

Oona Horx Strathern

PEOPLE → PLANET → PROFIT

KINDNESS ECONOMY

Das neue
Wirtschafts-
wunder

Mit einem
Vorwort von
Matthias
Horx

GABAL

DOONA HORX STRATHERN

**KINDNESS
ECONOMY**

**DAS NEUE
WIRTSCHAFTSWUNDER**

AUS DEM ENGLISCHEN ÜBERSETZT VON AXEL WALTER

GABAL

Externe Links wurden bis zum Zeitpunkt der Drucklegung des Buches geprüft. Auf etwaige Änderungen zu einem späteren Zeitpunkt hat der Verlag keinen Einfluss. Eine Haftung des Verlags ist daher ausgeschlossen.

Ein Hinweis zu gendergerechter Sprache: Die Entscheidung, in welcher Form alle Geschlechter angesprochen werden, obliegt den jeweiligen Verfassenden.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-96739-150-3

Übersetzung: Axel Walter, Jena
Lektorat: Anja Hilgarth, Herzogenaurach
Umschlaggestaltung: Tina Mayer-Lockhoff, Berlin
Illustrationen: Julian Horx
Autorenfoto: Aria Sadr-Salek
Layout: Maureen Forsys, Happenstance Type-O-Rama
Satz: Lohse Design, Heppenheim | www.lohse-design.de
Druck und Bindung: Salzland Druck, Staßfurt

© 2023 GABAL Verlag GmbH, Offenbach
Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigung, auch auszugsweise,
nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Wir drucken in Deutschland.
www.gabal-verlag.de
www.gabal-magazin.de
www.facebook.com/Gabalbuecher
www.twitter.com/gabalbuecher
www.instagram.com/gabalbuecher



PEFC zertifiziert
Dieses Produkt stammt aus nachhaltig
bewirtschafteten Wäldern und kontrollierten
Quellen.

www.pefc.de



INHALT

VORWORT VON MATTHIAS HORX	9
<i>Gibt es eine andere Ökonomie? oder: Aufbruch ins Symbiozän</i>	
WARUM EINE »KINDNESS ECONOMY«?	13
<i>Zeit für ein neues Wirtschaftswunder</i>	
Von den Surfern lernen	14
Die <i>unkind</i> Economy	15
Die Trend-Gegentrend-Dynamik	16
»Kindwashing«.	19
Entscheidende Momente	20
Ja zur Zukunft	21
1 KINDS OF KINDNESS	25
<i>Kindness – nicht nur zuckersüß</i>	
Die irgendwie nette Kindness	26
Die nicht wirklich nette Kindness	27
Die grausame Kindness	29
Die natürliche Kindness	31
Die reife Kindness	32
Kindness als Empathie.	34
Die selbstlose Kindness	36
Kindness als Währung.	39
2 DER HINTERN DES AFFEN	41
<i>War früher alles besser?</i>	
Die Affenleiter	42
Die Mär vom freien Markt	43

Der Affe auf dem Krypto-Baum	45
Fragwürdiger Altruismus.	47
<i>Unkind Companies</i>	50
Der Tiger im Baum.	52
Schlechte Chefs	53
BIP vs. Lebensqualität	56
Eine Welt voller Bedürfnisse	58
3 DIE PRINZIPIEN DER KINDNESS ECONOMY	61
<i>Der Weckruf des Possibilismus</i>	
Die Bausteine der Kindness Economy	63
Impulse für das wahre Leben	76
No Regrets.	77
Kindness als Geschenk	78
Misfits welcome	80
4 AUF DER KINDNESS-WELLE	81
<i>Vorreiter auf dem Weg</i>	
Patagonia – das Geschenk an die Welt.	82
Neue Narrative.	86
MUD – Jeans to lease	87
Tony’s Chocolonely – ausgezeichnete Schokolade	92
Eine Zwischenbilanz.	94
BrewDog – Sturm im Bierglas	97
Anya Hindmarch und die Ökotaschen	99
Sheep Inc. – wo ist mein Schaf geblieben?	101
Wohin die Reise geht	102
5 WOMIT WIR VORANKOMMEN	105
<i>Umdenken und neues Denken</i>	
Mit Transparenz	106
Mit Rebellion	107
Mit neuen Perspektiven	108
Mit Vorausschau.	109
Mit verrückten Ideen.	110
Mit Bedürfnis-Erfüllung	112
Mit Gender Shift	113
Mit allen Generationen.	118
Mit Work-Life-Blending	120

Inhalt

Mit Hilfen für die Millennials	121
Mit der Viertagewoche	123
Mit einem Systemwechsel	124
Mit Fokus auf ESG.	125
Mit einer neuen Zukunftsvision	126
6 DIE KIND CITY DER ZUKUNFT	127
<i>Neue Liebe für urbanes Leben</i>	
Learning by Krisen.	128
Die 15-Minuten-Stadt	129
Gemeinsam statt einsam	131
Parklets & Co.	137
Urbane Akupunktur	138
CO ₂ -Neutralität	140
Die Messung der Kindness-Kriterien.	142
Kümmerer	146
Das Kind City Council	147
7 DIE KINDNESS COMMUNITY	149
<i>Was eine Gemeinschaft ist</i>	
Worauf sich Gemeinschaften gründen	151
Kalorien für unser Sozialbiom	153
Liebe dein Quartier	160
8 NICHT ALLE UNTER EINEM HUT	167
<i>Nobody is perfect</i>	
Das Zeitalter der Verantwortung	168
Kindness-Zertifizierungen	170
DIE ZUKUNFT DER KINDNESS	185
<i>Vom Anthropozän zum Symbiozän</i>	
DANKE.	195
<i>Kindnesses – große, kleine und unvergessliche</i>	
ÜBER DIE AUTORIN	198
QUELLENVERZEICHNIS	199



WARUM EINE »KINDNESS ECONOMY«?

Zeit für ein neues Wirtschaftswunder

*Die Zukunft ist kein Ort, zu dem wir gehen,
sondern eine IDEE in unserem heutigen Bewusstsein.
Etwas, das wir erschaffen und das uns dabei verwandelt.*

STEPHEN GROSZ, *The Examined Life*¹

Beginnen möchte ich mit einem Geständnis: Dieses Buch ist kein Buch über die Ökonomie, über die Wirtschaft im klassischen Sinne. Es geht auch nicht wirklich um *Kindness*, also um Freundlichkeit, Nettigkeit oder Ähnliches. Die *Kindness Economy* ist etwas ganz anderes. Hier gilt eine neue Währung, die sich auf das Wirtschaftsleben und unser Konsumverhalten, aber auch darauf auswirken wird, wie wir in unseren Häusern, unseren Gemeinschaften und unseren Städten leben und arbeiten werden. Die Idee zu diesem Buch entstand aus drei Gründen: Erstens, weil in Gesprächen über Ökonomie bislang kaum jemals von *Kindness* die Rede ist, und zweitens ist in Büchern über *Kindness* selten von der Ökonomie die Rede. Und drittens, und das ist mir der wichtigste Punkt, ist *Kindness* ein Begriff, eine Strategie, eine Bewegung, wovon wir in Zukunft mehr hören werden. Und weil *Kindness* auch im Deutschen schon ein Begriff ist, haben wir uns dazu entschieden, die zugehörigen Adjektive wie *kind*, *kinder* oder *unkind* (im weiteren Sinne von »freundlich« bzw. »freundlicher« oder »un-

freundlich«) ebenfalls beizubehalten. Sie stehen hier im Buch immer *kursiv* und sind definitiv nicht mit dem deutschen »Kind« oder den »Kindern« zu verwechseln.

Was hat »Kindness« – Freundlichkeit in dem erwähnten erweiterten, vertieften Sinn – mit Wirtschaft zu tun? Kindness als Triebfeder einer neuen Ökonomie? Auf den ersten Blick scheinen das eher zwei Begriffe zu sein, die sich nur schwer vereinbaren lassen, ja sich fast schon ausschließen. Warum glaube ich daran, dass sich die Kindness Economy rasant verbreiten wird, und warum gerade jetzt? Ich bin keine Ökonomin (aber bitte: Hören Sie jetzt nicht auf zu lesen), und ich bin auch nicht *kinder* als die meisten Menschen, die ich kenne. Doch aus meiner dreißigjährigen Erfahrung als Trendanalytistin und Zukunftsforscherin heraus sehe ich einen zunehmenden Trend hin zu einem neuen, umfassenden Konzept für die Wirtschaft, in dem Kindness – eine aufrechte Art der Zugewandtheit, des gegenseitigen Respekts – eine Basis darstellt, mit der wir auch weiterhin konsumieren und unserem Profitdenken frönen können, dabei aber mehr auf die Menschen und den Planeten achten. Das Ganze ist Teil unserer wirtschaftlichen Entwicklung von der reinen Industriegesellschaft hin zur postindustriellen, zur Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft. Dabei geht es um den Übergang von einer rein profit-orientierten zu einer wertebasierten Wirtschaft. Vom Wirtschaftswunder zum Wertschöpfungswunder.

Von den Surfern lernen

Wenn das alles ein wenig zu abstrakt, idealistisch oder sentimental klingt und Sie bereits leichte Skepsis überkommt, haben Sie bitte noch einen Moment Geduld. Und vertrauen Sie mir – aufgrund meiner Berufserfahrung und deshalb, weil ich eine Surferin bin. (Nun, ich gebe zu, dass ich erst spät zum Surfen kam, erst mit 55, und ich habe noch viel zu lernen.) Surfer und Trendanalytisten haben viel gemeinsam: Wir greifen gern auf bestimmte Bilder und Analogien zurück: auf die Form, die eine Welle annimmt, auf den Rhythmus, in dem Wellen sich aufbauen, und auf den Wandel der

Warum eine »Kindness Economy«?

Gezeiten. Auch die Art und Weise, wie Surfer eine Welle reiten, ist eine leicht nachvollziehbare Metapher für ein Nachdenken über die Zukunft. Folgende Zeilen stammen von Wolfram Eilenberger:

Auf ihren scharf geschnittenen Brettern tauchen sie unter den kommenden Herausforderungen so lange geschmeidig hindurch, bis sie den idealen, nie exakt zu vermessenden Ort erreicht haben, um den höchsten und gewaltigsten Wellen ihrerseits den Rücken zuzuwenden – und diese in einer Kaskade wendiger Manöver technisch versiert auszutanzen. Wahrlich: Von den Surfern lernen hieße, selbst unsere Zukunft lieben lernen!²

Leicht ist Surfen also wahrhaftig nicht. Aber es ist auch kein Zufall, dass einer der besten, inspirierendsten und erfolgreichsten Unternehmensführer in der Kindness-Ökonomie, wie Sie feststellen werden, ein versierter Surfer ist!

Die *unkind* Economy

Wenn Sie einen einfachen Grund dafür suchen, warum wir eine Kindness-Ökonomie brauchen, dann denken Sie nur an die vielen Beispiele für eine »unfreundliche« Economy, von denen wir täglich hören und lesen. Hören Sie Freunden und Verwandten zu, die in ihrem Job unglücklich sind oder deren Talent verschwendet wird. Lesen Sie Elon Musks Schreiben aus den Tagen seiner Twitter-Übernahme, in dem er vorschlug, all jene »gehen zu lassen« (d. h. zu feuern), die nicht bereit seien, lange und hart zu arbeiten. Natürlich könnte man (und würden Sie vielleicht auch) argumentieren, dass die Wirtschaft schon immer auf die eine oder andere Weise *unkind* war, wie die zahlreichen Wirtschaftstheorien, die sich mit den ökonomischen Vorgängen auf der Weltbühne befassen, das zur Genüge zeigen. Kindness, wie auch immer verpackt, ist kein Wort, das man im Zusammenhang mit dem klassischen Wertschöpfungsgeschäft je zu hören bekommt oder auch nur erwartet. Unternehmen wie Uber und Amazon

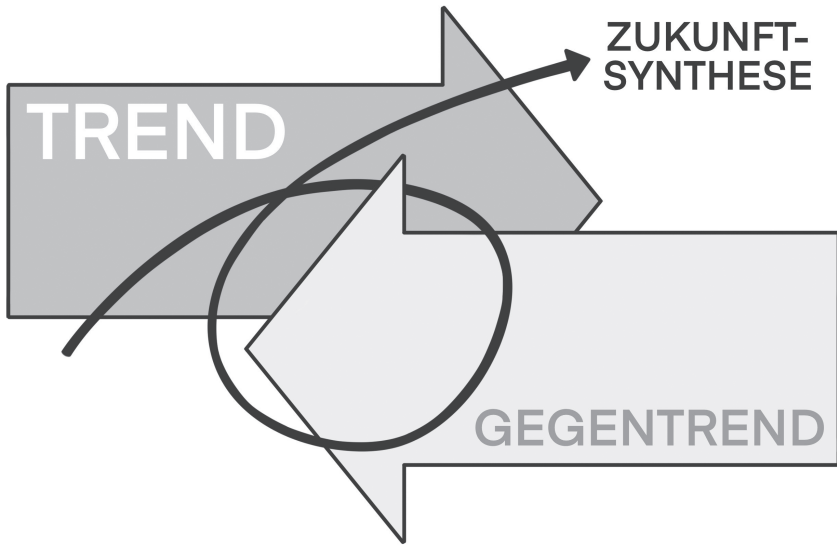
sind in den letzten Jahren aus den falschen Gründen in die Schlagzeilen geraten – die Geschichten von ausgebeuteten, gestressten Arbeitern sprechen für sich (und ganz zufällig auch für einen ausgebeuteten, gestressten Planeten). Ist es wirklich so verwunderlich, dass diese Unternehmen nun darum kämpfen, ihre Mitarbeiter zu halten, neue Talente anzuwerben, und es in einigen Fällen nicht schaffen, ihre Gewinne zu steigern oder auch nur zu behaupten? Kindness ist schlichtweg nicht Teil der DNA dieser Unternehmen, noch spielt sie im Denken ihrer Direktoren und Eigentümer irgendeine größere Rolle. Und auch wenn sie viel vom »Wert« ihrer Unternehmen sprechen, wird es im Geschäftsleben – wie wir sehen werden – künftig nicht einfach nur um Wert, also Gewinne gehen, sondern um Wert und Werte. Wir werden vom traditionellen Denken in Wertschöpfungsketten zu einer Logik des Wertschätzungskreislaufs und von der Effizienz zur Effektivität übergehen.

Die Trend-Gegentrend-Dynamik

Warum also jetzt? Aus meiner Sicht als Trend- und Zukunftsexpertin handelt es sich dabei um eine logische Entwicklung in der sogenannten Trend-Gegentrend-Dynamik. Das hört sich komplizierter an, als es ist. Einfach ausgedrückt rufen viele (wenn nicht sogar die meisten) Trends eine Art Gegenteil hervor. Ein Trend mag groß sein oder auch klein, doch weil jeder Trend faktisch eine Veränderung oder einen Umbruch (positiv oder negativ) in der Wirtschaft oder in der Gesellschaft darstellt, wird er einen gegenläufigen Trend oder eine neue Gegenbewegung auslösen. Es ist eine echogleiche Kraft, die groß und mächtig sein kann. Denken Sie etwa an das aktuelle Festhalten an allen möglichen analogen Dingen als Gegenteil zum großen Trend zur Digitalisierung. Oder an die Regionalisierung bzw. Lokalisierung als Gegenteil zur Globalisierung. Sie wissen, worauf ich hinauswill, oder? Mein Mann, Matthias Horx, sagt in dem Zusammenhang: »Megatrends machen nur Sinn, wenn wir sie als komplexe evolutionäre Prozesse verstehen, die sich laufend verändern, so wie sich große Flüsse den Landschaften und Klimaveränderungen anpassen.«

Warum eine »Kindness Economy«?

Im nächsten Stadium des eigentümlichen Entwicklungsprozesses zur Trendanpassung passiert dann das Magische: Die Dynamik von Trend und Gegentrend bringt ihrerseits wiederum neuartige Verschmelzungen oder Kombinationen von Trends hervor, die wir, wer hätte das gedacht, als »Synthesen« bezeichnen (siehe Abbildung unten).



An dieser Stelle nun können wir beginnen, die scheinbar paradoxe Idee der Kindness Economy nachzuvollziehen. In dem zuvor angeführten Beispiel des Trends zur Globalisierung und des Gegentrends zur Lokalisierung erleben wir also jetzt einen Trend zur »Glokalisierung« (der gleichzeitigen Befriedigung lokaler wie globaler Bedürfnisse). Und da ein neuer Trend immer auch einen Vorwand liefert, um ein neues Modewort zu erfinden, bezeichnen wir die Synthese aus Digitalisierungs- und Analogtrend als »omline« (wo es darum geht, ein meditativ »om«-artiges Gleichgewicht zwischen unserem Online- und Offline-Leben zu finden). An dieser Stelle gebe ich offen zu, dass ich Verfechterin des »Flexitarismus«-Trends bin – die

meisten Tage der Woche bin ich ohne Zweifel und entschieden Vegetarierin, an ein oder zwei Tagen aber kann ich auch »flexibel« sein und Fleisch essen (nur das Fleisch von den glücklichen Kühen eines befreundeten Bauern, der noch dazu Neurologe ist). Man könnte argumentieren, dass man damit die Behauptung, Vegetarier zu sein, ins Lächerliche zieht, doch wie bei vielen Resultaten der Trend-Gegentrend-Dynamik handelt es sich auch hier um eine Optimierungsstrategie.

Diese seltsame neue Landschaft (einschließlich des Vokabulars, das auf ihrer Grundlage entsteht) bildet im Wesentlichen eine neue Rahmenstruktur für die Wirtschaft. Und das bringt uns zurück zur Entstehung der Kindness-Ökonomie. Über Jahre hinweg hat uns in erster Linie eine äußerst erfolgreiche, auf Wertschöpfungsketten basierende Wirtschaft vorgebracht. In dieser linearen Logik gilt: Mehr ist besser, größer ist besser, und der Gewinn kommt immer zuerst und hoffentlich schnell. Dieser Trend ist nicht erfolglos geblieben, und wir alle haben in vielerlei Hinsicht (buchstäblich) davon profitiert. Offensichtlich nicht immer davon profitiert haben dagegen Natur und Umwelt.

Der Grundlogik von Trend und Gegenteil folgend, hat der durch die Wertschöpfungsökonomie und ihren Siegeszug befeuerte Trend zum Konsum viele unterschiedlich geartete Gegentrends angestoßen, von der großen ökologischen Bewegung, die in den 1960er-Jahren ihren Anfang nahm, über Fridays for Future in jüngerer Zeit bis hin zu solchen Dingen wie dem Minimalismus und dem »ZeroWaste«-Trend. Der Gegenteil zum hemmungslosen Konsum besteht im Weniger-Konsumieren und Weniger-Produzieren. Doch auch wenn es Menschen gibt, die froh, ja glücklich sind, wenn sie ihren ökologischen und ökonomischen Fußabdruck durch ihren Lebensstil verringern können, hat sich dieser Trend nicht durchgesetzt, schon gar nicht außerhalb der Industrieländer.

Man könnte denken, die Lage sei ziemlich hoffnungslos. Die Lösung aber liegt auch hier wieder in einer Synthese oder Verschmelzung der beiden Trends – in der Kindness-Ökonomie –, die sagt, dass wir die Kehrtwende schaffen können. Statt zuerst an den Profit zu denken, dann an die Menschen und irgendwann vielleicht auch an den Planeten, soll-

ten wir umdenken. Halten wir uns an den Rat von Mary Portas, einer britischen Kommunikationsberaterin, die den Begriff *kindness economy* zuerst aufgebracht hat: Denken wir an die Menschen, denken wir an den Planeten und denken wir auch an den Profit. Und zwar in dieser Reihenfolge.³

»Kindwashing«

Unternehmen, die sich *kind* verhalten, belassen es nicht bei den üblichen arbeitnehmerfreundlichen Angeboten wie hier und da einem freien Tag, einem niedlichen Therapiehund, der im Büro seine Runden dreht, oder einer vernünftigen Espressomaschine und dazu einem kostenlosen Barista-Lehrgang. Genauso, wie wir gelernt haben, Unternehmen, die *Greenwashing* betreiben, auf die Spur zu kommen (das sind Unternehmen, die zwar Nachhaltigkeit versprechen, diese aber nie umsetzen), genau so müssen wir auch lernen, die Entsprechung dazu innerhalb der Kindness-Ökonomie zu erkennen – das, was ich als *Kindwashing* bezeichne.

Bei dieser Verschiebung von der Wertkette zur Wertekette geht es nicht darum, allem nachzujagen, was Geld wert ist, sondern darum, neue Werte hinzuzufügen. Die Frage ist: Welche, und wie weit gehen diese Werte? Sind sie echt und nachhaltig (ökonomisch und ökologisch) oder nur ein bisschen symbolisches Kindwashing, um von weniger freundlichen Praktiken abzulenken? Wird zum Beispiel Metas *Threads* wirklich auf Kindness basieren, wie Mark Zuckerberg behauptete, als er die Markteinführung seines Kurznachrichtendienstes als Konkurrenz zu Twitter im Juli 2023 ankündigte? Bei der Kindness Economy geht es in Wirklichkeit um eine ganze Kindness-Kultur, und mein Ziel ist es, anhand von Beispielen aufzuzeigen, wie sie verstanden, gepflegt und vor allem auch so gefördert werden kann, dass sie profitabel und erstrebenswert ist – das heißt, wie die Kindness Economy neue Talente und Investitionen anziehen kann. Wenn Unternehmen neben wirtschaftlichem Erfolg auch soziale und ökologische Wirkung erzielen wollen, kann daraus etwas noch viel Größeres erwachsen. Die Kindness-Ökonomie hat das Potenzial, unser Leben in allen seinen

Aspekten zu umfassen und zu bereichern. Dabei sollte es nicht nur darum gehen, was wir kaufen oder in was wir investieren, sondern auch darum, wo wir leben und wie wir leben. Es geht um unsere Häuser, um unsere Gemeinden und unsere Städte. Es geht darum, wie wir arbeiten, für wen wir arbeiten und sogar, warum wir arbeiten.

Entscheidende Momente

»Aber«, so werden Sie vielleicht fragen, »warum jetzt?« Wir befinden uns in einer Situation, die Adam Tooze, ein Historiker, der sich mit Wirtschaftskatastrophen befasst, als »Polykrise« bezeichnet. Die Rede ist dabei von einem großen Durcheinander zusammenhängender Probleme, das sich größer (und gefährlicher) anfühlt als die Summe seiner Teile.⁴ Als wären Krieg, steigende CO₂-Werte und die Angst vor einem nuklearen Winter nicht schon genug, hat sich auch noch eine neue Verdrossenheit über den klassischen Kapitalismus breitgemacht, von der mittlerweile sogar die konservativsten Medien und Unternehmen befallen wurden. Selbst der gute alte Marxismus erlebt gerade ein Comeback. *Karl Marx' Ecosocialism* von Kohei Saito, einem (zumindest im Westen) bisher relativ unbekanntem japanischen Professor, hat sich überraschend zu einem weltweiten Bestseller entwickelt. Könnte das auch damit zu tun haben, dass wir uns gern der Vorstellung hingeben, die Technologie sei imstande, alle unsere Probleme zu lösen? Dass es einfacher ist, die Technologie zu ändern als unser Verhalten? Wie David Sax schrieb, »verliert das Versprechen, das sich mit einer digitalen Zukunft verbindet, für uns nichts von seiner berausenden Wirkung. Denn anstatt sich mit der Komplexität der menschlichen Realität und den Lektionen der Geschichte herumzuschlagen, lenkt es die Erwartung auf einen Neuanfang, genau wie irgend so eine Kolonie auf dem Mars, von der Elon Musk nach einem harten Tag in den Twitter-Minen fantasiert.«⁵ Oder ist es die Erkenntnis, dass wir uns dank solcher Bewegungen wie Fridays for Future der ökologischen Herausforderungen, vor denen unsere Kinder und Enkel stehen, stärker bewusst sind? Oder vielleicht dank des Aufstiegs von Frauen in der Arbeits- und Geschäftswelt?

Warum eine »Kindness Economy«?

»Es gibt etwas in der Geschichte«, so sagte einmal der Philosoph Gershom Scholem, »das man *plastic hours* nennen könnte.« Darunter verstand er die entscheidenden Momente, in denen sich wirklich etwas ändern lässt. Bewegt man sich in solchen Momenten, so geschieht etwas. Aber, und darauf kommt es an, es geschieht nichts, wenn man sich nicht in seinem Denken bewegt. In diesen besonderen Momenten werden das kollektive Empfinden und die soziale Ordnung von einer plötzlichen Bewegung erfasst, Stillstand weicht der Veränderung und die Menschen können Hoffnung fassen. »Plastic hours« sind selten und werden meist durch eine Krise ausgelöst. Neben den gut belegten und wechselnden ökologischen und wirtschaftlichen Herausforderungen sehen wir uns auch mit einem enormen, bisher nie dagewesenen Ausmaß an Ernüchterung unter den Arbeitskräften, an gesellschaftlicher Unzufriedenheit und an Einsamkeit konfrontiert. In dieser Situation ist die in der Wirtschaft jahrzehntelang betriebene Strategie, alles dem Profit unterzuordnen und sich um die Menschen oder den Planeten »einen Dreck zu scheren«, nicht mehr länger tragbar. Es ist an der Zeit, endlich Verantwortung zu übernehmen und, wie Mary Portas sagt, »to give a fuck about the future«.

Ein Ja zur Zukunft

Ich möchte mit diesem Buch erreichen, dass wir uns für die Zukunft engagieren. Uns Gedanken machen, uns hinterfragen. Sollte Ihnen die Idee einer Kindness Economy etwas weichgespült oder langweilig, harmlos oder auch unmöglich vorkommen, so überlegen Sie noch mal. Kindness hat viele Seiten und birgt viel Potenzial. Sie kann durchaus grausam sein, sie kann ein Ärgernis darstellen, sie kann seltsam sein, sie kann sogar überraschend sein (das zeige ich Ihnen im nächsten Kapitel). Vor allem aber sollte man sie nicht unterschätzen. In diesem Buch stelle ich Ihnen symbolträchtige und bewegende Beispiele von Unternehmen und Menschen vor, die den Weg vorgeben, den es zu beschreiten gilt. Ein Anspruch auf Vollständigkeit oder gar Endgültigkeit verbindet sich damit nicht. Diese Menschen und Unternehmen sind nicht das Nonplusultra. Es sind auch nicht alles Hei-

lige oder Heilsbringer, die von jedem Makel frei wären. Zudem bilden sie (noch) nicht die Mehrheit, doch sie alle gehen mit gutem Beispiel voran und weisen den Weg zu einer anderen Art des Wirtschaftens.

Sie lernen auch die Menschen hinter den Unternehmen kennen. Denn sie sind es, die die nächste Generation von Unternehmern, Entwicklern und Stadtplanern inspirieren werden, die ihrerseits wiederum aus den Fehlern ihrer Vorgänger lernen, sich von ihrem Vermächtnis leiten lassen und hoffentlich in ihre Fußstapfen treten werden (oder auf ihren Wellen reiten, falls sie Surfer sind!). Ich für meinen Teil möchte Sie – sei es als Verbraucher, als Arbeitnehmer oder Arbeitgeber oder als Führungskraft – dazu anregen, anders zu denken und anders zu handeln. Außerdem hoffe ich, dass das Buch seinen Teil dazu beiträgt, in einer von Zynismus und Pessimismus geprägten Zeit Zuversicht zu verbreiten. Es handelt von Strategien für eine bessere Gesellschaft, für erfüllende Arbeitsplätze, freundlichere Städte und eine bessere Lebensqualität für uns alle. Kindness wird eine starke Kraft zur Veränderung sein, während wir uns gleichzeitig auf die Suche machen, um in unserer Arbeit, in unserem Leben sowie für unsere Zukunft Sinn zu finden.

Gina Miller, Geschäftsfrau und politische Aktivistin, ist überzeugt, wie sie Mary Portas gegenüber sagte, »dass wir an einem Punkt angelangt sind, wo wir uns entscheiden müssen, welchen Weg wir gehen wollen. Den, auf dem wir aufgeben und die Menschen glauben, dass es keine Hoffnung gibt, dass das System versagt, dass wir in kaputten Ländern und kaputten Gesellschaften leben. Oder den, der besagt, dass wir den Samen für eine andere Zukunft legen können, wenn wir uns verbinden und als ein Bewusstseinsstrom zusammenfinden. Wir können der Hoffnung wirklich Nahrung geben und die Zukunft mit neuem Leben erfüllen.«⁶

Nicht zuletzt ist mein Ziel dabei das gleiche, das auch der österreichisch-amerikanische Psychologe und Philosoph Paul Watzlawick verfolgte. In der Einleitung zu seinem Buch *Wie wirklich ist die Wirklichkeit* heißt es:

Warum eine »Kindness Economy«?

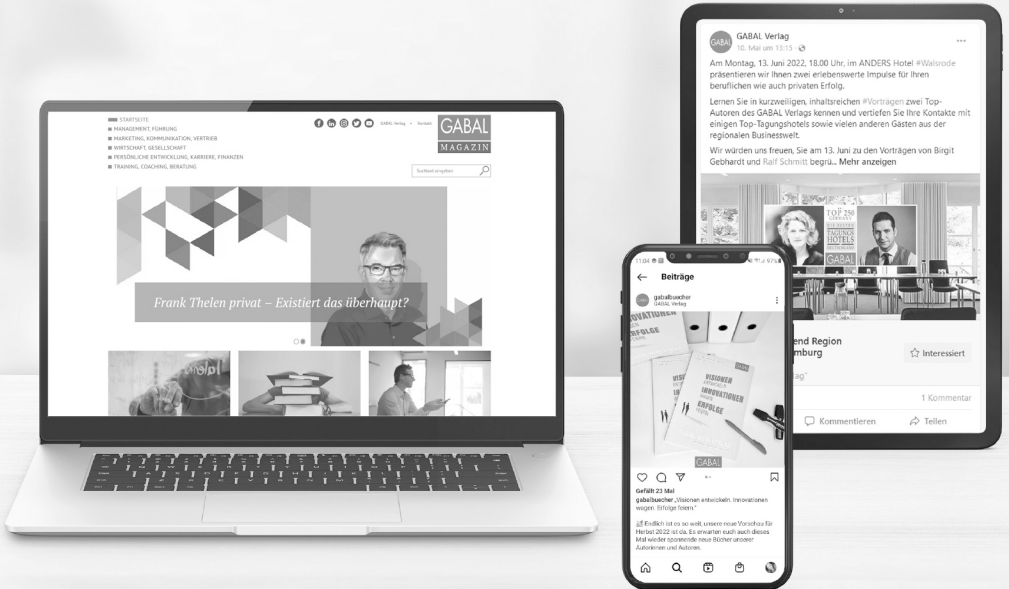
Es ist die unverblünte Absicht dieses Buches, unterhaltend zu sein und dem Leser in anekdotischer Form gewisse willkürlich ausgewählte Gebiete [...] vorzulegen, die ungewöhnlich, merkwürdig und vielleicht sogar unglaublich sind [...]

Dem Pedanten mag diese Form der Darstellung oberflächlich und unwissenschaftlich erscheinen, doch sollte er sich vor Augen halten, dass es zwei Formen wissenschaftlicher Erklärung gibt. Die eine beginnt mit der Formulierung einer These und führt dann den Nachweis ihrer Gültigkeit für das Verständnis von Erfahrungstatsachen. Die andere besteht im Vorlegen einer großen Zahl von Beispielen aus verschiedensten Gebieten und versucht, auf diese praktische Weise aufzuzeigen, welche Struktur diesen scheinbar ganz verschiedenen Beispielen gemeinsam ist und welche Schlussfolgerungen sich daraus ziehen lassen.

Bei den beiden Methoden fällt dem Gebrauch von Beispielen also sehr verschiedene Bedeutung zu. In der ersten müssen die Beispiele Beweiskraft haben. In der zweiten ist ihre Rolle die von Analogien, Metaphern und Veranschaulichungen – sie sollen beschreiben, in leichter verständlicher Sprache übersetzen, doch nicht notwendigerweise auch beweisen.

Ich werde in diesem Buch beiden Methoden folgen. Und halte es mit Watzlawick, der sagte: »Ich hoffe, es dem Leser dadurch zu ermöglichen, an die komplexen Probleme der Wirklichkeitsauffassung sozusagen durch die Hintertür heranzukommen. Die hier folgenden Ausführungen setzen weder ein Verständnis von Formeln noch von abstrakter Theorie voraus.«⁷

WISSEN TEILEN – MENSCHEN VERNETZEN



→ Im GABAL MAGAZIN

- Aktuelle Themen und Trends aus Wirtschaft, Business & Karriere sowie persönliche Weiterentwicklung
- Hochwertige Inhalte, praxiserprobtes Wissen und handfeste Impulse
- Mehr zu unseren Büchern und AutorInnen

→ Auf Social Media

- Spannende Einblicke in das Verlagsleben
- Alle Infos rund um unsere neuen Bücher und unsere AutorInnen
- Aktuelle Veranstaltungen, Gewinnspiele u.v.m.



Schauen Sie vorbei!
www.gabal-magazin.de



Folgen Sie uns auf
 unseren Social-Media-Kanälen!