

WALDEMAR ZEILER
MIT KATHARINA HÖFTMANN CIOBOTARU
UNFUCK THE ECONOMY



*»Corona stürzt uns in die schlimmste Krise
seit dem Zweiten Weltkrieg und macht unsere
Probleme deutlich sichtbar: Wir müssen jetzt für
eine neue Wirtschaft kämpfen!«*

WALDEMAR ZEILER

WALDEMAR ZEILER
mit Katharina Höftmann Ciobotaru

UNFUCK THE ECONOMY

**Eine neue Wirtschaft
und ein neues Leben für alle**

Mit einem Vorwort
von Maja Göpel

GOLDMANN

Bei diesem Buch wurden die durch das verwendete Material und die Produktion entstandenen CO₂-Emissionen ausgeglichen, indem der Goldmann Verlag ein Projekt zur Aufforstung in Brasilien unterstützt.

Weitere Informationen zu dem Projekt unter:

www.ClimatePartner.com/14044-1912-1001



Klimaneutral
Druckprodukt

ClimatePartner.com/14044-1912-1001



Sollte diese Publikation Links auf Webseiten Dritter enthalten, so übernehmen wir für deren Inhalte keine Haftung, da wir uns diese nicht zu eigen machen, sondern lediglich auf deren Stand zum Zeitpunkt der Erstveröffentlichung verweisen.



Dieses Buch ist auch als E-Book erhältlich.



Penguin Random House Verlagsgruppe FSC® N001967

2. Auflage

Originalausgabe Oktober 2020

Copyright © 2020 by Wilhelm Goldmann Verlag, München,
in der Penguin Random House Verlagsgruppe GmbH,
Neumarkter Str. 28, 81673 München

Umschlaggestaltung: UNO Werbeagentur, München

Redaktion: René Stein

DF · Herstellung: kw

Satz: Uhl + Massopust, Aalen

Druck und Bindung: CPI books GmbH, Leck

Printed in Germany

ISBN 978-3-442-31595-6

www.goldmann-verlag.de

Besuchen Sie den Goldmann Verlag im Netz



INHALT

Vorwort von Maja Göpel	7
Warnhinweis und Gebrauchsanleitung	13
Warum das Ganze?	15
Wirtschaft ist Geschichte	25
UNFUCK Ungleichheit	33
UNFUCK Klima- und Biodiversitätskrise.	55
UNFUCK Politik	83
UNFUCK Arbeit	119
(UN)FUCK Corona	157
Demokratie Update – warum Bürger_innenräte gut für die Demokratie sind.	164
Die Unternehmer_innen-Version vom hippokratischen Eid.	175
Die Welt als Donut	177
Ein gesellschaftliches Betriebssystem – Theorie U	182
Eine Frage des Menschenbilds: »Im Grunde gut«	192
(Happy) End	199
Politiker_innen:	199
Konsument_innen/Kund_innen:	203
Unternehmer_innen:	203

Gründer_innen:	205
(Cis)-Frauen und LGBTQIA+:	206
(Cis)-Männer:	207
Wirtschaftskritiker_innen:	208
Bürger_innen:	208
Mitarbeiter_innen:	209
Lehrkräfte/Professor_innen:	210
Medienmacher_innen/Journalist_innen:	211
Schüler_innen/Student_innen:	211
Millionär_innen/Milliardär_innen:	212
Alle (Praxisübung):	212
Dank	215
Lektüreliste	219

VORWORT VON MAJA GÖPEL



Vielleicht ist Ihnen der Titel und die Sprache zu krass und zu denglisch. Oder Abrissbirnen waren für Sie noch nie ein Symbol, das für konstruktive Kritik stand. Lesen Sie das Buch trotzdem. Denn Sie halten die Reise eines Gründers und Unternehmers in der Hand, die wunderbar veranschaulicht, warum unsere Ideen und Identitäten mit unseren Aktivitäten und Organisationsstrukturen unmittelbar zusammenhängen. Wie eng ökonomische Konzepte und gesellschaftliche Diskurse über erfolgreiche Entwicklungen miteinander verknüpft sind, und wieso diese Mechanismen zu einer Blockade für nachhaltige Entwicklung geworden ist. Und es bringt auf den Punkt, was Wissenschaftler_innen beschreiben, aber niemals so direkt als Handlungsanweisung formulieren können: dass es an uns Menschen liegt, Geld und Vergütung wieder mit Werten und Wertschöpfung in Einklang zu bringen und ehrlich zwischen produktiven Strukturen zur Sicherung des Gemeinwohls und extraktiven Strukturen zur Sicherung von Verhältnissen zu unterscheiden.

Dabei ist das Buch eine Streitschrift und keine detailliert ausgearbeitete Transformationsschrift – aber in seiner Unmissverständlichkeit und mit seinen deutlichen Ansichten dürfte

es sich kaum von den starken Thesen der Start-up- und Unternehmerliteratur unterscheiden, die Waldemar Zeiler gleich in der Einleitung dafür verantwortlich macht, dass viele unglaublich schlaue und ambitionierte junge Menschen auf so monodimensionale Perspektiven wie Erfolg und Wirtschaften eingeschworen werden.

Dass wir diesen Tunnelblick dringend weiten müssen, das ist die Kernbotschaft des Buches. Denn wir haben ein verrücktes 20. Jahrhundert hinter uns, in dem unvorstellbares Leid und unvorstellbarer Wohlstand möglich wurden durch menschliche Erfindungen und Kooperation, aber auch durch Zerstörung und Ausbeutung. Das 21. Jahrhundert schickt sich an, noch viel verrückter zu werden. Schließlich haben wir es nicht mehr mit drei bis sechs, sondern mit bis zu zehn Milliarden Menschen zu tun. Nicht mehr mit Dampflok und Telegrammen, sondern mit Magnetbahnen und Quantencomputern. Nicht mehr mit nationalen Wirtschaftsräumen, sondern mit global vernetzten Abläufen. Konstant ist dabei eines geblieben: All diese menschlichen Entwicklungen finden auf einem einzigen Planeten statt. Auf unserem Raumschiff Erde.

Menschliches Leben passiert genau hier und nirgendwo, weil es in ein großes, umspannendes Netzwerk biologischen Mit-lebens eingewoben ist. Die Luft, die wir atmen, das Wasser, das wir trinken, die Nahrung, die wir zu uns nehmen, haben schon viele Male substanzielle Veränderungen durchgemacht, den Verdauungstrakt menschlicher und tierischer Körper durchlaufen und sind immer wieder durch Pflanzen, Pilze, Mikroben und Mineralien so umgewandelt worden, dass für uns wieder und wieder Energie bereitgestellt wird.

Interessanter- und zunehmend tragischerweise ist uns diese

existenzielle Wahrheit in modernen kapitalistischen Gesellschaften mit ihrem Fokus auf Geldwerte, technologische Durchbrüche und künstliche Infrastrukturen weitgehend abhandengekommen. Allen Warnungen zum Trotz wird die natürliche Wertschöpfung unseres wunderschönen Bioreaktors namens »Natur« nicht positiv bilanziert, sondern möglichst aus den Berechnungen ausgeklammert. Die Preise sagen auch nach vierzig Jahren Agenda für nachhaltige Entwicklung nicht die Wahrheit. Sie spielen uns eine Scheinwelt vor, in der Daten und Finanzen die wichtigsten Zutaten einer erfolgreichen Wirtschaft zu sein scheinen – auch wenn niemand davon satt wird.

Wenn also das Ziel eines Start-ups der schnelle Exit der Investoren ist und der Verkaufspreis an Konzerne den Erfolg ausdrückt, treibt das vielleicht Innovationen in unserer Gesellschaft voran – sorgt aber nicht unbedingt dafür, dass diese Innovationen auch nachhaltig sind. Zu dieser nachhaltigen Entwicklung gehört auch eine soziale Komponente: Was denken sich Köchinnen, Busfahrer, Pflegerinnen und Bauern, wenn einige schlaflose Jahre an Programmieren und Tischtennispielen dafür ausreichen, nie wieder aufstehen zu müssen, weil die Vergütungen für digitale Vermittlungsleistungen oder finanzielles Engineering plötzlich so viel höher ausfallen als für das eigentliche Herstellen von Waren und Dienstleistungen? Wie konnte es so weit kommen, dass der Marktwert von Unternehmen, ohne deren Produkte wir alle problemlos überleben könnten, den der Unternehmen weit übertrifft, die unsere Versorgungssicherheit gewährleisten? Überhaupt: Wieso gelten die Unternehmen als besonders wertvoll, die keine Steuern zahlen und dafür Aktien zurückkaufen, die

Dividende über die Vergütung für ihre Mitarbeiter stellen und während der Corona-Pandemie sogar Rettungspakete, finanziert vom Steuerzahler, an die Aktionäre weiterreichen? Auch hier bietet das Buch viele Beispiele, warum in einer solchen Wirtschaftspraxis soziale und ökologische Nachhaltigkeit auf der Strecke bleiben.

Vielleicht sind es auch eher diese kurzfristigen Bedrohungen, mit denen die soziale Marktwirtschaft zu kämpfen hat, als die immer noch als langfristig betrachteten Umweltprobleme, die momentan so viele Unternehmer_innen dazu veranlassen, sich für Nachhaltigkeit und faire Rahmenbedingungen zu engagieren. Denn schließlich schlummert (wenigstens) in dem ehrbaren Kaufmann doch eine Identität des fairen (Ver)handelns und ein Verständnis dafür, dass auch eine Unternehmung immer in gesellschaftliche Netzwerke eingewoben ist. Auch für diese strukturellen Fragen hat Waldemar Zeiler aktuelle Beispiele herangezogen. Sie zeigen, dass Gemeinwohlorientierung dann am besten gelingt, wenn dahinter auch eine entsprechende Gemeinschaft steht, ob nun in unternehmerischen oder politischen Kontexten.

Was wir dafür loslassen sollten und was dann entstehen kann, das beschreibt das Buch in einem dauerhaften Wechselspiel zwischen ethischen Fragen, strukturellen Analysen und persönlicher Dokumentation des eigenen Suchprozesses als Unternehmer und im gesellschaftlichen Engagement. Nach einer knackigen Tour-de-Force durch Missstände genauso wie Stellschrauben für wünschenswerte Veränderungen werden Sie sehen, dass es sicher kein einfacher Weg ist, der vor uns liegt. Vor allem aber wird Sie eine Perspektive nicht mehr loslassen: Aus einem »geht nicht« wird bei ehrlicher Betrachtung

in aller Regel ein »will nicht.« Und genau das können wir uns in dieser Krisen- und Transformationszeit nicht leisten.

Aus wissenschaftlicher Perspektive spricht prinzipiell nichts dagegen, dass wir hohe Lebensqualität und kreative Entfaltung, angemessene Versorgungssicherheit und verlässliche Kooperation, sinnvolle Arbeit und regenerative Landschaften auch mit und für 10 Milliarden Menschen sicherstellen können. Dafür müssen wir aber genau das wollen. Dafür wird die Corona-Zeit, in der sich Selbstverständlichkeiten der alten Normalität in Serie auflösen, eine große Chance bieten. Für diese Chance streitet dieses Buch. Selbst wenn Sie einiges anders sehen sollten als in diesem Buch beschrieben, so bleibt 2020 das Jahr, in dem wir Sie und all Ihre Fähigkeiten brauchen, über sich hinauszuwachsen.

Ihre
Maja Göpel

(Die Ökonomin Maja Göpel ist Transformationsforscherin und gilt als Expertin auf dem Gebiet der Nachhaltigkeitswirtschaft. Ihr Buch *Unsere Welt neu denken* hat es bis auf die SPIEGEL-Bestsellerliste geschafft.)

WARNHINWEIS UND GEBRAUCHSANLEITUNG



Dieses Buch, besser gesagt diese Streitschrift, wird dich überfordern und dir nicht annähernd alles erklären, was du wissen musst.

Aber keine Sorge, uns als Autor_innen¹ erging es ähnlich, auch wir waren ziemlich überfordert. Nicht nur weil dieses Buch mitten in die Corona-Zeit fiel und damit voll in die Lockdown-Phase inklusive Schließung von Kitas und Kindergärten. Mitautorin Katharina wohnt in Tel Aviv, wo der Lockdown sogar noch strenger ausfiel als in Deutschland. Sie musste nebenher zwei Söhne (drei und sechs Jahre alt) bespaßen, und auch mein fast vierjähriger Sohn hatte Besseres vor, als mir beim Schreiben eines Buches oder beim Videocall mit Katharina zuzusehen. Aber vor allem war es eine thematische und zeitliche Heraus- und teilweise Überforderung. Vermutlich hätte es über ein Jahr gebraucht und über eintausend Seiten statt drei Monate und über 220 Seiten, um den behandelten Themen wirklich gerecht zu werden. Wir waren uns aber einig, dass dieses Buch dringend früher erscheinen muss, wenn wir irgendeine Chance haben wollen, in den Diskurs einzugreifen,

¹ Wir gendern mit den sogenannten »Gender-Gaps«, da diese Schreibweise nicht-binäre Personen einbezieht.

wie unsere Wirtschaftswelt mit den ganzen Milliardenhilfen nach Corona neu aufgebaut werden soll. Sind diese Milliarden aufgebraucht und die dazugehörigen Gesetze verabschiedet, bringt dieses Buch mit all den schönen Ideen nicht mehr viel. Und so haben wir von Mai bis Juli 2020 recherchiert, diskutiert und geschrieben, sodass eine Art Sammlung an Kinotrailern entstanden ist. Trailer sollen die Neugier wecken, sich den ganzen Film anzuschauen, und so wollen wir eure Neugier wecken, tiefer in die teils nur angerissenen Themen, Bücher, Artikel und Modelle vorzudringen. Wie im echten Leben wird nicht jeder Film nach dem Trailer euer Interesse wecken, aber wenn ihr durch dieses Buch zumindest ein paar neue Filme entdeckt, hat es sich für uns schon gelohnt. Es war schlicht unmöglich, in dieser kurzen Form und nur drei Monaten Zeit die ganze Komplexität der Krise der sozialen Gerechtigkeit, der Klima- und Biodiversitätskrise, der Krise unserer Demokratie und der Arbeitswelt zu erfassen, ihre Abhängigkeiten aufzuzeigen und den Bezug zur Wirtschaft zu erklären, wie in einem dieser »Für Dummies«-Bücher. Es ist eine Momentaufnahme durch die Brille eines Unternehmers, der sich vielleicht etwas mehr als andere Unternehmer_innen in den vergangenen Jahren in andere Bereiche vorgewagt hat, aber trotzdem bleibt sie unvollständig. Diese Streitschrift soll vor allem anregen, tiefer in die beschriebenen Themen einzutauchen, sie zu hinterfragen und die Zusammenhänge der verschiedenen Bereiche wie Politik, Wissenschaft, Gesellschaft und Wirtschaft zu verstehen. Sie soll ein kurzes, leichtes Handbuch sein, das ihr in eure Hosentasche stecken und überallhin mitnehmen könnt. Das Lust macht, euch mit anderen auszutauschen.

In diesem Sinne: Viel Spaß und viele Fragezeichen!

WARUM DAS GANZE?



Mit 30 Millionär! Drei Worte. Meine Worte. Zum ersten Mal sprach ich sie im Alter von 21 Jahren aus. Da hatte ich bereits die erste gescheiterte Firmengründung meines Lebens hinter mir: die *Z&B Berufseinsteiger Agentur*. Ich begann mit einer Leidenschaft, die ich anfangs noch als prima Hobby abstempelte: Es machte mir einfach nur großen Spaß, Schüler_innen bei den Bewerbungsunterlagen zu helfen, die nach ihrem Schulabschluss eine Lehrstelle suchten. Ich konnte wohl ganz gut schreiben und recherchieren, sodass mich nach und nach immer mehr Freunde und Bekannte um Hilfe baten. Dass daraus tatsächlich eine Firma, wenn auch eine sehr kurzlebige, wurde, verdanke ich wahrscheinlich meinem Stiefonkel, der selbst eine Werbeagentur besitzt – außer ihm hatte ich in meinem Freundes- oder Familienkreis keine unternehmerischen Vorbilder; das galt besonders für Letzteren. Meine Familie wuchs im eher unternehmensfeindlichen Umfeld der Sowjetunion auf und durfte erst ab 1989 in Deutschland den Kapitalismus in voller (Schein)blüte erleben.

Manchmal muss dir einfach ein anderer Mensch sagen, dass etwas möglich ist, und wenn dieser Mensch dann auch noch an dich glaubt und dir hilft, können Wunder passieren. Es braucht unglaublichen Mut, neue Wege zu denken, und noch mehr Mut, sie auch zu beschreiten. Ich glaube, dass viele wichtige Vorhaben gar nicht erst entstehen, weil den Menschen irgend-

eine Form des Sprichworts »Schuster, bleib bei deinen Leisten« zu schnell über die Lippen rutscht. Es sind nur Worte, aber sie können Träume und Ideen zerschmettern. Wenn man aber dagegen einen kleinen Teil dazu beigetragen hat, dass jemand sich selbst verwirklicht, fühlt sich das großartig an! Ich kann nur aus eigener Erfahrung sprechen: Neben meiner eigenen Tätigkeit als Gründer ist für mich die wahrscheinlich zweit-schönste Erfahrung, andere Menschen aufblühen zu sehen, wenn sie ihre Projekte und Visionen – und damit meine ich ganz bewusst nicht nur innerhalb eines unternehmerischen Umfelds – umsetzen. Dieses Funkeln in den Augen und die mitreißende Energie, die dabei frei wird, sind reine Magie.

Ich hatte jedenfalls Glück. Mein Stiefonkel ermutigte mich nicht nur dazu, eine Firma zu gründen, sondern half mir auch bei der Gestaltung meines ersten Firmenauftritts in Form eines Flyers. Mein Jugendzimmer mutierte zum Büro mit Profi-Pinnwand und den typisch amerikanischen Motivationspostern, auf denen Begriffe wie »Passion!« zu finden waren. Ich hatte sogar eine Webseite sowie einen eigenen Telefonanschluss. Ich war 19 Jahre alt und hatte mein erstes eigenes Business.² Ich liebte die Vorstellung, dass eine Tätigkeit, die mich so erfüllt, nicht nur ein Hobby bleiben muss, sondern zu meiner Hauptbeschäftigung nach dem Abitur werden könnte. Die Tatsache, dass meiner Investition von fünfhundert D-Mark nur eine zahlende Kundin gegenüberstand, die mir einhundert D-Mark Umsatz bescherte, spielte

2 Falls ihr jetzt das Bild von Christian Lindner aus der 13. Klasse im Kopf habt, wie er mit Gel im Haar, Krawatte und Aktenkoffer den Spruch »Probleme sind nur dornige Chancen« prägte, kann ich euch das nicht übel nehmen. Aber ich kann euch versichern, dass ich mit meinen langen Haaren und zerrissener Jeans bei der FDP nicht besonders viel Anklang gefunden hätte.

damals keine Rolle. Umsatz und alle anderen Kennzahlen wie Anzahl der Mitarbeitenden und so weiter, die für mich einige Jahre später so bedeutsam werden sollten, waren irrelevant. Erst recht, als ich erfuhr, dass die besagte (erste und einzige) Kundin durch meine Hilfe bei den Bewerbungsunterlagen ihre Traumausbildungsstelle ergattern konnte.

Wie bitte also kommt man von dieser romantischen Gründungsgeschichte aus dem Kinderzimmer zu dem Credo »Mit dreißig Millionär«, das so gar nichts mit Leidenschaft zu tun hat? Wie kommt man von einem Traum und Idealismus zu den drei Worten, die wahrscheinlich den besorgniserregenden Zustand und die Machtverhältnisse unserer Welt ziemlich gut erklären?

Nach der ersten Gründung wusste ich: von diesem Gefühl der Wirksamkeit, der Selbstverwirklichung, aber auch der Freiheit will ich mehr. Aber worin genau bestand dieses Gefühl? Wie nennt man das, wenn man einfach etwas unternimmt? Da damit offensichtlich Geld verdient wird, war »es« schnell als wirtschaftliche Tätigkeit und Unternehmertum identifiziert.

Diese Klassifizierung wiederum half mir dabei, Vorbilder zu finden. Und da ich unglaublich wissbegierig war – eine Eigenschaft, die man mir übrigens in meiner Schulzeit nicht gerade nachsagen konnte, verschlang ich die Biografien meiner damaligen Helden: Richard Branson, Jack Welch, Hasso Plattner, Bill Gates und Warren Buffet. Alle männlich. Alle weiß. Natürlich.

Zu dieser Zeit leistete ich in den USA meinen alternativen Zivildienst in einem Dorf für Kinder mit Behinderungen und zog mir zudem reihenweise typisch amerikanische Pseudo-Wirtschaftsbücher rein. Sie trugen bedeutsame Titel wie

48 *Laws of Power* oder der Klassiker *Rich Dad, Poor Dad*, der sich weltweit mehr als 32 Millionen Mal verkaufte. Aber auch *Sun Tzu – Die Kunst des Krieges für Anleger* war dabei, und ich musste beim Schreiben gerade laut über mein jüngeres Ich lachen, als ich die Beschreibung dieses Buches noch mal auf *Ecosia* nachschlug: »Ein starkes Konzept für alle Anleger! Sie werden überrascht sein, wie nahe sich Krieg und Börse stehen...«

Ich verschone euch jetzt damit, euch mit einer ausführlichen Zusammenfassung dieser Bücher zu langweilen. Sie drehen sich alle im Wesentlichen um das in Stein gemeißelte Narrativ, dass man nur den Shareholder Value, also den Unternehmenswert, steigern muss, wovon automatisch die ganze Welt profitiert. Dass man dafür Strategien und Vokabular aus dem Krieg verwendet, wird als geradezu logisch verkauft, weil Wettbewerb Krieg ist, und Konkurrenz belebt ja bekanntlich sowieso das Geschäft. Alles für eine gute Sache natürlich. Denn am Ende werden Konsument_innen mit dem besseren und sogar günstigeren Produkt belohnt, und unser aller Wohlstand, der sich eindeutig am Anstieg des Bruttoinlandsprodukts festmachen lässt, steigt und steigt, generiert durch unbegrenztes Wachstum. Der Staat spielt eine Nebenrolle und hält sich dabei am besten schön raus. Das Paradigma von Nobelpreisträger Milton Friedman, dass der freie Markt alles regelt, einhergehend mit seiner Doktrin, dass ein Unternehmen nur seinen Anteilseigner_innen verpflichtet ist und nicht etwa seinen Mitarbeiter_innen, geschweige denn der Gesellschaft, ist auf jeder dritten Seite in all diesen Büchern herauszulesen. Ach ja, und natürlich ist jeder Mensch seines Glückes Schmied. Der amerikanische Traum, es vom Tellerwäscher zum Millionär zu bringen, trieft aus allen Fasern der schwarz-weiß bedruckten Seiten. Wem es nicht gelingt, ein

»Rich Dad« zu werden, hat einfach nicht hart genug gearbeitet oder die falsche Einstellung, denn die Möglichkeiten zum Aufstieg sind für alle gleich...

Ich folgte all diesen Glaubenssätzen und Geschichten, und für mich war klar: Wenn ich spätestens mit dreißig Jahren Millionär werden will, dann muss ich gut im »Unternehmersein« werden. Und wenn es mir gar gelingt, Milliardär zu werden, indem ich ein sogenanntes *Unicorn* erschaffe³, der feuchte Traum schlechthin aller Silicon-Valley-Jünger, dann habe ich das Kapitalismusspiel gewonnen. Wenn ich ein Unternehmen gründe, das möglichst schnell möglichst viel wert ist, darf ich mich nicht nur selbst verwirklichen und stinkreich nennen, sondern erhalte auch noch unermessliche Anerkennung von der Gesellschaft, weil ich durch die Schaffung von Arbeitsplätzen das Leben so vieler anderer Menschen besser gemacht und den Wohlstand vermehrt habe.

Das klang für mich superlogisch. Und auch während meines Studiums *International Business*, das ich nach dem Zivildienst im Jahre 2003 in Maastricht begann, wurde zu 98 Prozent diese Herangehensweise gepredigt. Die restlichen zwei Prozent entfielen auf einen zweiwöchigen Kurs zu Ethik im Business oder so was Ähnlichem. Dass in diesen Studienrichtungen eine bestimmte Haltung geformt und gefördert wird, zeigt übrigens eine Studie unter Wirtschaftsstudent_innen in Israel: die Relevanz altruistischer Werte wie Ehrlichkeit, Hilfsbereitschaft und Loyalität nimmt im Laufe des Studiums bei den meisten Student_innen ab.⁴

3 Als Unicorn-Unternehmen gelten Start-up-Unternehmen mit einer Marktbewertung, vor einem Börsengang oder einem Exit, von über einer Milliarde US-Dollar.

4 Aus: Günter Faltin: *DAVID gegen GOLIATH: Wir können Ökonomie besser.*

Auch in der Berliner Gründerszene (ich benutze hier bewusst die männliche Formulierung, da es nur vier Prozent rein weibliche Gründerteams gibt) sah es nach meiner Studienzeit und erster Berufserfahrung in Unternehmensberatungen nicht anders aus. Die unglaubliche Leidenschaft und Energie, die ich seit meiner ersten Unternehmensgründung mitbrachte, waren teilweise noch da, aber immer mehr wichen sie rationalen, nüchternen und eher kalten Geschäftsmodelloptimierungen. Es waren die drei Samwer Brüder, die das Modell zur Perfektion trieben. Erfolgreiche amerikanische Digital-Start-ups wurden eins zu eins für den deutschen Markt kopiert, und zwar so schnell und »nachhaltig«, dass manches Mal sogar der Quellcode von amerikanischen Webseiten recycled wurde. Ja, hey, auch die höchst kreative Vermarktungsstrategie von nicht gerade günstigen SMS-Klingeltönen an Minderjährige auf einem Musiksender steigert ja im Sinne von Friedman den Unternehmenswert (der Verkauf der Jamba GmbH an Verisign, Inc. brachte im Jahr 2004 übrigens 273 Millionen Dollar). Diese Gründerpersönlichkeiten waren und sind teilweise noch heute die Helden vieler junger Gründer_innen. Und die sogenannte Old Economy? Die mochten Gründer wie die Samwers nicht besonders, weil sie mit ihrem Inkubator *Rocket Internet SE* alte Geschäftsmodelle attackierten – und bewunderten sie dennoch heimlich für ihren Erfolg und ihre Aggressivität.

Und ich? Landete am 1. Januar 2008 in der Saarbrücker Straße in Berlin, um die »Rocket-Internet-Schule« zu durchlaufen, als Mitgründer eines Copycat-Start-ups⁵ nach dem

5 Als Copycat-Start-ups werden solche Unternehmen bezeichnet, die sich rein auf das Kopieren einer Geschäftsidee verlassen.

amerikanischen Vorbild des damaligen Online-Ratgeberportals *about.com*. In Deutschland war Rocket Internet damals *das* (wenn auch umstrittene) Aushängeschild der Start-up-Szene aus der beispielsweise auch das 2008 gegründete Start-up *Zalando* hervorging, das inzwischen (Stand Juli 2020) fast 16 Milliarden Euro wert ist und über 15.000 Mitarbeiter_innen beschäftigt. Die Start-up-Szene ist zwar jeweils nur ein sehr kleiner Teil der gesamten Volkswirtschaft, aber sie ist auch ein wichtiger Baustein der Zukunft und deswegen so bedeutend. Start-ups, die wie Microsoft, Apple oder auch Facebook mehr oder weniger in der Garage gegründet wurden, wuchsen innerhalb kürzester Zeit zu Giganten heran, verbunden mit einem Marktwert, der ganze Volkswirtschaften in den Schatten stellt. Nur als Beispiel: Der 2011 gegründete Videodienst *Zoom* ist dank Corona inzwischen (Stand Mai 2020) mehr wert als die fünf größten Fluggesellschaften der Welt zusammen.

Und das ist der Punkt, an dem die ganze Kacke anfängt zu dampfen. Nicht nur die alte Wirtschaftswelt glaubt immer noch an die Friedman'sche Doktrin »alles für den Aktionär« und damit Wohlstand für alle durch unbegrenztes Wachstum, sondern eben auch der Großteil jener Menschen, die die Zukunft der Wirtschaft bilden, also die Mitarbeiter_innen in den Start-ups. Nur dass viele Start-ups ihre altliberalen Positionen von erbarmungsloser Konsequenz mit großen Apple-Bildschirmen und Tischtennis-Platten aufhübschen.

Aber was, wenn diese Geschichte, dieses Narrativ, dieses Paradigma nicht stimmt? Was, wenn alles doch nicht so geil ist, wie wir dachten?

Als 2013 in Bangladesch eine Textilfabrik einstürzte und 1.134 Menschen ihr Leben verloren, begannen die Zweifel an mir zu nagen. Ich stürzte in die größte Sinnkrise meines Lebens.

Am Boden der Fabrik lagen neben vielen Toten auch Kleidungsstücke und Etiketten bekannter Modemarken, und so manche davon hatten es sich auch in meinem Kleiderschrank gemütlich gemacht. Ich ahnte langsam, was der Grund für diesen schrecklichen Unfall sein könnte: Dieser fucking *Shareholder Value* der nun mal größer ist, wenn die Kosten niedriger ausfallen. Also wird gespart. An der Sicherheit. An den Löhnen. Und am größten ist der Wert für Anteilseigner_innen natürlich, wenn in Ländern produziert wird, in denen der Staat gar nicht eingreift, um für sichere Arbeitsbedingungen zu sorgen. Das alles natürlich outgesourct, sodass man lediglich mit Zulieferern zusammenarbeitet, von einem auf den anderen Tag den Lieferanten wechseln kann und quasi gar nicht für die Mitarbeitenden vor Ort verantwortlich ist. Maximale Flexibilität und Unverbindlichkeit – vor allem für die westlichen Unternehmen. Ein Paradies für die Anleger, die Hölle für die die Menschen vor Ort.

Erst als ich aus dem Hamsterrad ausstieg und meinem damaligen Start-up *Digitale Seiten* nach dreieinhalb Jahren den Rücken kehrte, wurde mir nach und nach bewusst, welchem Schwindel ich aufgesessen war. Wie kann unbegrenztes Wachstum auf einem begrenzten Planeten möglich sein? Wie kann es sein, dass unsere Weltgemeinschaft das größte Vermögen aller Zeiten angehäuft hat, aber die Hälfte davon gerade mal sechszwanzig Menschen gehört? Und ganz aktuell: Wie kann es sein, dass die Weltwirtschaft nach Jahrzehnten von Rekordergebnissen nach nur zwei, drei Monaten zusammenbricht, weil die Menschen nur noch das kaufen, was sie wirklich zum Leben brauchen? Muss Wirtschaft so sein? Und dann natürlich die Frage aller Fragen:

Wie kann man diese Wirtschaft unfucken?