

10. ZEIT WIRTSCHAFTSFORUM



Rainer Schaller (li.), Gründer und Geschäftsführer von McFIT, begann sein Unternehmertum vor zwanzig Jahren mit einem Studio. Er erzählte ZEIT-Hauptstadt-Büroleiter Mark Brost, wie daraus knapp 300 wurden und er zum Chef von Europas führender Fitnesskette aufstieg.



Zum dritten Mal prämierte die Berenberg Bank ein deutsches Familienunternehmen für verantwortungsvolles Engagement. Moritz Ritter und Tim Hoppe vom Schokoladenhersteller Ritter Sport nahmen den Preis von Hans-Walter Peters (li.) für den Bau einer nachhaltigen Kakaoplantage in Nicaragua entgegen.



Frisch im Amt ließ sich der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Bank, Christian Sewing, von Tagesthemen-Moderator Ingo Zamperoni (li.) zur Digitalstrategie des Bankhauses befragen und erklärte ausführlich den Zukunftsplan für seine »Plattformökonomie«.

Von Wirtschaft, Wohlstand und sozialer Verantwortung

»Besser handeln« lautete das Thema des zehnten ZEIT Wirtschaftsforums. Die geladenen Unternehmer, Wissenschaftler und Politiker waren aufgerufen, ihre Visionen für unser künftiges Leben zu schildern und wie sich die digitale Transformation darauf auswirkt. Klar wurde, dass wir den Wandel gestalten können, denn nicht Kapital, sondern soziale Werte bilden die Eckpfeiler für jedes gesellschaftliche Miteinander.

Eine Erkenntnis zog sich wie ein roter Faden durch die Podiumsdiskussionen des ZEIT Wirtschaftsforums, das zum zehnten Mal in der Hamburger Hauptkirche St. Michaelis stattfand: Wirtschaftliche Entwicklung und unternehmerisches Handeln sind untrennbar mit gesellschaftlichem Wandel verbunden, auch wenn Prozesse komplex geworden sind und viele Menschen nicht verstehen, was sich hinter globalisierten Wertschöpfungsketten verbirgt oder wie Börsen funktionieren. Letztlich sind sie es, die mit ihrem Handeln die Entwicklung beeinflussen. Denn Gütertausch findet nicht nur zwischen Ländern und Unternehmen statt. Wir alle nehmen mit unseren Kaufentscheidungen am weltweiten Handel teil. Wir haben die Wahl und entscheiden bei jedem Kauf, was uns wichtig ist: der günstige Preis oder das Bioprodukt. ZEIT-Geschäftsführer Rainer Esser formulierte zum Auftakt: »Konsum ist für alle komplizierter geworden. Verbraucher haben Ansprüche an faire Produktion, wollen sich die Güter aber bis zur Haustür liefern lassen.« Und so offenbarte das Motto der Veranstaltung »Besser handeln« seine doppelte Bedeutung: Ökonomie und Ethik lassen sich nicht trennen. Will ich als Verbraucher mit meinem Kauf die Welt ein bisschen besser machen, und welche Verantwortung trägt der Unternehmer in dieser globalisierten Welt?

Wachstum ist kein Selbstzweck
Zu Ehren des 200. Geburtstags des Nationalökonomens und Kapitalismuskritikers Karl Marx begann die Diskussion mit der Frage, warum die Wirtschaft eigentlich immer wachsen müsse oder ob Wohlstand und wirtschaftliches Wach-

tum nicht endlich seien. Als Systemfehler bezeichnet Filmemacher Florian Opitz dieses Axiom und verweist in seinem neuen Dokumentarfilm auf die Natur. Sie kenne kein unendliches Wachstum. Dennoch sind wir alle Teil des kapitalistischen Systems, das von unserem Handeln genährt, aber inzwischen selbst von seinen Experten nicht mehr verstanden wird. Das ahnte



»Weil sich die Geschwindigkeit des technischen Fortschritts erhöht hat, brauchen wir einen Rahmen, der Innovationen und Technologien für die Gesellschaft schneller nutzbar macht«, forderte Guido Eidmann, Chief Information Officer und Mitglied des Vorstands von Telefonica Deutschland

wohl schon Karl Marx, als er sagte: »Die Bewegung des Kapitals ist maßlos.«
David Folkerts-Landau, Chefvolkswirt der Deutschen Bank, glaubt dennoch nicht, dass der Kapitalismus einer düsteren Zukunft entgegensteht: »Wir unterschätzen grundsätzlich technologische und wirtschaftliche Entwicklungen«, sagte er. Dabei sei das Wachstum an sich kein Selbstzweck, es gehe ums »Wohlfühlen in einer Gesellschaft«. Errungenschaften wie Autos und Smartphones dürften nicht aufs Spiel gesetzt werden. Tim Jackson, Professor für nachhaltige



BASF-Vorstand Saori Dubourg und Otto-Aufsichtsratschef Michael Otto waren sich einig, dass Unternehmen sozial verantwortungsvoll handeln müssen

Entwicklung an der Universität Surrey, vertraut weniger auf die Selbstheilungskräfte des Kapitalismus. Er sagte: »Wir haben bisher zu wenig Verantwortung dafür übernommen, wie sich unsere Lebensweise auf die Umwelt und gesellschaftliche Entwicklungen auswirkt.« Aus einer unternehmerischen Perspektive sah Rainer Schaller, Gründer und Geschäftsführer der McFIT-



Den Chefsache-Award für Chancengleichheit in der Arbeitswelt gewann Christine Kronenberg vom Bündnis für weibliche Führungskräfte (3. v. r.). Ebenfalls ausgezeichnet und mit Blumen bedacht wurden Lasse Rheingans, Rheingans Digital Enabler, und Regina Mehler, Women Speaker Foundation.

Fitnessstudios, ein Ende des Wachstums für sich noch nicht in Sicht. Sein Erfolgsrezept: »Ich hatte zur richtigen Zeit das richtige Produkt und habe verstanden, was die Kunden wollten.« 1,7 Millionen Mitglieder geben ihm recht und haben zum Entstehen dieser globalen Marke beigetragen. Der Fitnessboom stößt noch lange nicht an seine Grenzen, da ist sich Schaller sicher.

»Brauchen eine europäische Strategie«
In der folgenden Runde diskutierten Monika Griefahn, Greenpeace-Deutschland-Mitbegründerin und



Wie passen nachhaltiges Wachstum und Wohlstand zusammen? Diese Aufgabe versuchte ZEIT-Korrespondent Mark Schieritz mit David Folkerts-Landau, Chefvolkswirt der Deutschen Bank (li.), und Tim Jackson, Professor für nachhaltige Entwicklung, University of Surrey, zu lösen

Geschäftsführerin des Instituts für Medien Umwelt Kultur, Versandhandelsurgestein Michael Otto, BASF-Vorstand und Verantwortliche für Nachhaltigkeitsthemen, Saori Dubourg, sowie Hans-Walter Peters, Gesellschafter der Berenberg Bank, über die gesellschaftliche Verantwortung, der sich Unternehmen stellen müssen. Unter der Moderation von ZEIT-



Den Chefsache-Award für Chancengleichheit in der Arbeitswelt gewann Christine Kronenberg vom Bündnis für weibliche Führungskräfte (3. v. r.). Ebenfalls ausgezeichnet und mit Blumen bedacht wurden Lasse Rheingans, Rheingans Digital Enabler, und Regina Mehler, Women Speaker Foundation.

Wirtschaftsressortleiter Uwe Jean Heuser war sich die Runde überraschend einig, dass Verantwortung bedeutet, sich stärker einzubringen und auch vorzudenken. Beispielsweise, welchen Einfluss unternehmerische Entscheidungen auf das Klima haben.

Otto setzt dabei klar auf nachhaltige Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen, die schon heute siebzig Prozent seiner Produktion ausmachen, aber genauso auf Sozialstandards für die Mitarbeiter, auf ein gesundes Arbeitsumfeld und gerechte Bezahlung. »Echt gemeinte Verantwortung bezieht die



Sie möchten altes Denken überwinden: die aus einer Unternehmerfamilie stammende Gründerin Verena Bahlsen im Zwiegespräch mit CDU-Politikerin Diana Kinnert

Mitarbeiter mit ein.« Wichtig sei, Standards im Gespräch miteinander zu entwickeln. Auch Dubourg betonte, wie wichtig es sei, soziale Werte zu entwickeln. Sie setzt für die Zukunft auf eine wert- und nicht nur wachstumsgetriebene Gesellschaft. Sie erklärte am Beispiel Nahrungsmittelproduktion, dass sie durch Innovationen verbessert werden muss. »Es geht



Den Chefsache-Award für Chancengleichheit in der Arbeitswelt gewann Christine Kronenberg vom Bündnis für weibliche Führungskräfte (3. v. r.). Ebenfalls ausgezeichnet und mit Blumen bedacht wurden Lasse Rheingans, Rheingans Digital Enabler, und Regina Mehler, Women Speaker Foundation.

nicht nur um mehr Wachstum, sondern um clevere Ressourcennutzung.«

Die Europäer könnten sich auf ihre Werte wie Demokratie und Schutz von Individualität stützen. Aber sie rief auch auf, eine klare Strategie zu entwickeln, wofür Europa künftig stehen soll, um das Vertrauen der Bürger in diese Werte zu erhalten. Die Menschen künftig stärker mitzunehmen in den immer schnelleren wirtschaftlichen Veränderungen, so versteht Peters unternehmerische Verantwortung. »Wir sind eine europäische Familie.«



Sie möchten altes Denken überwinden: die aus einer Unternehmerfamilie stammende Gründerin Verena Bahlsen im Zwiegespräch mit CDU-Politikerin Diana Kinnert

Einkaufsmeile für Bankgeschäfte
Wie Unternehmen die Digitalisierung nutzen, um besser zu handeln, lautete das abschließende Thema des ZEIT Wirtschaftsforums im Michel. Zunächst hinterfragte Tagesthemen-Moderator Ingo Zamperoni die Digitalstrategie der Deutschen Bank. Deren noch ziemlich neuer Vorstandsvorsitzender, Christian Sewing, wartete mit umfassenden Plänen dazu auf. Denn, so der Deutsche Bank-Chef: »Wer den Wandel nicht gestaltet, bleibt auf der Strecke.« Er erklärte seine Idee zur Plattformökonomie der Zukunft. Über sie sollen die Kunden alle finanziellen Transaktionen abwickeln. Bankgeschäfte übers Smartphone tätigen und bezahlen oder eine Schnittstelle vom Konto zur Steuererklärungs-Software einrichten (beyond banking). All das will die Plattform bieten – hauptsächlich bequem. Ein Passwort für alle Transaktionen macht's möglich, die Einkaufsmeile für alle Geldgeschäfte zu nutzen. Dort dürfen sich auch Drittanbieter tummeln – dafür kooperiert die Deutsche Bank schon mit digitalen Finanzdienstleistern, sogenannten Fintechs. »Wir sehen die Konkurrenz nicht als Gefahr, sondern als Chance«, sagte Sewing.



Den Chefsache-Award für Chancengleichheit in der Arbeitswelt gewann Christine Kronenberg vom Bündnis für weibliche Führungskräfte (3. v. r.). Ebenfalls ausgezeichnet und mit Blumen bedacht wurden Lasse Rheingans, Rheingans Digital Enabler, und Regina Mehler, Women Speaker Foundation.

Eine virtuelle Einkaufsstraße hat auch Enfore-Chef Marco Bories entwickelt. Der bekannte Tüftler für Open-Source-Software hat sich acht Jahre lang damit beschäftigt, wie sich kleine lokale Betriebe, Läden und Restaurants gemeinsam im Internet präsentieren können. Beispielsweise richtet der Friseur an der Ecke dort sein Reservierungssystem ein. Und vielleicht kann so der Schwund des stationären Handels für die Zukunft zumindest ein Stück weit aufgehalten werden, hofft Bories. Digitalisierung dürfe jedoch kein Selbstzweck sein, sagte Telefonica-Vorstand Guido Eidmann. »Es geht nicht darum, ständig online zu sein, sondern Wertschöpfungsketten zu verschlanken.« Eine extrem erfolgreiche Digitalstrategie hat der Onlineversand About you bereits bewiesen. Geschäftsführer Tarek Müller präsentierte sich als erstes »Einhorn« Hamburgs. So bezeichnet man Digitalunternehmen, die über eine Milliarde Euro Marktwert aufweisen. Wie Karl Marx diese Entwicklung wohl beurteilen würde?