mit der Frage, ob es unternehmerische Öffentlichkeitsarbeit geben kann, die auf Ehrlichkeit, Transparenz und Dialogorientierung setzt, also auf Werte, die man im klassischen PR eher nicht finden wird. Dabei untersucht er die Folgen, die die Umsetzung solcher Werte für ein Unternehmen hätten, wie Investor Relations, Community Relations und Public Affairs gestaltet werden können, um diesen Ansprüchen gerecht zu werden und wie eine institutionelle Ausgestaltung aussehen müsste, um manipulative Praktiken zu verhindern.

Der vierte Themenkomplex mit dem sich Novalux beschäftigt hat, ist Ethical Certification: Nach welchen Kriterien sollen Unternehmen, Produkte oder Dienstleistungen als ethisch bzw. unethisch bewertet werden? Alexander Baumann und Jasper Niebuhr entwickeln in ihrer Arbeit „Novalux Rating“ einen Mechanismus, der auf Grundlage ethischer Normen und den Teilbereichen der Nachhaltigkeit Kriterien zur Bewertung von Wirtschaftsakteuren ermöglicht. Als Ausgangspunkt zur Kriterienfindung dient dabei die Befragung von Kindern und Jugendlichen als „Generation von morgen“ mit der Überzeugung, dass diese durchaus ein ausgeprägtes Bewusstsein für die Auseinandersetzung mit Fragen der Nachhaltigkeit und Gerechtigkeit besitzen. In der

Arbeit „Stimmen der Zukunft“ stellen Wjatscheslaw Loev und Esther Meyer die Frage, wie man als Unternehmen die durch Nachhaltigkeit geforderte Generationengerechtigkeit verwirklichen kann. Ihr Argument ist: Indem man der Generation von morgen eine Stimme verleiht und ihr so ermöglicht, mitzugestalten. Dabei werden junge Menschen nach ihrem moralischen Empfinden, danach, was sie für gerecht bzw. ungerecht halten, befragt. Aus diesen Antworten wird dann ein Kriterienkatalog entwickelt. Julia Knopf ergründet in „Klein aber clever“ welche inhaltlichen und linguistischen Aspekte den Gesprächserfolg mit Kindern determinieren und legt dabei den Fokus auf die vom Gesprächsleiter ausgehenden sprachlichen Impulse. Dabei werden die einzelnen Fragen der Novalux-Studie mit Hilfe grammatischer Kategorien der Wort-, Satz- und Textebene analysiert und beurteilt.

Bayreuth, September 2013

Raphael Burckhardt, Viktor Strauß und Dennis Wagner

raphael86@web.de
v_strauss@gmx.de
denniswagner87@hotmail.de