

Nachhaltiges und faires Geschäftsmodell

Interview über die Zertifizierung durch die Wolfgang Mewes Stiftung



Georg Rohde

Der Präsident des Bundesverband StrategieForum, Georg Rohde, spricht heute in seiner Funktion als Vorsitzender des Vorstands der Wolfgang Mewes Stiftung über die Möglichkeit, Produkte und Unternehmen über die Mewes Stiftung zertifizieren zu lassen. Letztlich geht es darum, eine Gemeinschaft von Unternehmen zu bilden, die im Sinne der Mewes-Strategie wirtschaften und somit ganz klar auf Kundennutzen, Transparenz, Win/Win für alle Beteiligten sowie auf ein nachhaltiges Geschäftsmodell setzen. Viel zu oft wird das Wirtschaftsleben noch dominiert von ungebremsten Wachstumsphantasien und ungezügelmtem Gewinnstreben. Wer sich erklärtermaßen an der Mewes-Strategie ausrichtet, hat andere Prioritäten. Man muss nicht perfekt sein, um über die Stiftung zertifiziert zu werden, vielmehr geht es darum, sich im Umsetzungsprozess in die richtige Richtung zu bewegen.

SJ: Seit kurzen kann unter www.mewes-strategie.de eine Zertifizierung von Produkten und Organisationen beantragt werden. Initiator ist die Wolfgang Mewes Stiftung. Warum braucht es diese Zertifizierung? Was hat es damit auf sich?

Rohde: Schauen wir uns mal an, was Wolfgang Mewes wollte: In seiner Erfolgslehre definierte er Strategie als den wirkungsvollsten Einsatz vorhandener Mittel und Kräfte, um ein Ziel zu erreichen, das allen Beteiligten Nutzen bringt. Das ist die Ausgangslage. Tatsächlich sieht die Welt heute ein bisschen anders aus: Ressourcen werden eben nicht optimal eingesetzt. An verschiedenen Stellen wird künstlich Mangel erzeugt. An anderen herrschen verantwortungsloser Überfluss und Verschwendung.

SJ: Das stimmt, Verschwendung ist bei der Mewes-Strategie wirklich nicht vorgesehen ...

Rohde: Rund ein Drittel unserer Lebensmittel werden regelmäßig vernichtet, überschüssige Kleidung wird verbrannt, Wohnungen bleiben zu Spekulationszwecken leer, durch Marketing werden künstliche Kaufanreize geschaffen, die es sonst nicht geben würde. Man kann das folgendermaßen auf den Punkt bringen: Marketing bringt Menschen dazu, sich Dinge zu kaufen, die sie eigentlich nicht brauchen, von Geld, das sie nicht haben, um Leuten zu gefallen, die sie nicht mögen.

SJ: Und was wäre stattdessen aus Sicht der Wolfgang Mewes Stiftung wünschenswert?

Rohde: Im Sinne der Mewes-Strategie steht es nicht im Vordergrund, immer mehr Geld zu machen, sondern mehr Nutzen zu generieren. Hierbei kommen auch soziale, emotionale, genauso wie funktionale und sinngebende Aspekte zum Tragen. Unternehmen sollen dabei helfen, Mängel dort zu beheben wo sie tatsächlich bestehen – also brennende Probleme zu lösen – anstatt einen Mangel mit Hilfe von Marketing-Tricks zu schaffen. Ansonsten werden künstlich immer mehr Produkte erzeugt, die dann zum Teil wieder vernichtet werden müssen, weil der Markt sonst den Preis nicht zahlen würde.

Künstlich werden immer mehr Produkte erzeugt, die dann oftmals wieder vernichtet werden müssen.

Der wirkungsvollste Punkt, das Ziel, das – im Sinne der Wolfgang Mewes Stiftung – erreicht werden soll, ist ein Gemeinschaftsziel. Es geht darum, Werte zu schaffen, die den Menschen nützen. Es ist eben nicht das Ziel, Gewinne zu maximieren. Doch die immer noch vorherrschende und von der Regierung unterstützte Wachstumsphilosophie propagiert das genaue Gegenteil. Quantitatives Wachstum generieren bedeutet im Grunde genommen nichts anderes als die Reichen noch reicher zu machen und Monopole zu schaffen. Das geht bis zum Machtmissbrauch und führt zu Ergebnissen, die nicht im Sinne der Allgemeinheit sind.

SJ: Wachstum wäre ja gar nicht schlecht, wenn der Fokus auf der Qualität liegen würde anstatt auf der Quantität. Man könnte das ja auch mal anders definieren als qualitatives Wachstum in Richtung Lebensqualität... ▶

Rohde: Das wäre sinnvoll, es bedingt aber ein Umdenken. Mein Ziel darf es dann eben nicht mehr sein, immer größer zu werden. Die Aufgabe der Unternehmen müsste darin liegen, die Qualität zu verbessern. Da kommen dann hinten ganz andere Geschäftsmodelle heraus. Anstatt Umsatz, Einkommen und Produktion ins Unermessliche zu steigern – was früher oder später an natürliche Grenzen stoßen muss, mit allen negativen Konsequenzen – könnte ich mich auch darauf konzentrieren, mit geringerem Aufwand und Ressourcenverbrauch alle meine tatsächlichen Bedürfnisse zu befriedigen.

Die Aufgabe wäre dann, mit möglichst wenig Aufwand meine Lebensqualität zu verbessern. Dazu sind folgende Fragen zu beantworten: Was brauche ich wirklich, um glücklich zu sein? Welche Ausgaben kann ich mir sparen, ohne dass mir etwas fehlt? Wo gewinne ich durch materiellen Verzicht sogar ein Plus an immateriellem Wert hin-

zu? Kann ich bewusst auf überflüssige Dinge verzichten, um so die für den Gelderwerb eingesparten Zeit für etwas Sinnvolleres zu nutzen? – Plötzlich hätte ich mehr Zeit und könnte das Hamsterrad verlassen... Dieses Umdenken wollen wir fördern und Unternehmen zertifizieren, die das Spiel des quantitativen „Wachstum um jeden Preis“ und der Gewinnmaximierung nicht mitspielen, sondern nach der Mewes-Strategie Win/Win-Situationen schaffen wollen.

SJ: So weit so klar. Für wen kommt also eine Zertifizierung über die Wolfgang Mewes Stiftung in Frage. Welche Bedingungen müssen erfüllt sein?

Rohde: Ich fange mal damit an, was nicht zertifiziert würde... Wenn z.B. die Firma Nestlé Wasser aufkauft, mit einigen Mineralien versetzt, in Flaschen abfüllt und teuer verkauft, entsteht m.E. kein Mehrwert. Lediglich der Preis wird künstlich in die Höhe getrieben.

Oder die Kaffeekapseln, die mit einem irren Aufwand an Rohstoffen und Energie produziert werden und gerade mal eine Tasse Kaffee liefern... Danach entsteht dann auch noch eine Menge Müll. Hier stehen eingesetzte Mittel und tatsächliche Wertschöpfung in keinem günstigen Verhältnis. Der Haupttreiber ist die Gewinnmaximierung.

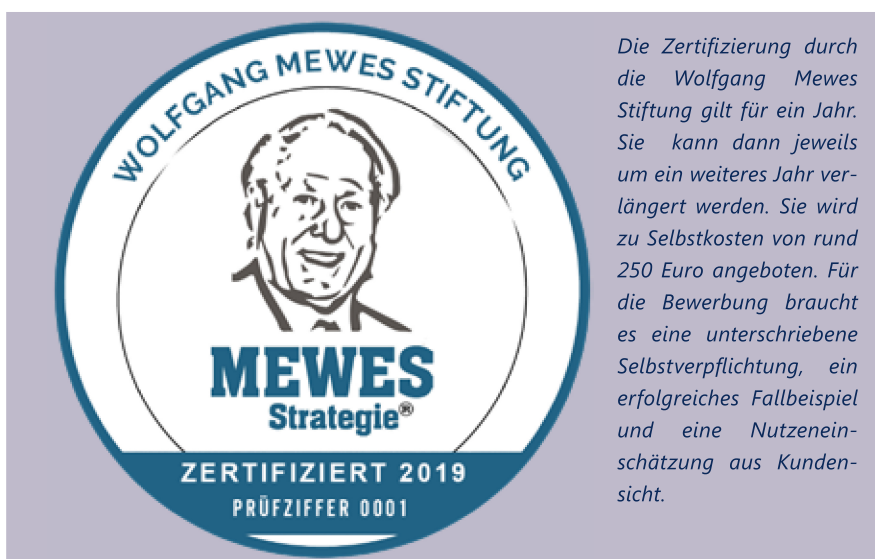
SJ: Ok, und positiv ausgedrückt...?! Wie muss das aussehen, damit es von der Wolfgang Mewes Stiftung unterstützt wird?

Rohde: Zertifiziert werden Unternehmen, die nachhaltig wirtschaften oder darauf hinarbeiten, dass ein ökologisches und faires Geschäftsmodell entwickelt wird. Dies ist auch im digitalen Zeitalter möglich. Es geht darum, tatsächlich Werte zu schaffen. Dabei muss der Transformationsprozess – also die Wertschöpfungskette – vom Konzept über den Rohstoff bis zum Verbraucher-Nutzen transparent gemacht werden.

Zertifiziert werden Unternehmen, die nachhaltig wirtschaften und ein faires Geschäftsmodell entwickeln.

Ein mustergültiges Projekt dazu ist die Teekampagne von Prof. Günter Faltn. Alle Beteiligten konnten dabei gewinnen: Die Erzeuger bekamen einen höheren Gegenwert für ihre Leistung, und der Verbraucher erhielt am Ende einen hochwertigen Darjeeling-Tee zum günstigen Preis.

In Frankreich startete jetzt ein Unternehmen damit, Smoothies aus Obst herzustellen, das in den Supermärkten aussortiert wurde. Auch ein Ansatz, um Ressourcen optimal zu nutzen an- ▶



statt sie aufwändig zu produzieren, um sie dann wieder zu vernichten. Bevor es keine Müllabfuhr gab, wurde auch kaum Müll produziert. Fast alles wurde in irgend einer Form wieder einer anderen Verwendung zugeführt. Und wenn es nur kompostiert wurde und dann als Dünger wieder in den Garten kam.

Dieses Kreislaufsystem sollte unter heutigen Gesichtspunkten neu gedacht werden: Wie kann man aus solchen Ansätzen gewerbliche Geschäftsmodelle entwickeln und damit Geld verdienen...? Unternehmen die in diesem Sinne agieren, würden dann z.B. von der Wolfgang Mewes Stiftung zertifiziert werden.

SJ: Das klingt ein bisschen nach Öko-Preis... es gibt doch auch eine Menge Firmen, die im Rahmen einer Kreislaufwirtschaft nicht viel beitragen können. Wie ist das z.B. mit Beratern? Wie kann ein Berater mit seinen Beratungsprodukten diesen Kriterien gerecht werden?

Rohde: Die Beispiele dienen zur Veranschaulichung der zugrunde liegenden Denkweise. Es geht um die grundlegende Motivation und ein Umdenken. In diesem Sinne kann jedes Unternehmen handeln, natürlich auch ein Berater. Dieser muss sich eben fragen: Wie kann ich dazu beitragen, Wirtschaften im Sinne der Mewes-Strategie zu fördern. Praktisch bedeutet dies: Er hilft z.B. seinen Klienten, deren Geschäftsmodell zu überdenken, in Richtung Kundennutzen, Transparenz und Nachhaltigkeit. Er sensibilisiert sie für Win/Win-Modelle und synergetische Kooperationen usw.

Der Nutzen und die Prozesse seiner Beratung sind transparent und zielen auf einen optimalen Nutzen für seine Ziel-

gruppe. Er arbeitet eben nicht nach dem Gesichtspunkt: Wie kann ich das meiste Geld verdienen, sondern: Wie baue ich eine langfristige konstruktive Beziehung zu meiner Bedarfsguppe auf, damit diese mich als Problemlöser erkennt und immer wieder kommt? Um hier einen Maßstab zu entwickeln, haben wir bei der Zertifizierung auch eine Nutzenbewertung eingeführt. Dabei werden insbesondere Merkmale berücksichtigt, die aus Sicht des Kunden wichtig sind.

Es geht nicht um Perfektion. Aber die zertifizierten Unternehmen werden das Thema bewusster bearbeiten.

SJ: Also könnte man zusammenfassend sagen: Unternehmen und Freiberufler, sowohl beratend wie auch produzierendes oder dienstleistendes Gewerbe, die von ihrer Ausrichtung her die Grundphilosophie von Wolfgang Mewes umsetzen wollen und die Grundprinzipien und Phasen der Mewes-Strategie – insbesondere in Sachen Konzentri-

on, Zielgruppe, Nutzen und Win/Win-Prinzip – verfolgen und die ressourcenschonend auch die Interaktion mit der Gesellschaft im Blick haben und einen tatsächlichen Mehrwert generieren, sollten sich für eine Zertifizierung bewerben...?!

Rohde: Genau darum geht es. Dabei wird auch nicht nur die Perfektion zertifiziert. Die Wolfgang Mewes Stiftung will zum Umdenken anregen und neue Impulse setzen. Die zertifizierten Unternehmen werden sich bewusster mit der Thematik auseinandersetzen. Und wir bewerten jährlich neu, ob die Zertifizierung aufrecht erhalten wird. Dabei gibt es kein Absolut. Bewertet wird die Veränderung im Vergleich zur bisherigen Situation. Denn wer weiß besser als wir: Die Anwendung der Mewes-Strategie erfolgt im Rahmen eines Entwicklungsprozesses. ■

Infos und Zertifizierungsanfrage:
www.mewes-strategie.de

The screenshot shows the website for Mewes-Strategie. At the top, there is a navigation menu with links for 'HOME', 'WERBUNG', 'KONTAKT', 'ZERTIFIZIERUNG', 'DIE MEWES-STRATEGIE', 'DIE ZERTIFIZIERUNG', and 'NEUERWEIT'. Below the menu is a blue header with a quote: „Ein Durchschnittsmensch, der sich auf den wirkungsvollsten Punkt konzentriert, wird erfolgreicher als ein Genie, das sich verzettelt!“ attributed to Wolfgang Mewes. The main content area features the Mewes-Strategie logo (a portrait of Wolfgang Mewes) and the text: 'Zertifikat „Mewes-Strategie“ Das Markenzeichen für Vertrauen auf Basis von Selbstverpflichtung und Bewertung.' Below this, there is a paragraph explaining the certification process and a button that says 'Jetzt Gegenüberprüfen lassen können!'. At the bottom, there is a section titled 'Warum gebrauche ich die Mewes-Strategie?' with a sub-heading 'Versteht erinneren Sie sich auf Ihre Lebensweise in folgenden Aussagen wieder?'. At the very bottom of the page, a dark blue banner contains the text: 'Unter www.mewes-strategie.de kann die Zertifizierung beantragt werden.'