

NACHHALTIGKEITEN

Neuigkeiten von den Nachhaltigkeits-Resonanzgruppen von spirit.ch

Ausgabe 3, Januar 2012



Liebe Nachhaltigkeits-Interessierte

Allmählich lichten sich die Nebel, und die Nachhaltigkeits-Resonanzgruppen von spirit.ch nehmen Gestalt und Konturen an. Die zweite Befragung über *Nachhaltigkeit und Wirtschaft* ist abgeschlossen. Teilgenommen haben daran fast eben so viele wie an der ersten Befragung über *Nachhaltigkeit und Politik*, nämlich 234 Interessierte.

Die Ergebnisse, deren ersten Teil Sie in dieser Ausgabe von NACHHALTIGKEITEN finden, sind spannend und anregend. So zeigt sich bei den Grundsatzfragen über die Möglichkeiten einer nachhaltigen Wirtschaft noch viel Diskussionsbedarf (Seiten 3 und 4). Erste Beiträge zu dieser Diskussion finden Sie in der Rubrik „Nachdrücklich“ (Seite 7).

Dass diese Diskussion weiter gehen wird, steht jetzt schon fest. Besonders erfreulich für uns war nämlich das Ergebnis der Fragen zu unserem Projekt der Nachhaltigkeits-Resonanzgruppen von spirit.ch (Seiten 4 bis 6). Demnach stößt nicht nur die Idee auf gute Resonanz. Auch die Bereitschaft, dabei mitzuwirken, ist erfreulich hoch. Vor allem hat uns überrascht, dass es für sieben Teilgruppen eine ausreichende Zahl von Interessentinnen und Interessenten gibt!

Wir werden nun die Lage analysieren und Sie in der nächsten Ausgabe darüber informieren, wie es weiter geht. Gleichzeitig erhalten Sie dann die Einladung zur nächsten Umfrage.

Die Entscheidung darüber, ob Sie bei einer oder mehreren Nachhaltigkeits-Resonanzgruppen mitwirken wollen, können Sie also noch vertagen, Sie erhalten die nächste Ausgabe auf jeden Fall. Wir freuen uns natürlich sehr darüber, wenn Sie bei diesem wichtigen Prozess zur Förderung von nachhaltigem Bewusstsein dabei sind...

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen ein erfreuliches Jahr:

Christian Engweiler und Andreas Giger



INHALT

NACHGEFRAGT - Nachhaltigkeit und Wirtschaft	
Grundsatzfragen	2
Nachhaltige Wirtschaft: Soll und Ist	3
Förderung von nachhaltigem Bewusstsein	4
Die Nachhaltigkeits-Resonanzgruppen	4
NACHDRÜCKLICH	
Wörtliche Zitate aus der Umfrage	7
NACHDENKLICH	
Radikales Denken	8



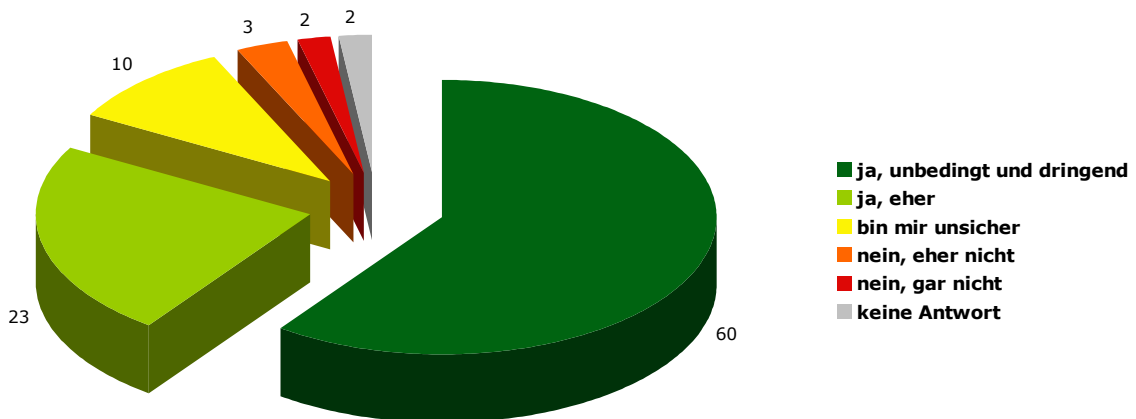
NACHGEFRAGT

Im Dezember 2011 führte spirit.ch die zweite Befragung der Nachhaltigkeits-Resonanzgruppe durch. 234 Personen beantworteten die Fragen zum Thema „Nachhaltigkeit und Wirtschaft“, davon rund die Hälfte aus der Schweiz, der Rest vorwiegend aus Deutschland. In dieser Ausgabe präsentieren wir den ersten Teil der wichtigsten Ergebnisse.

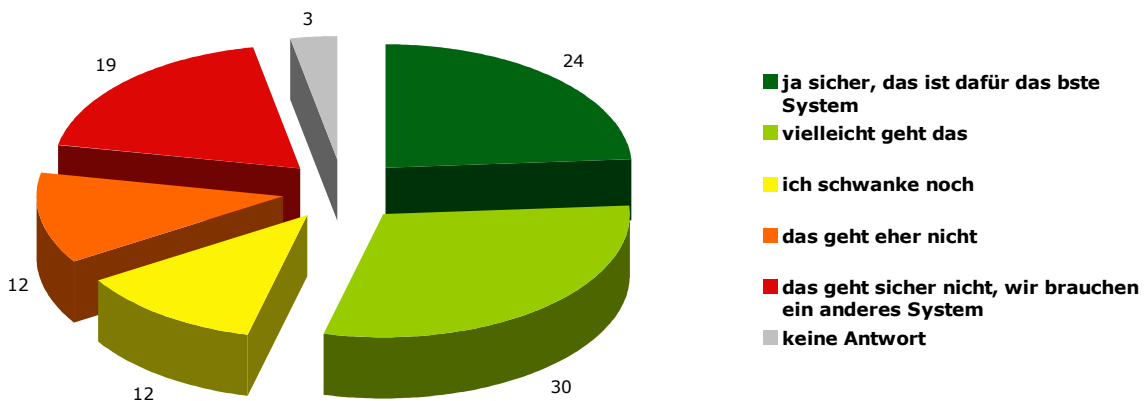
GRUNDSATZ-FRAGEN

Zu Beginn der Befragung wurden drei Grundsatzfragen zu einer nachhaltigen Entwicklung gestellt:

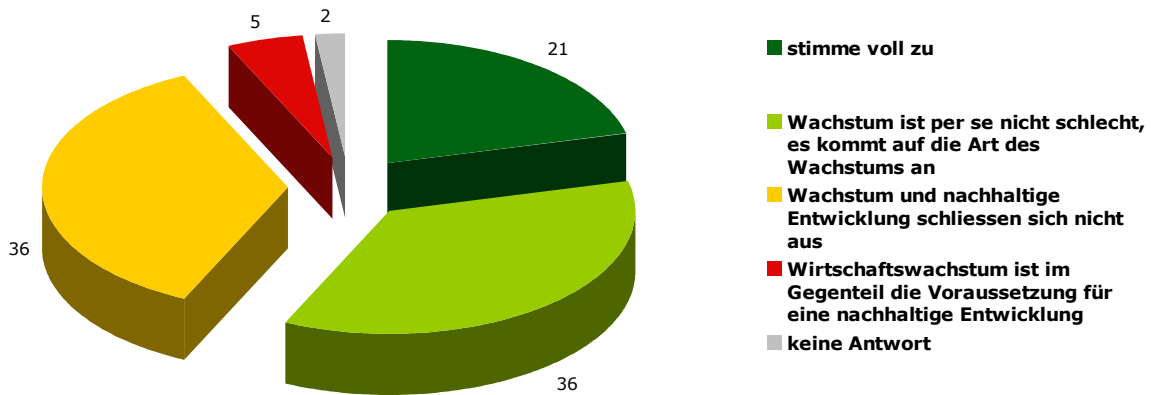
Ist eine nachhaltige Wirtschaft überhaupt vorstellbar? Glauben Sie persönlich grundsätzlich an diese Möglichkeit?



Glauben Sie, dass eine nachhaltige Wirtschaft in unserem existierenden Wirtschaftssystem möglich ist?



Es gibt ja Stimmen, die meinen, der in unserem Wirtschaftssystem eingebaute Zwang zum stetigen Wachstum verunmögliche eine nachhaltige Entwicklung. Was meinen Sie dazu?

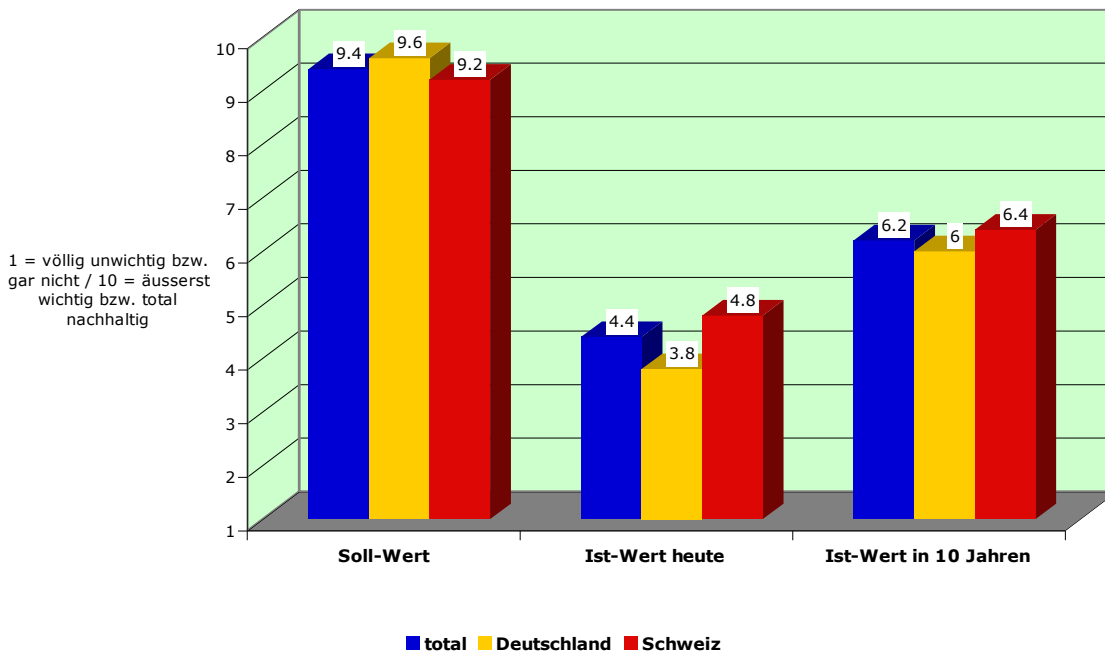


Alle drei Fragen sind durchaus umstritten. Und alle rufen dringend nach einer Vertiefung durch die Nachhaltigkeits-Resonanzgruppen... (Erste Kommentare siehe Seite 7)

NACHHALTIGE WIRTSCHAFT: SOLL UND IST

Wie wünschbar ist eine nachhaltige Wirtschaft? Und wie nachhaltig ist unsere Wirtschaft tatsächlich - heute und in zehn Jahren? Die folgende Grafik gibt Antwort:

Nachhaltige Wirtschaft: Soll und Ist

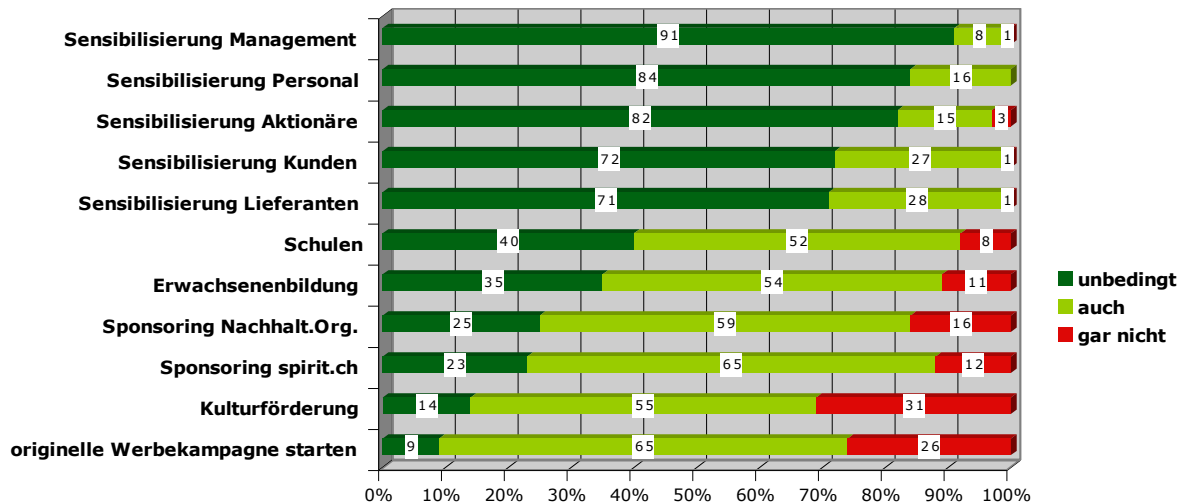


Zwischen Erwartung und Erfüllung klaffen also riesige Lücken. Immerhin sind die Befragten optimistisch und gehen davon aus, dass sich diese Lücke in den nächsten zehn Jahren zwar nicht schliessen, wohl aber reduzieren wird. Die Länder-Unterschiede (Deutsche sind anspruchsvoller und kritischer als Schweizer) entsprechen jenen der Studie über „Nachhaltigkeit und Politik“.

FÖRDERUNG VON NACHHALTIGEM BEWUSSTSEIN

„Die Förderung von Nachhaltigem Bewusstsein“ war in der Vorgänger-Befragung das zweitwichtigste Ziel einer nachhaltigen Politik. Wenn nun ein einzelnes Unternehmen dieses Ziel aufnimmt und konkret etwas dafür tun möchte: Wozu würde man ihm da raten?

Wie soll ein Unternehmen das Ziel "Förderung von nachhaltigem Bewusstsein" konkret umsetzen?



Klares Ergebnis: Am stärksten erwartet wird die Sensibilisierung aller Stakeholder-Gruppen. Bildungsprogramme kommen ebenfalls in Frage, ebenso wie das (nicht ganz ernst gemeinte) Sponsoring von Plattformen wie spirit.ch. Werbekampagnen dagegen erscheinen als wenig geeignet, selbst wenn sie originell sind.

Die Frage zeigt, dass die Nachhaltigkeits-Resonanzgruppe willens und fähig ist, auch konkrete Fragen rund um nachhaltige Unternehmens- und Kommunikationsstrategien zu beantworten.

DIE NACHHALTIGKEITS-RESONANZGRUPPE(N)

Die Frage zur Akzeptanz der Idee der Nachhaltigkeits-Resonanzgruppe wurde etwas länger als üblich eingeleitet:

Die Nachhaltigkeits-Resonanzgruppe ist ein innovatives Instrument des nachhaltigen Dialogs über ein spezifisches Thema wie etwa Nachhaltiges Bewusstsein. Sie konzentriert sich bei der Wahl der Dialogpartner bewusst auf die Minderheit der besonders Interessierten und Engagierten und erschließt deren wertvolles kollektives Wissen.

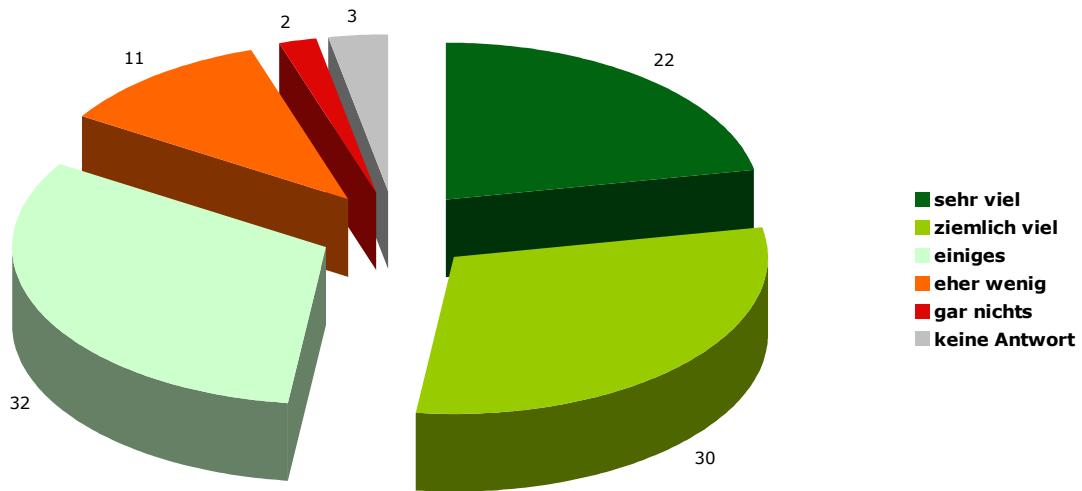
Die Nachhaltigkeits-Resonanzgruppe ist nicht repräsentativ für alle, sondern das Sprachrohr jener Pioniere innerhalb der ausgewählten Zielgruppe, welche als "Sauerteig" ein Thema wie Nachhaltiges Bewusstsein früher spürt und prägt als andere. Der Dialog mit der Resonanzgruppe findet als gegenseitiger Austausch auf gleicher Augenhöhe bei voller Transparenz statt.

Die Nachhaltigkeits-Resonanzgruppe funktioniert vorwiegend mit regelmäßigen Online-Befragungen, die durch andere Kommunikationskanäle abgerundet werden. Die Resonanzgruppe dient auch als "virtuelles Testlabor" für Nachhaltigkeits-Ideen, wobei diese Ideen von allen Seiten eingebracht werden können.

Was halten Sie grundsätzlich von dieser Idee der Nachhaltigkeits-Resonanzgruppe?

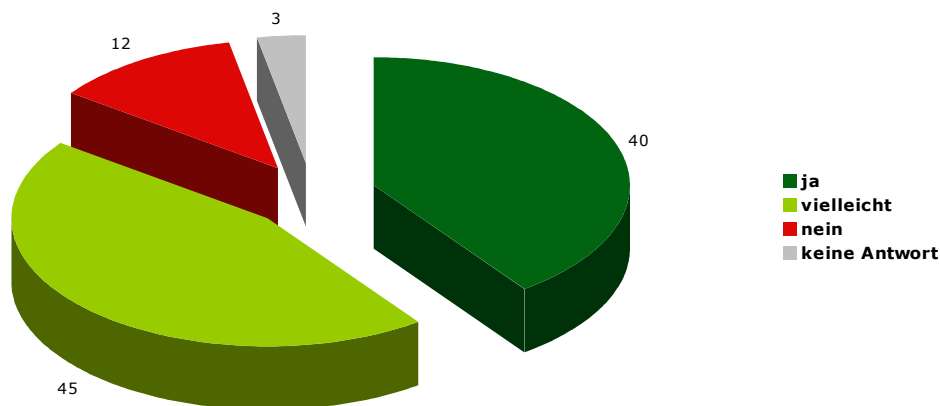
Die Meinungen sind überwiegend positiv, wenn auch nicht überall enthusiastisch. Dennoch kann von einer hohen Akzeptanz der Idee gesprochen werden. (siehe Grafik nächste Seite)

Was halten Sie grundsätzlich von der Idee der Nachhaltigkeits-Resonanzgruppe?



Entsprechend ist denn auch die Bereitschaft, selber mitzuwirken:

Sind Sie grundsätzlich bereit, selber in einer solchen Nachhaltigkeits-Resonanzgruppe mitzumachen?

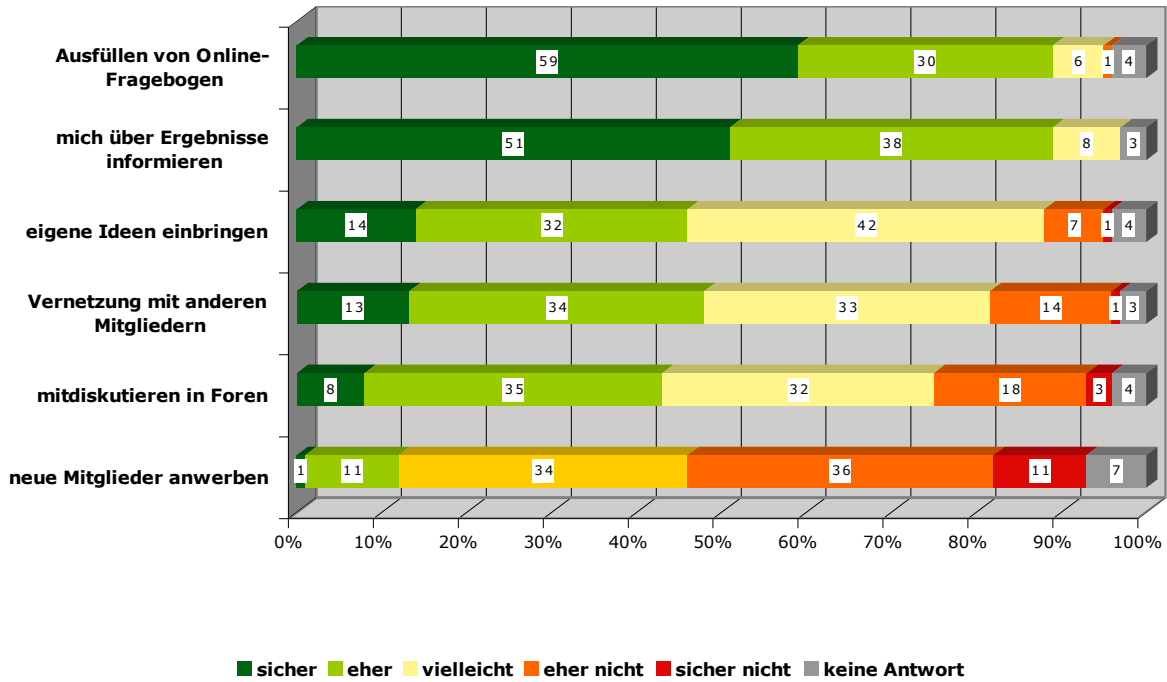


Nur diejenige, die „sicher“ oder „vielleicht“ mitwirken wollen, wurden weiter gefragt, in welcher Teilgruppe sie dies am ehesten tun wollen. Dabei waren Mehrfachnennungen möglich. Angeführt werden hier die absoluten Zahlen:

- nachhaltige KonsumentInnen:	99
- Nachhaltigkeits-Verantwortliche in Unternehmen:	40
- Nachhaltigkeits-BeraterInnen:	44
- Verwaltungen, Behörden:	49
- PolitikerInnen:	38
- Medienschaaffende:	56
- NGO-VertreterInnen:	50

In sieben Teilgruppen würde also die Mindestzahl von 20 Resonanzgruppen-Mitgliedern erreicht!

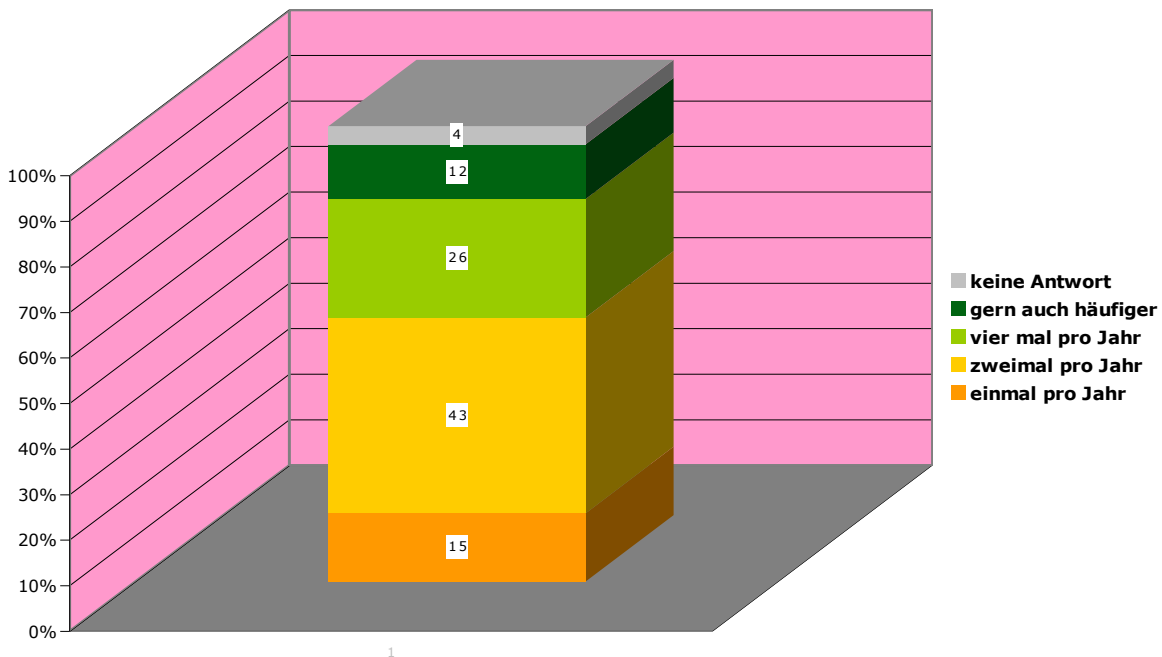
Bei welchen Mitwirkungsmöglichkeiten der Resonanzgruppe wären Sie dabei? (Basis: alle, die sicher oder vielleicht mitwirken wollen)



Klar ist demnach, dass sich die Mitwirkungsbereitschaft der Mehrheit auf das Ausfüllen von Online-Fragebogen sowie auf die Kenntnissnahme der entsprechenden Ergebnisse beschränkt. Darüber hinaus würden nur kleine Minderheiten mitwirken.

Beim Rhythmus der Online-Befragungen zeichnet sich eine goldene Mitte von drei Befragungen pro Jahr ab:

Idealer Rhythmus für Online-Befragungen der Resonanzgruppe (Basis: alle, die sicher oder vielleicht mitwirken werden)



NACHDRÜCKLICH



Kommentare zu den Grundsatzfragen (siehe Seiten 2 und 3), wörtlich zitiert:

Ist eine nachhaltige Wirtschaft überhaupt vorstellbar?

Wenn die Arbeitgeber wieder 'Patrons' werden und sich auch um die Folgen ihrer Geschäftspolitik kümmern - natürlich entsprechend geschult sein müssen -, dann kommt's besser.

Wir haben langfristig gar keine Wahl, wenn wir überleben wollen. Nur eine langfristige Wirtschaft garantiert das Überleben.

Ich denke, dass wir dafür aber vom Prinzip der stetigen Gewinnmaximierung abrücken müssen. Ein Unternehmen muss nicht jedes Jahr höhere Gewinne einfahren, um marktfähig zu bleiben.

Ja, aber man müsste die Uhr zurückstellen wo wahre Werte erkannt, geschätzt und gepflegt wurden.

Nachhaltig ist die Wirtschaft nur dann wenn sie auch schrumpft. Allein neue Technologien und Verfahrensweisen bringen uns nicht weiter.

Keine nachhaltige Wirtschaft ist unintelligent. Ein "weiter so" ist eine geistige Bankrotterklärung unserer so genannten Zivilisation.

Ist eine nachhaltige Wirtschaft in unserem existierenden Wirtschaftssystem möglich?

Ein neues Denken auf allen Ebenen und in allen Bereichen des Lebens ist dafür notwendig. ein echter Paradigmenwechsel. Ein neues Weltbild.

Kapitalismus ist eindeutig eine "Vernichtungsmaschine" die nur auf Schulden aufbaut. Es ist zu viel überschüssiges Geld als unproduktives, ruhendes Kapital vorhanden, das in den Geldfluss gehören würde.

Nicht nur Geld hat Wert, sondern auch Lebensgefühl.

Andere bisherige Experimente haben der Umwelt noch weniger Sorge getragen.

Voraussetzung: Bewusstsein, dass wir alle EINS sind. Ich bin Du wie Du ich.

Verunmöglicht der Zwang zu Wachstum eine nachhaltige Entwicklung?

Wieso ist denn das immer-höher-weiter-schneller-'geiler' heute so massgebend? Der Mensch entwickelt sich ja auch nicht bis zum Ende *w e i t e r*...

Korrekt, weil sie auf der Basis von "ZUWENG" anstatt "GENUG" operiert.

Ich denke, dass sich in der heutigen Zeit ein Wirtschaftswachstum überhaupt nur durch Nachhaltigkeit ermöglichen lässt.

Man meint heute, dass alles mit Wechsel, Neuem usw. mehr Wachstum bringt. Stimmt nicht, bringt nur Unruhe und Fehler mit sich.

Der Zwang zum Wachstum ist nicht systemimmanent, sondern erwächst aus einer dummen und uninspirierten Handhabung des Systems.

Auch ohne die Feststellungen des "Club of Rom" sagt einem der gesunde Menschenverstand, dass ein Wachstum in der bisherigen Art und Weise den Planet ruiniert und ihn für nichtige Dinge (die die Welt nicht braucht) vergeudet.



NACHDENKLICH



Radikales Denken - oder - Gedanken darüber, worum es geht

Das Wort radikal hat ein Imageproblem. Wir verbinden damit automatisch extreme Handlungen. Doch gerade, wenn ein Begriff so eindeutig negativ besetzt ist, lohnt sich oft ein zweiter Blick auf seine Potenziale.

Radikal kommt nämlich vom lateinischen Wort für Wurzel, und so bedeutet es nichts anderes als „an die Wurzeln gehen“. Radikales Denken, und davon sprechen wir hier ausschließlich, wäre demnach ein im Wortsinne gründliches Denken, ein Denken, das den Dingen auf den Grund geht.

Albert Einstein hat es vor langer Zeit auf den Punkt gebracht: »Probleme kann man niemals mit der gleichen Denkweise lösen, durch die sie entstanden sind.«

Genau dieses „radikale“ Denken also pflegt Albert Einstein, wenn er dazu auffordert, über die Denkweise nachzudenken, die uns all die Probleme einer nicht nachhaltigen Entwicklung beschert hat, und sie daraufhin durch eine bessere zu ersetzen.

Denken über unser Denken. Genau darum geht es. Wenn wir im Bewusstsein davon, so könne es nicht weitergehen, innehalten, und wenn wir uns fragen, welche tiefere Dimension wir erschließen müssen, um Nachhaltigkeit wirklich verstehen und fördern zu können, dann stoßen wir unweigerlich auf eine vierte Dimension zusätzlich zu den allseits akzeptierten Dimensionen von Nachhaltigkeit, also der ökologischen, ökonomischen und sozialen: auf unsere Denkweise.

Wo wir schon beim radikalen Denken sind, sollten wir diese Erkenntnis allerdings weiter hinterfragen: Geht es wirklich nur um unser Denken? Denken wir in unserer Sprache sehr stark mit rationalem und logischem Denken gleichgesetzt. Diese Art des Denkens ist eine äußerst nützliche Errungenschaft unseres

Geistes - so lange wir nicht übertreiben und ausschließlich auf dieses Denken setzen. Doch genau das haben wir in den letzten Jahrhunderten getan, und das hat wesentlich zu unseren gegenwärtigen Problemen beigetragen. Denken allein ist also offenkundig nicht das, wonach wir suchen.

Schon besser ist das schöne deutsche Wort Geist. Es verweist nämlich mit aller Deutlichkeit darauf, dass es sich bei der vierten Dimension von Nachhaltigkeit um eine geistige Dimension handelt.

Andreas Giger

VORSCHAU

Die nächste Ausgabe von NACHHALTIGKEITEN erscheint Ende Februar 2012 und enthält den zweiten Teil der Befragungsergebnisse zum Themenkreis *Nachhaltigkeit und Wirtschaft*.

IMPRESSUM

NACHHALTIGKEITEN ist das Publikationsorgan der Nachhaltigkeits-Resonanzgruppen von spirit.ch und erscheint in regelmäßigen Abständen für Mitglieder der Resonanzgruppen und für weitere Interessenten.

Herausgeber:
Stiftung spirit.ch - Für Nachhaltige
Lebensqualität.
Bühl 123
CH-9044 Wald AR
+41 71 558 84 74
info@spirit.ch
www.spirit.ch



Inhalt und Gestaltung:
Christian Engweiler, Geschäftsführer
Dr. Andreas Giger, Stiftungsratspräsident und
wissenschaftlicher Leiter

