

Thomas Gawlitta

Innovationen in der Gesellschaft durch soziales Engagement

16. Juli 2005

Wenn heute über Innovationen gesprochen wird, geht es beinahe ausschließlich um technologischen und naturwissenschaftlichen Fortschritt. Die Bundesregierung und ihre Partner aus Wirtschaft und Wissenschaft haben eine Innovationsoffensive gestartet, deren Ziel es ist, das sicherste Auto der Welt zu bauen und mit neuen Biotechnologien alle Volkskrankheiten zu heilen. Unstrittig ist, dass technologische Innovationen wichtige Pfeiler für die Wettbewerbsfähigkeit eines Landes sind. Aber ist das alles, was die deutsche Gesellschaft an Innovationsgeist braucht?

Der deutsche Wohlfahrtsstaat hat sich in den vergangenen Jahren in seinem Fürsorgeanspruch übernommen. Langsam erkennen die Bürger, dass sie diesen Prozess durch die Delegation von Verantwortung an staatliche Einrichtungen möglich gemacht und unterstützt haben. Doch gerade wenn es stimmt, dass den Deutschen Mut und Risikobereitschaft fehlt, wie Politiker und Wissenschaftler häufiger bemerkt haben, nützt es nichts, den Menschen von oben herab Innovationsgeist zu verordnen: Hier muss die Politik einen Schritt zurückgehen, um mehrere Schritte voranzukommen. Die Deutschen müssen für eine neue Kultur der Innovationsoffenheit begeistert werden, nicht für neue High-Tech-Autos oder größere Flachbildschirme.

Wir müssen uns wieder auf Innovationen direkt in der Gesellschaft selbst konzentrieren. Das erfordert, dass die Bürger wieder aktiv Verantwortung für ihr Gemeinwesen übernehmen, denn bürgerschaftliches Engagement muss aus der Mitte der Gesellschaft entstehen. Gemeinwohlorientierte Initiativen sind hierfür ein gutes Beispiel. Menschen setzen ihre Kreativität und ihre Innovationskraft ein, um anderen Menschen auf unkonventionelle, meistens ehrenamtliche Art und Weise zu helfen. Hier entsteht der wahre Innovationsgeist, der die Menschen für eine neue Kultur der Innovationsoffenheit nachhaltig begeistern kann. Und genau an dieser Stelle muss die Regierung ansetzen, um mit ihrer Innovationsoffensive insgesamt erfolgreich zu sein.

Die Entwicklung verläuft derzeit jedoch genau anders herum. Gesellschaftlichen Innovationen, die aus gemeinwohlorientierten Engagement und Initiativen entstehen, werden die öffentlichen Mittel zunehmend gekürzt. Doch anstatt zu resignieren, und die Verantwortung wiederum an den Staat abzugeben, sollten Bürger und Unternehmen neue Wege suchen, neue Wege gehen, um diesen wichtigen Pfeiler einer funktionierenden Bürgergesellschaft zu erhalten und auszubauen. Durch die Zusammenarbeit von Bürgern, Unternehmen und Trägern gemeinwohlorientierter Einrichtungen sollten neue Plattformen entstehen, die kreatives Potenzial bündeln und gesellschaftliche Innovationen ermöglichen -unabhängig von öffentlichen Mitteln.

Im Sinne des Fundraisings muss es vor allem darum gehen, private Unterstützer zu finden. Das Engagement von vermögenden Einzelpersonen, der Ausbau des Stiftungswesens, die Förderung von sozialen Unternehmensgründungen sowie die stärkere Einbeziehung von Unternehmen als Förderer von Sozialengagement stellen die wichtigsten Maßnahmen dar. Zudem muss dafür gesorgt werden, dass staatliche Gelder nicht weiter gekürzt und effektiver eingesetzt werden.

Die Förderung und Kommunikation von sozialen Unternehmensgründungen wird in Deutschland nahezu vollständig vernachlässigt. Eine aktive und motivierende Bürgergesellschaft braucht Visionäre, Vorreiter, Identifikationsfiguren, die ihre Möglichkeiten nutzen, um Lösungen für die dringendsten sozialen Probleme zu finden. Diese sozialen Unternehmer handeln unternehmerisch, sind aber bestrebt, soziale, nicht rein monetäre Werte zu schaffen. Sie sind Innovatoren, die ihre Innovationen der Gesellschaft bereitstellen.

Im angloamerikanischen Kulturkreis haben die Bürger den Bedarf an qualifizierten Social Entrepreneurs erkannt und bilden verstärkt Menschen in diesem Bereich aus. Die Harvard Business School bietet im Rahmen ihres MBA-Studiums beispielsweise zahlreiche Kurse zum Thema Social Entrepreneurship an. Mit einem eigenen Forschungsprojekt (The Research Initiative on Social Entrepreneurship) widmet sich die Columbia Business

School dem Thema. Die Skoll Foundation hat im Jahr 2003 das Center for Social Entrepreneurship an der Oxford Universität gegründet und unterstützt das an die Said Business School angeschlossene Institut mit 7,5 Millionen US-Dollar. Hier hat Deutschland ein sehr hohen Nachholbedarf, aber gleichzeitig ein enormes Potenzial, das es zu nutzen gilt.

Das soziale Engagement von Unternehmen ist in Deutschland ein relativ neues und ungenutztes Feld. Die deutschen Unternehmen haben bis dato ihr soziales und kulturelles Engagement mehr als "Spende" denn als Investition gesehen. Das ist aber der falsche Denkansatz: Die Reputation ihres Unternehmens ist der größte Wert einer privaten Organisation! Die Förderung von gemeinwohlorientierten Projekten kann den Gesamtwert eben dieses Unternehmens deutlich steigern.

Eine von der Oxford Economic Forecasting Organisation durchgeführte Studie am Beispiel des Unternehmen Diageo zeigt diesen Zusammenhang eindrucksvoll auf: Innerhalb der letzten 20 Jahre hat Diageo circa 45 Millionen Euro in soziale Projekte investiert. Der erzielte gesamtgesellschaftliche Nutzen beläuft sich jedoch auf circa 850 Millionen Euro. Das ist ein Mehrwert, der nur durch eine strategisch kluge, gemeinwohlorientierte und öffentlichkeitswirksame Innovationspolitik entstehen kann.

Zum Autor

Thomas Gawlitta:

Mitgründer und Vorstandsmitglied von berlinpolis. berlinpolis ist ein Think Tank in Berlin zur Förderung einer progressiven Politik für die Wissensgesellschaft und die Anliegen der nächsten Generation
www.berlinpolis.de

Quelle: <http://www.politik-poker.de> - Gedanken zur Politik von morgen.

Über 150 Autor/innen mit über 200 spannenden, nachdenklichen und innovativen Beiträgen zur zukünftigen Politik.