

Die überforderten Klempner der Macht

Thomas Sattelberger wünscht sich Zukunftsdesigner in Politik und Wirtschaft.

Sondieren, das riecht schon so komisch. Ecken und Winkel ausschnüffeln, kleinteilig arbeiten, vage bleiben, Konflikte verschieben, Zukunftsbilder ausblenden. Politik erscheint mir viel zu lange schon als Durcharbeiten von Schubladen. Man kennt das aus der Wirtschaft: immer schön effizient. Aber wer adressiert bei uns eigentlich noch die großen Fragen, wer sucht dritte Lösungswege? Wer hat noch die Kraft, andere für große Pläne zu begeistern?

OB ENERGIEWENDE, BILDUNG ODER FACHKRÄFTE, ob alternde Gesellschaft, Migration oder Digitalisierung – wir müssen uns entscheiden: Wollen wir gestalten oder abgehängt werden, freudig aufbrechen oder einfach nur lustlos mitmachen? Gotthard-Tunnel oder Flughafen Berlin-Brandenburg?

Wir hatten mal einen Bundeskanzler, der pampig erklärte, wer Visionen habe, solle zum Arzt gehen. Schon damals war sein Satz, der in Analogie zum Ingenieur in der Wirtschaft den Sozialingenieur in der Politik zum wahren Macher erhob, eine Zumutung. US-Managementgurus würden dazu sagen: „Overmanaged and underled“. Vielleicht wollte Helmut Schmidt einen Kontrapunkt zu seinem Vorgänger setzen, der seine Vision der neuen Ostpolitik mit dem Kniefall in Warschau auf lud: Überschuss an Visionen, Defizit an Management.

Uns täte heute die richtige Mischung gut. Politische und unternehmerische Führung müssten dem wildwüchsigen und oft sinnentstellenden Wandel sinnstiftende Visionen entgegenhalten. Sie dürfen nicht in der Erlösungs-ideologie der Maschinenoptimierung stecken bleiben. Wir müssen die Frage beantworten, wie wir künftig leben und arbeiten wollen.

Und da haben wir gewaltigen Nachholbedarf. VW-Chef Matthias Müller, in den USA nach der moralischen Dimension der Betrugssoftware gefragt, gab sich ahnungslos: Ein „ethisches Problem? Ich kann nicht verstehen, warum Sie das sagen.“ Ähnlich antwortete Bundeskanzlerin Angela Merkel, gefragt nach ihrem Anteil am enttäuschenden Ergebnis der Bundestagswahl: „Ich kann nicht erkennen, was wir jetzt anders machen müssten.“

„Deutschland braucht ein kreatives Zukunftsbild, so wie Unternehmen neue Geschäftsmodelle brauchen.“

Jüngst hat sich sogar der CEO von Adidas, Superstar Kasper Rorsted, als Rationalisierer des visionären Markenkerns entpuppt. In einem „Stern“-Interview sagte er auf die Frage nach der Seele seines Unternehmens, Adidas wolle schlicht „die besten Produkte für Sportler“ anbieten. Zuvor war es stets essenziell für die Marke, dass Sport die Kraft habe, Leben zu verändern.

Merkel, Müller und Rorsted sind für mich Klempner der Macht, gefangen in ihren alten Welten, ohne Gespür und Geschick für die Kraft von Visionen. Exportweltmeister und Industrie 4.0 sind keine packenden Ziele; genauso wenig, dass Volkswagen Toyota als größten Autokonzern ablöst.

DEUTSCHLAND BRAUCHT EIN KREATIVES ZUKUNFTSBILD, so wie Unternehmen neue Geschäftsmodelle brauchen. Machtvolle Vorstellungen vom Morgen, Ideale, die unseren Verstand und unser Herz erreichen.

Merkels Motto von der Bildungsrepublik Deutschland aus dem Jahr 2008 – das hatte Potenzial: Gezeichnet wurde ein Land der Chancen, anknüpfend an große liberale Denker wie Ralf Dahrendorf und Hildegard Hamm-Brücher. Der Begriff stellte sich leider als Parteitagshierarchie heraus. Er hätte sich als überzeugende Strategie für einen Talentpool wie Deutschland entpuppen können.

Nun bahnt sich eine Koalition an, die etwas mehr Geld für Bildung ausgeben will, immerhin.

Allerdings wird uns das Neue nur gelingen, wenn die Bildungsreform sich nicht in Strukturdebatten verheddert, sondern gemeinsam mit Lehrern und Schulen vorangetrieben wird. Von der FDP mitregierte Länder müssen den Beweis antreten, dass dies geht.

Und wenn wir unter digitaler Revolution mehr verstehen als den Ausbau unseres Glasfasernetzes und den Datenschutz, dann müssen wir unser Arbeitsrecht genauso neu designen wie das Kartellrecht. Ohne ein politisches Gesamtpaket aller Sozialpartner wird das mit der Digitalisierung nichts. Nur wenn Deutschland und seine Wirtschaft wieder ein Sehnsuchtsort für Ideen und Idealisten wird, gelingt uns die Transformation. Das Potenzial tragen wir in uns. ▀