

Castellucci, Nübel, Ritzrau, Rölle

Was sind uns Dinge wert?

Der Zeitenwende eine nachhaltige Richtung geben



ZEITEN **WENDE**

**FRIEDRICH
EBERT** 
STIFTUNG

Ein Projekt der Friedrich-Ebert-Stiftung 2022–2023

Das Fokusprojekt Zeitenwende der Friedrich-Ebert-Stiftung beschäftigt sich mit dem radikalen Veränderungsprozess, den Deutschland und Europa gegenwärtig durchlaufen. Russlands Angriffskrieg gegen die Ukraine stellt gleichzeitig einen Epochenbruch und eine Bewährungsprobe dar. Es müssen neue, an die veränderten Realitäten angepasste Antworten gefunden werden. Dies macht eine außenpolitische Neuorientierung Deutschlands nötig. Das Projekt möchte seinen Teil dazu beitragen, indem es Debatten, Meinungen und Kontroversen zu Deutschlands Rolle in einer sich verändernden Welt abbildet, begleitet und dazu beiträgt. Wir bieten einen Raum zur Diskussion und liefern Informationen für ein vertieftes Verständnis der Problemstellungen.

Ausgehend von unseren Grundüberzeugungen und Werten fragen wir, wie Frieden, Freiheit und Wohlstand auch in Zukunft sichergestellt werden können? Welche Anpassungen in Deutschlands und Europas Politik sind nötig? Und wie könnte ein breiter gesellschaftlicher Konsens zum zukünftigen internationalen Auftreten der Bundesrepublik aussehen? Dabei bieten wir Expert_innen eine Plattform und bleiben jederzeit offen für neue Perspektiven. Wir wollen Meinungsaustausch fördern und gesellschaftliche Partizipation stärken. Kurz, es geht darum die Zeitenwende mit Leben zu füllen. Wir freuen uns, dass Sie dabei sind!

www.fes.de/zeitenwende

Über die Friedrich-Ebert-Stiftung

Die Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) wurde 1925 gegründet und ist die traditionsreichste politische Stiftung Deutschlands. Dem Vermächtnis ihres Namensgebers ist sie bis heute verpflichtet und setzt sich für die Grundwerte der Sozialen Demokratie ein: Freiheit, Gerechtigkeit und Solidarität. Ideell ist sie der Sozialdemokratie und den freien Gewerkschaften verbunden.

Die FES fördert die Soziale Demokratie vor allem durch:

- Politische Bildungsarbeit zur Stärkung der Zivilgesellschaft
- Politikberatung
- Internationale Zusammenarbeit mit Auslandsbüros in über 100 Ländern
- Begabtenförderung
- das kollektive Gedächtnis der Sozialen Demokratie mit u. a. Archiv und Bibliothek.

Inhalt

Was sind uns Dinge wert?

Der Zeitenwende eine nachhaltige Richtung geben	2
Von objektiver zu subjektiver Wertschöpfung	2
Werte sind unteilbar	3
Wirtschaft ist kein geschlossenes System	3
Auf dem Weg zu einer ganzheitlichen Betrachtung von Werten	4
Was uns etwas wert ist	5
Jetzt diskutieren wie wir in Zukunft leben wollen	5
Eine gute Zukunft braucht gemeinsame Werte	5
Schlechte Beteiligung ist schlechter als keine Beteiligung.	5
Fokussierung auf reale nachhaltige Wertschöpfung	6
Durch den wahren Preis von Konsum zu langlebiger Nutzung	6
Wettbewerbsvorteil durch Nachhaltigkeit	6
Echte Wertschöpfung messen statt Wachstums-Voodoo vorgaukeln	6
Ganzheitliches Denken und vertrauensvolle Zusammenarbeit muss gelehrt werden	6
Clubs der Willigen treiben gesellschaftliche und wirtschaftliche Transformation	6
Süd-Nord-Gerechtigkeit durch Partnerschaft auf Augenhöhe	7
Autor_innen	7

Was sind uns Dinge wert?

Der Zeitenwende eine nachhaltige Richtung geben

Die letzte »Wende«, an die wir uns in Deutschland erinnern, war eine Wende hin zu Freiheit und Demokratie, von unten erkämpft. Damit wurde nicht alles für alle gut, vieles ist bis heute unerledigt oder in Wahrheit Daueraufgabe. Aber es ging vorwärts. Auch die aktuelle Zeitenwende darf keine Rolle rückwärts werden in Zeiten, die an Kalten Krieg oder Blockkonfrontation erinnern. Sie braucht eine Richtung: Nach vorne.

Fortschritt wird zumeist aus Krisen geboren. Gerade erkennen wir, reichlich spät, dafür aber überdeutlich, wie abhängig und verletzlich wir geworden sind. Also muss Fortschritt mehr Unabhängigkeit, vorrangig in der Energieversorgung, und größere Resilienz bringen. Damit ist klar und eigentlich selbstverständlich, dass es bei der Zeitenwende nicht nur um die Bundeswehr oder militärische Fragen und Bündnisse gehen kann. Und auch nicht nur um eine Diversifizierung von Lieferketten. Und natürlich nicht um einen Rückfall in Protektionismus oder Nationalismus. Wir müssen uns neu darüber verständigen, was uns etwas wert ist und auch wo. Denn es ist offensichtlich geworden, dass Handel nicht von selbst auch Wandel bringt und tatsächlich nicht einmal Sicherheit. Damit ist die Grundlage entzogen, in der Wirtschaft andere Werte gelten zu lassen als in Politik oder Gesellschaft. In Wahrheit war dieses Konzept nie eine tragfähige Grundlage, vielleicht nicht einmal ein Konzept, sondern eine Behauptung. Sie ist widerlegt. Wirtschaft ist kein geschlossenes System, sondern abhängig von einer stabilen Gesellschaft innerhalb der planetaren Grenzen und dafür auch mitverantwortlich. Werte sind unteilbar. Doch welche Werte?

Von objektiver zu subjektiver Wertschöpfung

Der Begriff der Werte hat viele und teilweise widersprüchliche Bedeutungen. Mariana Mazzucato hat die Entwicklung aus ökonomischer Perspektive seit den Zeiten des Merkantilismus in »Wie kommt der Wert in die Welt« eindrucksvoll beschrieben. Damals war Wertschöpfung bestimmt vom Verständnis, was den Reichtum einer Nation vergrößert. In dieser Zeit strebten Staaten nach weitgehender Autarkie und nutzten dafür protektionistische Maßnahmen. Auch das ist also Vergangenheit und nicht, worauf wir heute zusteuern sollten. Mit Entstehen der mechanisierten Agrarwirtschaft und der anschließenden Industrialisierung beschrieb der Wert eines Produktes die Summe der notwendigen Herstellungs-Leistungen, also die darin enthalte-

nen Produktions-, Arbeits- und Materialkosten. Damit konnte der Wert eines Produktes oder einer Dienstleistung objektiv bestimmt werden. Heute zählt mehr denn je ein subjektiver Maßstab, nämlich was ein Konsument bereit ist zu zahlen. In den letzten 30 Jahren wurde diese Entwicklung stark beschleunigt durch den radikalen Marktglauben. Was der Markt sagte, sollte auf jeden Fall seine Richtigkeit haben, in jedem Fall eher als der Staat. Hinzu kam das zunehmend perfektionierte Konsumentenmarketing, mit dessen Hilfe immer weitere künstliche Konsumwünsche erzeugt wurden und werden. Wohin führt das?

Die Langlebigkeit eines Produktes, eigentlich etwas, das seinen Wert steigern sollte, ist in dieser Perspektive Störfaktor und kann in der Folge sogar technisch begrenzt werden. Mit dem Wandel des Verständnisses von Wertschöpfung von einer objektiven Betrachtung der Herstellung hin zum subjektiven Wert des Nutzens oder des Ansehens für den Nutzer oder Besitzer geht einher, dass bei fehlender Marktgröße keine oder nur unzureichende Investitionen getätigt werden und Forschung etwa für Pharmazeutika gegen sehr seltene Krankheiten unterbleiben, obwohl sie in einer anderen Sichtweise, sozial und moralisch, einen hohen Wert hätten. Das »Innovators Dilemma« besagt, dass notwendige disruptive Zukunftsinvestitionen zurückgehalten werden, da es einfacher und bequemer ist, die Profitkuh mit etablierten nachweislich schädlichen kostenoptimierten Produkten zu melken. Der ursprüngliche Gedanke des klimaschonenden 3 Liter-Autos in den 90er Jahren mutierte zum 3-Liter Hubraum Großstadt-SUV mit hoher Marge und blockierte so lange den Weg in die Elektromobilität in Deutschland.

Anfang der 90er Jahre ermöglichten Globalisierung und Digitalisierung signifikante Produktivitätssteigerungen bzw. Kostenreduktion, hauptsächlich durch Auslagerung der Produktion in Billiglohnländer. Durch diesen Aus-den-Augen-aus-dem-Sinn-Ansatz entfernte sich das Verständnis von Wertschöpfung durch Arbeit und eingesetztes Material noch weiter aus dem Bewusstsein der Konsumenten. Der größte überflüssige Schrott wurde

für Ramschpreise verfügbar. Abgesehen davon waren Externalitäten wie die Auswirkungen auf die Umwelt oder Arbeits- und Lebensstandards in den Produktionsländern für den hiesigen Käufer nicht sichtbar. Die Kosten von Externalitäten wie Umweltdienstleistungen wie Landnutzung, Wasserverbrauch oder Insektenbestäubung wurden nicht gesehen und folglich auch nie eingepreist. Lohnkosten, Arbeitsbedingungen und Umweltverbrauch in Asien, Afrika oder Osteuropa waren weit weg und unsichtbar. Gesetzliche Auflagen waren nicht so restriktiv wie bei uns und damit verbundene Kosten blieben gering. Wert war rein ergebnis-orientiert, der Einfachheit halber als finanzieller Vorteil definiert, für den Einzelnen, häufig für den Shareholder. Um diese Erwartung bedienen zu können wurden Lieferketten digitalisiert, globalisiert und profit-optimiert, jedoch häufig gerade auf Kosten von anderen, breit akzeptierten ethischen, moralischen oder ökologischen Werten.

Mit der Einbindung von Umsätzen aus der Finanzwirtschaft in die Berechnung des Bruttosozialproduktes wurde Finanzdienstleistungen ein Maß an Wertschöpfung zugemessen, das völlig unabhängig von Arbeits-, Material-, oder Produktionskosten entstand. Damit hat sich der Begriff der Wertschöpfung und das Verständnis des Wertes eines Produktes oder einer Dienstleistung noch einmal stärker in Richtung Subjektivität verschoben. Die Überhöhung der Bedeutung des Finanzmarktes und der Verschiebung hin zu virtuellen Werten führte dazu, dass Unternehmen, die digitale Produkte mit subjektiven Werten bereitstellen, z. B. google (Alphabet) oder Meta (Facebook), unverhältnismäßig mehr finanzielles Kapital als Wette auf die Zukunft anziehen als Unternehmen, die mit klassischer Wertschöpfung und realen Produkten des täglichen Lebens und der Infrastruktur Umsätze generieren. Die Marktkapitalisierung von google (1780 Milliarden USD) ist dabei mehr als 30 x höher als der Börsenwert der BASF (50 Milliarden EUR). Dieses Missverhältnis wird noch dramatischer, wenn man Marktkapitalisierung und Umsatz vergleicht. Hierbei hat Alphabet einen ca. 10 x höheren Marktwert als Umsätze. Im Gegensatz dazu macht BASF 1,7 x mehr Umsatz (85 Milliarden Euro in 2021) als das Unternehmen an der Börse wert ist (50 Milliarden).

Werte sind unteilbar

Zu den schmerzlichsten Erkenntnissen dieser Tage gehört die Abhängigkeit von Russland in der Energieversorgung. »Mit einem Kriegstreiber macht man keine Geschäfte«, schreibt der SPD-Vorsitzende Lars Klingbeil mit Blick auf den sozialdemokratischen Altkanzler Schröder. Dem stimmen wir zu. Nur gilt das doch auch für das ganze Land. Dass weiter Putins Öl, Kohle, vor allem Gas importiert wird, während er doch in der Ukraine auch unsere Freiheit angreift, ist kaum erträglich. Doch wenn Wirtschaftsminister Habeck nun unter anderem in Nahost auf die Suche nach Alternativen geht, stellen sich ihm ebenfalls permanent menschenrechtliche und damit ethische Grundfragen. Können wir uns weiter abhängig machen von autoritären Systemen, wenn wir doch jetzt wissen, dass die wirtschaftliche Kooperation eben kein Hebel ist für Menschenrechte, Rechtsstaatlichkeit und Demokratie?

Dabei: Vielleicht erkennen wir, dass es übergreifend ist, andere ändern zu wollen, mit welchen Mitteln auch immer. Das funktioniert nicht von Mensch zu Mensch, es funktioniert auch nicht zwischen Staaten. Menschen können sich nur selbst ändern. Völker können nur selbst ihre Geschicke in die Hand nehmen. Wenn man Deutschland nach 1945 als Gegenbeispiel anführt, muss man sehen, dass zwei Weltkriege und der Holocaust zur Vorgeschichte gehören. Der Punkt ist: Es geht nicht darum, wen und was wir anderswo ändern wollen, es geht darum, wer wir selbst sein wollen.

FDP-Fraktionschef Dürr sprach sich im Deutschen Bundestag in einer frühen Reaktion gegenüber dem Bayerischen Rundfunk dafür aus, die wirtschaftlichen Beziehungen Deutschlands zu Russland mittelfristig abubrechen. Ebenso mahnte er mehr Unabhängigkeit gegenüber China an. Seine Begründung stützt die These von den unteilbaren Werten: In der Vergangenheit seien Menschenrechte zugunsten wirtschaftlicher Vorteile zu sehr ausgeblendet worden. Konsequenz: Nun solle der Handel mit westlichen Ländern gestärkt werden. 2019 warnten Mirjam Meissner und Sebastian Heilmann im Handelsblatt vor möglichen Konsequenzen von Chinas datengestütztem Bonitätssystem. »Marktzugang nur noch für Linientreue?« titelten sie ihren Gastkommentar. Heute drehen wir das um: Machen wir doch unsererseits Nachhaltigkeitskriterien und damit eine ganzheitliche Betrachtung von Werten zur Voraussetzung für wirtschaftlichen Austausch!

Doch die Gegenargumente sind in die Debatte eingebracht. Julian Nida-Rümelin warnt in der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung vor zu viel Idealismus. Ein globaler »Abbau von Wirtschaftsbeziehungen zu nichtdemokratischen Staaten« führe zu Wirtschaftskrisen, sozialer Not, abrupt steigender Arbeitslosigkeit und Elend in den Armutsregionen der Welt. Das kann niemand wollen. Gleichzeitig reicht der Verweis auf die Erfolge der Entspannungspolitik der 70er Jahre nicht aus. Politik muss immer Verständigung suchen. Aber kann das heißen, dass Wirtschaft einfach so weiterläuft wie bisher? Bundespräsident Steinmeier sagte im Juli 2022 anlässlich von 100 Jahren Übersee-Club in Hamburg: »Wir können unseren Weg nicht einfach weitergehen, als wäre nichts passiert – und das gilt für die Politik ebenso wie für die Wirtschaft.« Er sprach sich dafür aus, »unabhängiger von autoritären Staaten zu werden«, neue Partner zu gewinnen und politische Risiken sowie mangelnde Umwelt- oder Sozialstandards einzupreisen: »Der kurzfristig günstigste Preis einer Ware oder eines Rohstoffs spiegelt eben nicht immer alle politischen, ökologischen oder moralischen Risiken wider. Märkte wissen nicht immer alles.«

Wirtschaft ist kein geschlossenes System

Diese Aussagen sollte heute Allgemeinut sein, doch die Entwicklungen der letzten Jahrzehnte wirken machtvoll nach. Mit dem Zusammenbruch der UdSSR Ende der 80er Jahre hatte der Neoliberalismus seinen Siegeszug begonnen. Denn das konkurrierende System war auch als Wirtschaftssystem gescheitert. Eine liberale Marktreform in der Pinochet-Diktatur Chiles, die von freien Wahlen hin zur Demokratie begleitet wurde, berei-

tete den Weg für die Vorstellung, dass freie Märkte der Schlüssel zur Demokratisierung und damit zu freien Gesellschaften seien. Zwischenzeitlich sind Demokratien weltweit jedoch auf dem Rückzug, wie es unter anderem der Transformationsindex der Bertelsmann Stiftung oder der Demokratieindex des Economist belegen. Die These vom freien Handel als Wegbereiter von Demokratie kann als widerlegt gelten.

Unterdessen sind Risiken der globalisierten und kosten-optimierten Wertschöpfungsprozesse im Sinne des Shareholder-Values offensichtlich geworden. Das spricht nicht gegen Globalisierung oder Kostenoptimierung, wohl aber gegen radikale Ausformungen und unvollständige Rahmensetzungen, die Negativwirkungen unzureichend bepreisen. So wurde die Herstellung von zentralen Produkt-Komponenten wie Computer-Chips in der Automobilfertigung, chemischer Vorprodukte, ebenso wie pharmazeutischer Grundstoffe von mRNA-Impfstoffen oder billiger Massenartikel wie Schutzmasken ausgelagert. Die Corona-Pandemie hat die damit zusammenhängenden Lieferengpässe und Umsatzeinbußen der deutschen Industrie im Jahr 2020 drastisch vor Augen geführt. Dass freie Märkte, freier Handel und unbegrenzte Leistungsfähigkeit von globalen integrierten Wertschöpfungsketten bei garantierter oder möglichst steigender Rendite stabil und ausfallsicher sind, wurde binnen weniger Tage als Illusion entlarvt. Und es muss nicht einmal eine Pandemie sein. Ein quer liegender Containerriesen im Suez-Kanal ließ die Produktionsbänder in Europa im Frühjahr 2021 stillstehen.

Die Privatisierung von Gewinnen durch Ausschüttung von Dividenden und die Sozialisierung von Kosten hat sich in den vergangenen Jahren verstärkt. Die aktuelle Diskussion zur Gasumlage zeigt dies sehr klar. Radikalisierte Wettbewerbslogiken und durchdringende Marketing-Slogans à la »Geiz ist geil« bleiben nicht ohne gesellschaftliche Auswirkungen, vor allem auf den Zusammenhalt und damit die Resilienz, wie es Andreas Reckwitz sehr klar in seinem Buch »Gesellschaft der Singularitäten« thematisiert. Schließlich haben übersteigerter Individualismus, neoliberale Unternehmensführung und Nullzins-Politik als Konjunkturstimulus über die vergangenen Jahre zu immer mehr Ungleichheit in der Einkommens- und Vermögensverteilung innerhalb von Gesellschaften und zwischen Ländern geführt. Wo Ärzte Zusatzleistungen verkaufen, bevor Untersuchungen durchgeführt werden, wo Studiengänge nur noch auf Markt-gängigkeit hin entwickelt werden, wird deutlich, wie sich die Ökonomisierung in andere gesellschaftliche Bereiche hineingefressen hat. Wirtschaft findet keinesfalls nur in der Wirtschaft statt.

Das Nachdenken beginnt in Wahrheit also genau an dem Stoppchild, das Nida-Rümelin aufgestellt hat. Also: Wie sorgen wir für Kohärenz unserer Werte in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, ohne Wirtschaftskrisen, soziale Not und Elend auszulösen? Dafür müssen wir sie klären und in Entscheidungsprozessen zur Anwendung bringen.

Auf dem Weg zu einer ganzheitlichen Betrachtung von Werten

Der rechtliche und betriebswirtschaftliche Verantwortungsrahmen von Unternehmen wird durch Gesetze oder Berichtspflichten sehr klar definiert, schließt externe Faktoren jedoch bislang weitestgehend aus. Das neue Lieferkettengesetz oder eine CO₂-Steuer sind ein erster Versuch die Verantwortung eines Unternehmens entlang des Wertschöpfungsprozesses zu erweitern. Die neue EU-Taxonomie als Bewertungsrahmen für nachhaltige Investitionen ist wegen der Einstufung von Atomkraft und Erdgas als klimafreundliche Energieformen zurecht umstritten. Das Instrument ist insgesamt dennoch als weiterer Versuch zu werten, Nachhaltigkeitsbestrebungen greifbar zu machen, indem Standards zur Veröffentlichung von Anpassungskosten aufgrund des Klimawandels gesetzt werden.

Auch in der Wirtschaft selbst gibt es Bewegung: Nach Jahrzehnten des Quartalsdrills der Finanzergebnisse am Kapitalmarkt gewinnt das Konzept der Nachhaltigkeit als ganzheitliche Betrachtung und Bewertung von sozialer, ökologischer und ökonomischer Leistung und Verantwortung eines Unternehmens in den vergangenen Jahren an Bedeutung. Hierbei sind jedoch nicht vorrangig die Besorgnis von Fridays-for-Future um die gesellschaftliche Stabilität oder das Verständnis der Abhängigkeit von einer intakten natürlichen Umwelt der größte Treiber, sondern die Risikokontrolle von Fremd-Kapitalgebern. Es geht um langfristige Einlagensicherheit und erwartete Dividenden in die Geschäftsmodelle ihrer Investitionsobjekte. Um Risiken zu minimieren, erwartet beispielsweise BlackRock, das weltgrößte Investitionshaus, von seinen Investitionsobjekten eine klare Klimastrategie mit dem Ziel einer Klimaneutralität bis 2050 und droht sogar mit De-Investitionen aus nicht nachhaltigen Unternehmen.

Innerhalb von Unternehmen macht es die hergebrachte Fokussierung auf Finanzkennzahlen allerdings schwer, Nachhaltigkeit in Entscheidungsprozesse einzubinden. Entsprechend wurde versucht, Sozial- oder Umweltleistungen in ökonomische Kenngrößen umzurechnen und damit vergleichbar zu machen. Bei SAP konnte beispielsweise nachgewiesen werden, dass eine positive oder negative Veränderung bei der Mitarbeiterbindung um 1 Prozentpunkt zu einem entsprechenden positiven oder negativen Einfluss von 55 - 65 Millionen € auf das operative Ergebnis führt (basierend auf 2018 Ergebnissen).

Eine solche Monetarisierung kann ein erster Schritt ist, um Nachhaltigkeit in Unternehmen greifbar zu machen und in Entscheidungsprozesse einbinden zu können. Es bleibt jedoch eine Krücke und unterstützt das monetaristische Denken, in dem nur Marktwerte oder Kosten, ausgedrückt in Euro oder Dollar, das Maß aller Geschäftsentscheidungen sind. Doch nicht alles, was etwas wert ist, lässt sich auch messen und dadurch in Zahlen ausdrücken. Bei Kinder- oder Zwangsarbeit, Sicherheit oder Geschlechtergerechtigkeit gibt es nur richtig oder falsch. Nicht nur kapitalmarkt-orientierte Unternehmen stecken in diesem Dilemma. Ohne den Quartalsdruck von Kapitalgebern haben eigentümergeführte Unternehmen prinzipiell andere Möglichkeiten, Entscheidungen zu treffen. Hier ist es jedoch der Preis-

druck am Markt, der dazu führt, ökologische Externalitäten oder gesellschaftliche Verantwortung außer Acht zu lassen. Gesellschaftliche Verantwortung und akzeptierte Werte werden folglich immer noch nicht wirklich in Entscheidungsprozesse in Unternehmen einbezogen. Es ist Zeit für den nächsten Qualitätssprung. Und es wäre nicht das erste Mal, dass eine Krise ihn auslöst.

Was uns etwas wert ist

Eine wesentliche Rolle bei der Wertevermittlung – und damit auch bei einem Wertewandel – spielen Institutionen, die auch als Werteagenturen einer Gesellschaft bezeichnet werden können. Bisherige Agenturen wie Kirchen, Gewerkschaften und Parteien leiden allerdings unter teilweise massivem Schwund an Mitgliedern und gesellschaftlicher Akzeptanz. Entsprechend müssen ihre Kräfte reaktiviert werden oder andere Agenturen diese Wertvermittlung übernehmen, sodass z. B. Respekt, Ehrlichkeit oder Gerechtigkeit für einzelne wieder mit konkreten Inhalten verbunden werden. Seit den 90er Jahren ist der Primat der Politik gegenüber dem dominierenden Wirtschaftsliberalismus eingefordert worden, dabei ging es konkret um die Rückabwicklung von Privatisierungen, aber genereller um die Rückgewinnung von Gestaltungsmacht von Politik. Doch Veränderungen in der Bedeutung von Werten aus der Ökonomie können auch aus der Gesellschaft initiiert werden. Nachhaltigkeit bedeutet auch, die gesellschaftlichen Teilbereiche nicht gegeneinander zu stellen, wenn Lösungen gesucht werden, die anschließend für alle gesellschaftlichen Teilbereiche verbindlich sein sollen. Also geht es nicht um Vorrang, sondern um Partizipation. Dass Letztentscheidungen von Politik stellvertretend für alle getroffen werden müssen, ist davon unbenommen.

Jetzt bestehen drei grundlegende Herausforderungen: Erstens, wie sieht ein gemeinsamer Werte-Kanon aus? Zweitens, wie kann dieser auf einer möglichst breiten Basis der Akzeptanz entstehen? Drittens, wie kann daran anknüpfend die Sozial- und Umweltleistung für eine ganzheitliche Wertbetrachtung vergleichbar gemacht werden? Gleichzeitig werden uns die vielfältigen Folgen des Klimawandels, darunter anhaltende Dürre, zunehmende Starkregenereignisse, unmittelbar vor Augen geführt. Was ist also zu tun? Dazu haben wir folgende zehn Thesen entwickelt:

Jetzt diskutieren wie wir in Zukunft leben wollen

Die Stimmungslage im Herbst 2022 ist krisengeprägt vor allem durch kurz- oder mittelfristige Schocks wie den Krieg in der Ukraine und die dadurch verstärkte hohe Inflation, darunter die immens steigenden Energiepreise. Entsprechend zielen die politische Reaktion und Kommunikation auf Entlastungen und darauf, in der Krise niemanden alleine zu lassen. Das ist so richtig wie unzureichend, zumal es Menschen auf Objekte oder Zielgruppen von Hilfe reduziert. Was fehlt, ist eine positive Vorstellung, wie die Welt nach der Krise aussehen und was in der Krise dazu von wem beigetragen werden kann, diese zu erreichen. In

Wahrheit verschränken sich ja unterschiedliche Krisen der vergangenen Jahre, die Auflösung einer Weltordnung, die Wirtschafts- und Finanzkrise der späten Nullerjahre, kriegsbedingte starke Fluchtbewegungen, die Pandemie, darunterliegend die globale Erwärmung. Sie alle halten Lehren bereit und verstärken neben Sehnsüchten nach einem Ende oder einer vermeintlich »guten alten« Zeit davor eben auch die Gewissheiten, dass es nicht einfach so weiter geht und Veränderungen alle betreffen werden. Was alle betrifft, sollte von allen mitgestaltet werden. Es ist Zeit für einen breit angelegten Zukunftsdiskurs, wie wir leben wollen. Er muss, soll er Wirkung entfalten, von der Bundesregierung gemeinsam mit Partnern aus allen gesellschaftlichen Bereichen initiiert werden.

Eine gute Zukunft braucht gemeinsame Werte

Eingebettet in einen Zukunftsdialog kann auch der Wertediskurs seine Abstraktheit verlieren. Zukunftsbilder entstehen, wenn Menschen darüber ins Gespräch kommen, was ihnen wichtig, also etwas wert ist. Solche Gespräche kommen selten von selbst zustande. Es braucht einen geeigneten Rahmen, vor allem braucht es Zeit, in der sich eine förderliche Atmosphäre entwickeln kann. Umstellt von Problemen öffnen wir uns nicht einfach für kreative Prozesse. In den kurzen Phasen, die man zwischen Krisen empfinden mag, fehlt hingegen der Anreiz. Also ist nie der exakt richtige Zeitpunkt, es kommt vielmehr auf die Initiative, ein kluges Design und geeignete Methoden der Beteiligung an. Hierfür gibt es eine Reihe guter Beispiele für Veränderungsprozesse, vor allem in Unternehmen.

Schlechte Beteiligung ist schlechter als keine Beteiligung.

Schlecht ist Beteiligung, wenn Ziele und Reichweite der Beteiligung unklar bleiben, wenn Ergebnisse nicht rückgekoppelt werden, wenn es gar keine Ergebnisse gibt. Leider ist der erste Bürgerrat der Bundesregierung zum Thema »Deutschlands Verantwortung in der Welt« eines dieser prekären Beispiele, denn er lief parallel zum Pandemiegeschehen, mithin zu einem Zeitpunkt, der kaum Aufmerksamkeit für andere Themen ließ, und war völlig von politischen Prozessen wie etwa der Erstellung eines Weißbuchs entkoppelt. Was hätte demgegenüber ein Bürgerrat zur Bewältigung der Corona-Pandemie an Vertrauensbildung leisten können! Lädt man nach diesen Erfahrungen zu einem Zukunftsdialog ein, muss unmittelbar klar werden, dass das Unterfangen ernst gemeint ist. Das kann auf unterschiedliche Weise erreicht werden, etwa durch die Zusage, staatliche und private Investitionen in Bereiche zu lenken, die den Werten der Gesellschaft entsprechen und zu Sprung-Innovationen führen. Es sollte nicht wundern, wenn beispielsweise Forschung zu seltenen Krankheiten oder zur Vernetzung von erneuerbarer Energieproduktion in kleinräumigen Bürger-Energie-Genossenschaften, in der Folge intensiviert würde.

Fokussierung auf reale nachhaltige Wertschöpfung

Eine weitere Möglichkeit ist, durch Maßnahmen, die den Start begleiten, den Veränderungswillen der Einladenden deutlich machen. Als eine geeignete Maßnahme schlagen wir vor, Prozesse, die offensichtlich keine Wertebasis abbilden, nicht nur aus wirtschaftlichen Kennzahlen auszugliedern, sondern zu beenden. Im Sinne der geforderten Konsistenz von Werten, die dann für die unterschiedlichen gesellschaftlichen Teilbereiche gleichermaßen gelten, muss die Finanzwirtschaft an die Realwirtschaft gekoppelt sein. Spekulation mit Nahrungsmitteln, Leerverkäufe oder Wetten gegen Währungen gehören in den Bereich des Glücksspiels und sollten allenfalls im privaten Rahmen von Casinos und Kneipennebenzimmern stattfinden. Selbst die Möglichkeit der Gewinnmaximierung aus digitalem und automatisierten Aktienhandel, der kurzfristige Kursgewinne optimiert und nicht auf nachhaltige Wertschöpfung zielt, sollte neu bewertet werden.

Durch den wahren Preis von Konsum zu langlebiger Nutzung

Ohne dem Wertediskurs vorzugreifen ist klar, dass Konsumenten Transparenz brauchen, um auf Basis ihrer Werte Entscheidungen treffen zu können. Dazu zählen die ganzheitlichen und objektiven Herstellungs-, Nutzungs- und Recyclingkosten inklusive des ökologischen und sozialen Fußabdrucks über den gesamten Lebenszyklus und die wirtschaftliche Nachhaltigkeit im Sinne der Langlebigkeit. Hier besteht umfassender Regelungsbedarf, was Veröffentlichungspflichten angeht, aber auch Forschungsbedarf, wie etwa ein sozialer Fußabdruck vergleichbar gemacht werden kann oder was geeignete Darstellungsformen angeht, die die geforderte Transparenz auch einlösen.

Wettbewerbsvorteil durch Nachhaltigkeit

Daraus ergibt sich ein Wettbewerbsvorteil anstatt eines Wettbewerbsnachteils für Unternehmen, die heute schon ganzheitlich arbeiten. Durch politische Steuerung müssen nachhaltige Produkte zu den günstigeren Produkten werden, damit Kaufanreize richtig gesetzt und breite Bevölkerungsschichten in die Lage versetzt werden, nach ihren Werten zu konsumieren.

Echte Wertschöpfung messen statt Wachstums-Voodoo vorgaukeln

Es ist häufig das Schicksal von Veränderungsprozessen oder Nachhaltigkeitsdiskursen, dass zwar einerseits Strategiepapiere entstehen, andererseits aber machtvoll Prozesse, wie etwa der Haushaltsaufstellung in Behörden oder Kommunen, davon unbehelligt weiterlaufen. Die Veränderung bleibt so stecken. Es ist in unserem Zusammenhang zwingend, die zentrale Kenngröße der Volkswirtschaft, das Bruttoinlandsprodukt, so zu fassen, dass es die Werte der Gesellschaft abbildet. Sonst bleibt es

dabei, dass jeder Autounfall das Wachstum ankurbelt, weil er Reparaturen oder Neukauf auslöst.

Ganzheitliches Denken und vertrauensvolle Zusammenarbeit muss gelehrt werden

Daneben sind Bildung, Ausbildung und Weiterbildung entscheidend. Die Lehre an Universitäten und Hochschulen rekapituliert vielfach altes Denken und zementiert es dadurch. Lehrpläne und Curricula brauchen ein Update weg von der Silo-Optimierung einzelner Unternehmen hin zu transparenter und ressourcenorientierter Wertschöpfung und -erhaltung in Liefer- und Nutzerketten entlang eines gesamten Lebenszyklus von Produkten.

Clubs der Willigen treiben gesellschaftliche und wirtschaftliche Transformation

Bleibt die Frage, wie im Falle eines Aggressors wie Russlands angemessen und konsistent reagiert werden kann. Zunächst ist von Fakten auszugehen. Natürliche Ressourcen sind in der Welt so verteilt, wie sie es sind. Die Globalisierung ist weit fortgeschritten, Lieferketten sind verzweigt und kaum ein Produkt zur Gänze »Made in...«. Am Beispiel Afghanistans kann man sehen, wie sehr eine Bevölkerung leidet, wenn ein Machtwechsel zu abruptem Abbruch von (Wirtschafts)-Beziehungen führt. Extreme Armut ist Hinderungsgrund Nr. 1 für eine nachhaltige Entwicklung und darum auch zurecht im ersten Nachhaltigkeitsziel der Vereinten Nationen adressiert. Wirtschaftsbeziehungen zu Diktaturen oder autoritären Regimen einfach abubrechen, würde einer nachhaltigen Entwicklung definitiv schaden. Es ist also die richtige Strategie, auf den beispiellosen Angriff Russlands auf die Ukraine mit beispiellosen Gegenmaßnahmen, Sanktionen und Waffenlieferungen, zu reagieren, sowie schnellstmöglich die Unabhängigkeit von dessen Rohstoffen und Produkten zu erreichen. Mehr Unabhängigkeit verlangt außerdem vor allem Diversifizierung der Handelspartner und Wiederaufbau eigener Kapazitäten, wo das möglich ist. Förderung und Ausbau von Wirtschafts- und insbesondere Handelsbeziehungen sollten hingegen innerhalb von neuen Allianzen geschehen, die sich gemeinsam auf den Pfad einer nachhaltigen Entwicklung in allen ihren Dimensionen machen, inklusive der Umwelt und des Sozialen mit der Betonung von Menschenrechten und »gutem Regieren«. Der Klimaclub, der von Bundeskanzler Scholz in Elmau initiiert wurde, ist dafür ein Beispiel, dem weitere folgen sollten, z.B. die Gemeinschaft der Kreislaufwirtschaft.

Süd-Nord-Gerechtigkeit durch Partnerschaft auf Augenhöhe

Und Europa sollte sich beim Aufbau neuer Allianzen strategisch dem Nachbarkontinent Afrika widmen. Hier liegen große Potenziale, unter anderem für die Sicherung natürlicher Ressourcen, von Arbeitskräften und für eine nachhaltige Entwicklung im

Bereich Bevölkerungsentwicklung, Urbanisierung und Ernährung. Dazu müssen wir endlich stereotype Sichtweisen überwinden und lernen, partnerschaftlich an gemeinsamen Zielen zu arbeiten, in dem wir lokale Wertschöpfung fördern und nicht nur Rohstoffe extrahieren.

Gefragt ist nichts weniger als eine gemeinschaftliche Entwicklung von Zukunftsvisionen und deren möglichen Umsetzungspfade. Auf dieser Basis kann die Zeitenwende gelingen: hin zu einer wirtschaftlich, sozial und ökologisch durchhaltbaren Zukunft.

Autor_innen

Prof. Dr. Lars Castellucci, MdB, Hochschule der Wirtschaft für Management, Mannheim

Prof. Dr. Rainer Nübel, Hochschule Fresenius, Heidelberg

Prof. Dr. Will Ritzrau, Hochschule Fresenius, Heidelberg

Prof. Dr. Daniel Rölle, Hochschule Fresenius, Heidelberg

Impressum

Juli 2023

© Friedrich-Ebert-Stiftung

Herausgeberin:

Friedrich-Ebert-Stiftung e.V.

Godesberger Allee 149, 53175 Bonn

Fax: 0228 883 9205

www.fes.de/zeitenwende

Für diese Publikation sind in der FES verantwortlich:

Peer Teschendorf, Abteilung Internationale Zusammenarbeit

Bestellung/Kontakt: christiane.heun@fes.de

Die in dieser Publikation zum Ausdruck gebrachten Ansichten sind nicht notwendigerweise die der Friedrich-Ebert-Stiftung. Eine gewerbliche Nutzung der von der FES herausgegebenen Medien ist ohne schriftliche Zustimmung durch die FES nicht gestattet. Publikationen der Friedrich-Ebert-Stiftung dürfen nicht für Wahlkampfzwecke verwendet werden.

Titelfoto:

picture alliance/photothek | Jürgen Schwarz

ISBN 978-3-98628-411-4