


NEUE WIRTSCHAFT

in Zusammenarbeit mit  UnternehmensGrün

DEGROWTH? ACH WAS!

71

Mit der Realität hat die Debatte um Nullwachstum nichts zu tun. Sie ist viel zu verkopft. Ökobanken, E-Bike-Fabriken und andere alternativen Unternehmen müssen unbedingt größer werden.

KOMMENTAR: MARTINA MERZ

Haben Sie schon einmal mittelständische oder kleine Unternehmen gefragt, ob sich diese als »Postwachstumpioniere« bezeichnen würden? Oder haben Sie sie gar gefragt, was diese von der Degrowth-Bewegung halten? Die Unternehmer/-innen würden Ihnen etwas husten – zu Recht! Diese verkopften Begriffe und Systemklärungsversuche gehen an der unternehmerischen Realität vorbei.

Kleine und mittlere Unternehmen, Familienbetriebe, die auf einem gewissen Firmengelände angesiedelt sind, mit Betriebsgebäuden feststehender Größe, sind in der überwiegenden Zahl keine Verfechter des Wachstumsdogmas. Die kleinen und mittleren Unternehmen finden es »normal«, dass sie nicht immer weiter wachsen wollen.

Es geht um den guten Kontakt zu den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, den sie für weiteres Wachstum opfern müssten. Es geht um die Herausforderung, die besondere Qualität der eigenen Produkte, aber auch die Qualität der Beziehungen zu Lieferanten und Kunden zu erhalten. Das ist eine wichtige Erkenntnis, da sie eine andere Qualität des Wirtschaftens widerspiegelt. Aktiennotierte Großkonzerne und klassische Wirtschaftsverbände wollen uns glauben machen, exponentielles Wachstum sei alternativlos und der einzige Garant für Wohlstand.

Das ist es aber nicht. Im Gegenteil. Die planetaren Grenzen setzen der Party des 20. Jahrhunderts Grenzen. Volker Plass, Bundessprecher der österreichischen Grünen Wirtschaft, prophezeit, dass alle künftig sesshafter leben, sich vegetarischer ernähren und sich die Produktions- und Wegwerfgesellschaft in eine Weiterverwendungs- und Reparaturgesellschaft verwandelt. Er nennt das Genügsamkeit und materielle Bescheidenheit. Wer sich darauf einlässt, erfährt, dass dieser Wandel zwar Verzicht, aber keineswegs Unglück bedeutet – sondern neue Kreativität und Zugewinn an neuen sozialen Gesellschaftsformen (share economy, solidarische Landwirtschaft).

Müssen sich – eingedenk der planetaren Grenzen – aber auch



»Öko-sozial hat eine ›licence to grow‹.« – Martina Merz.
Foto: merz:punkt

die Vorreiter einer nachhaltigen Wirtschaftsweise der Wachstumsfrage stellen? Sie tun es. Wie zum Beispiel Wolfgang Heck. Er ist der Geschäftsführer der derzeit stark wachsenden Firma Life Food GmbH, ein Pionier der Tofu-Herstellung aus gentechnisch freien Ökosojabohnen. Er orientiert sich an der Frage: »Macht unser Wachstum im Unternehmen Sinn für die Welt, für die Gesellschaft?« Solange er diese Frage mit Ja beantworten kann, sagt er, halte er Wachstum für legitim. Life Food sorgt sich daher auch darum, den Anteil von heimischem Soja aus Deutschland, Frankreich und Österreich zu erhöhen. Damit Soja nicht mehr aus Brasilien importiert werden muss, für dessen Anbau dort Regenwald abgeholzt wird.

Solange das Gros der Unternehmen nicht nachhaltig wirtschaftet, haben Biofirmen, ethisch-ökologische Banken, die E-Fahrrad-Branche und andere ökologisch-soziale Unternehmen eine »licence to grow« – auch um das Böse zu verdrängen.

Einfach wird das für die Nachhaltigkeitspioniere nicht. Solange die wahren Kosten der herkömmlichen Warenwelt durch den Raubbau an der Natur nicht auf den Preis aufgeschlagen werden, sind sie im Nachteil. Eine Politik, die gutes Wachstum fördern will, muss dafür sorgen, dass klar wird, was den Menschen wie teuer zu stehen kommt. Ran an das Verdrängungswachstum für ein gutes Leben. ■

MARTINA MERZ ist Gründerin von merz punkt, einer umweltorientierten Designagentur in München und Mitglied bei UnternehmensGrün seit 1992.