

Green.Business.Revolution und warum eine Vision für das Jahr 2099 ein guter Anfang ist.

Die nachhaltige Transformation ist in vollem Gange. Zumindest wenn man den euphorischen Berichten über grüne Innovationen, grüne Jobs und grünem Wachstum glaubt. Doch immer öfter werden von der von Rezessionsangst geplagte Wirtschaft Bedenken vorgebracht. Grünen Investitionen und Zusatzkosten sind im globalen Wettbewerb nicht länger zu stemmen. Der Wandel scheint utopisch.

Doch das war er immer und muss echter Wandel auch zu Beginn sein. Denn wer sich bei epochalen Krisen zu lange mit der Realität aufhält, hat nicht verstanden, worum es bei epochalen Übergängen geht.

Wie gelingt es sich als Unternehmen radikal neu zu erzählen? Denn das ist es, was Transformation in erster Linie ist: Eine Neuerzählung der Welt und unserer Mission darin. Darin liegt der Schlüssel zur Green-Business-Revolution und der Zugang zum Potenzial einer neuen Zukunft.

Am Ende

Brände, Hochwasser, Dürre. Ein Ausnahme-Sommer oder der Ausblick auf die nächste Normalität?

Unsere heutige Lebens- Denk- und Wirtschaftsweise führt zweifellos ans Ende. Doch an welches? Und: Kein Anfang ohne Ende! Geht es um Entwicklung, sind wir gewohnt in linear oder exponentiell ansteigenden Geraden zu denken. Tritt man einen Schritt zurück, entpuppen sich die meisten Entwicklungen als Bögen, die nach einer Phase des Wachstums und ihrem Höhepunkt wieder zu ihrem Ende kommen. Das trifft für Technologien ebenso zu wie für Gesellschaftsformen, für Wirtschaftsordnungen, Märkte, Produkte oder die Entwicklung von Lebewesen und Organisationen.

Im Kern sind Epochen von der Mehrheit akzeptierte Deutungen der Wirklichkeit. Zum Beispiel der Glaube, dass wir Krone der Schöpfung wären, oder zumindest etwas anderes als der Rest der Natur wären.

Diese Erzählung gibt uns erst das Recht als einziges Subjekt alle anderen Objekte, also Ressourcen, Boden, Tiere, Pflanzen zu besitzen, zu nutzen und zu vernichten. Umweltschutz ist der Schutz der willen- und rechtlosen Objekte um uns, den Ausnahmege-schöpfen mit Sonderstatus herum. Dabei wollen jedoch nicht die Umwelt schützen, sondern unsere Interessen die Welt für uns lebenswert zu erhalten und am besten auf ewig weitermachen zu können. So viel Ehrlichkeit muss sein.

Im organisationalen Maßstab sind es die informellen Geschichten wie der meist implizite Mythos eines Unternehmens, die Geschichte wie alles begann, warum man erfolgreicher als andere war. Welche gesellschaftliche Aufgabe und besonderen Nutzen, gerade dieses Unternehmen zum großen Ganzen beiträgt.

Geschichten machen und bestätigen laufend unsere aktuelle Wirklichkeit. Sie schließen andere Bedeutungen und Wahrnehmungen aus und beschränken so den Wahrnehmungs-, Denk- und damit Möglichkeitsraum. Doch gemeinsame Realität beruhigt und macht die Zusammenarbeit und das -leben effizient.

Transformation bedeutet die Erfindung und kollektive Erzählung einer fundamental neuen (Epochen-)Geschichte vom Was, Wie und Warum. Eine Neudeutung und Neubedeutung unserer Welt, die automatisch zur Erneuerung des Wollen, Könnens und Tuns führt und neue Perspektiven ermöglicht.

Die Grüne Revolution von Unternehmen bedeutet daher eine fundamentale Auseinandersetzung mit den bisherigen Vorstellungen von Normalität, Möglichkeit und erlaubter Hoffnung. Das ist es, was eine Green-Business-Revolution im Kern ausmacht. Statt zunehmend verzweifelter Anpassung und mühsamer Navigation in widersprüchlicheren Fahrwassern, freie Fahrt für kraftvolle Ideen für die neue Epoche, die als neuer Leitstern in den Vordergrund tritt.

MOTSen Sie noch?

Noch nie gab es so viele Lösungen um die grüne, Energie-, Klima-, Rohstoff-, um die diversen Wenden einzuläuten. Wir investieren viel Hirnschmalz und noch mehr Geld, um uns aus der Misere heraus zu innovieren. Getreu unserer aktuellen industriellen Denkart.

Kein Wunder, haben wir doch spätestens seit der Aufklärung gelernt, dass die Welt mit Schraubenzieher und Lineal zu verstehen, zu beherrschen und daher auch zu reparieren ist.

Diese Mechanisierung der Weltvorstellung hat uns von der davor gültigen Wirklichkeitsideen des Mittelalters befreit und zu, sogar in damaligen Utopien unvorstellbarem Wohlstand für viele Menschen, zumindest in unseren Breiten, geführt. Wirklichkeit wirkt.

Doch mit dem bloßen Verlängern der mechanistischen Universalantwort, der „MOTS“ Strategie, oder besser MOTS(bb) also more-of-the-same-but-better, können die epochalen

Krisen nicht gelöst und schon gar nicht genutzt werden. Je länger wir uns auf *grüne Optimierung und smarte Innovation konzentrieren, bei denen* der Grenznutzen der Einsparung kontinuierlich sinkt und gleichzeitig die Grenzkosten steigen, kann das kann nicht lange gut gehen. Also doch *verzichten*? Bisherige Ziele beibehalten, aber weniger davon.

Risse in der alten Wirklichkeit

Um ins Potenzial des radikal Neuen zu finden, braucht es Risse in der gegenwärtigen Logik. Erste Sprünge die alte Wahrheiten zum Beben bringen, gelingen am leichtesten mit einem beschwingten Tabutanz, da stabilisierende Systemwahrheiten durch Tabus geschützt sind. Sie sind ein geniales Prinzip zum Erhalt des Status quo und Unternehmen sind voll davon.

Tabutanz bedeutet locker-lässig die unantastbaren Grundwahrheiten einer Organisation zu

Eine utopische Mission

Transformation ist, Sie befürchten es vielleicht längst, eine utopische Angelegenheit. Wie soll man auch hinter den eigenen Horizont gelangen?

Haben Sie Lust auf eine solche gedrosselte Zukunft? Ich nicht!

Nur der radikale Wechsel des Denk- und Lösungsprinzips haben das Potenzial dem Teufelskreis des bisher erfolgreichen Problemlösens zu entkommen. So gelingt es statt Kostensteigerung und einem Weniger an alter Zukunft, ein mehr an neuen Möglichkeiten in einer neuen Zukunft zu gewinnen.

Verbesserungen sind nicht per se falsch. Sie dürfen nur nicht als Lösungsansatz für systemische Probleme missverstanden werden.

Disruption und radikales Neudenken als einzige brauchbare Antwort für epochale Übergänge gelten nicht nur für ökologische Herausforderungen. Märkte wurden schon immer von verblüffend einfachen, weil radikalen neuen Ideen auf den Kopf gestellt, während der staunende Mitbewerb an der Optimierung bestehender Produkte schraubte. Wenn die Zeit für eine neue Wirklichkeit gekommen ist, dann haben MOTSer das Nachsehen. Immer.

...mit dem bloßen Verlängern der mechanistischen Universalantwort, der „MOTS“, können die epochalen Krisen nicht gelöst und schon gar nicht genutzt werden.

leichtfertig zu benennen und probeweise in Frage zu stellen und sie so zu entmachten.

Tabus legen die implizite Logik unserer Systemwahrheiten offen und bereiten uns für alternative Perspektiven vor.

Das gilt insbesondere für Organisationstabus die, wenn angesprochen, „*ja alles in Frage stellen würden und deren Diskussion sinnlos wären*“. Bewahrer warnen eindringlich davor diese Büchse der Pandora zu öffnen. Wo kämen wir denn da hin. Genau!

Utopien sind die geeigneten Werkzeuge für den notwendigen konstruktiven Eskapismus. Denn Wandel bedeutet dem inneren und äußeren Diktat der gegenwärtigen

Wahrheitskonventionen erfolgreich zu entkommen. Utopien ermöglichen nicht nur diese Befreiung, sondern auch dem Potenzial der aufkommenden Epoche näher zu kommen ihm quasi „entgegenzuspüren“.

Dafür bieten Utopien per Definition schützende Unauffindbarkeit und eine scharfe Grenze zur gültigen und veraltenden Realität. Diese konzeptuelle Entrücktheit bewahrt nicht nur vor äußerer Zensur, die das Leben so manchen Vordenkers bedroht(e), sondern beruhigt auch die inneren Zensoren, die aufmerksam die Grenzen des bisherigen Möglichkeitsraums verteidigen.

Als Draufgabe sind Utopien auch wahre Verwirklichungs-Booster. Ein einmal gedachter oder gar ausgesprochener utopischer Gedanke lässt sich nicht mehr aus dem Bewusstsein entfernen. Genial. Die Wirklichkeit ist um eine Möglichkeit reicher. So wird die Reise in Richtung Nachhaltigkeit zur utopischen Mission im Sinne der Verbindung mit vagen Ahnungen und Wünschen des vielleicht schon bald Möglichen.

Nicht weil Hoffen und Wünschen wenigstens beruhigen, wenn es aussichtslos(!) wird. Sondern weil nur Denkfesselung und Potenzialweitsicht den Blick auf längst entstehende Knospen einer neuen Epoche erlauben und radikal neue Aussicht erlauben.

Transformation ist nicht primär Optimierung, Adaption oder Vermeidung, sondern das in Frage stellen der dahinter liegenden Prinzipien...

The Green Business Revolution

Die organisationale Transformation in Richtung Nachhaltigkeit stellt sich so in radikal anderem Licht dar. Nicht primär als Optimierung, Adaption oder Vermeidung von Verschwendung, auch wenn diese entstehende Schäden zumindest kurzfristig vermindert. Die Beschränkung auf die Verringerungen des Negativen, ohne das dahinterliegende Prinzip in Frage zu stellen, verschwendet das wahre Potenzial des Wandels.

Echte Green-Business-Revolution ist ein tiefgreifender gesamtorganisationaler Mind-shift. Sie geht basiert auf der Neuinterpretation der Unternehmensmission, der meist impliziten kollektiven Vorstellung des Unternehmenszwecks, der (Neu-) Gründungsgeschichte und dafür überlebter Krisen (Mythos) und dabei entwickelten Stärken und Erkenntnisse, einher. Im Sinne der erfolgreichen Narrativ-Revolution stiften die Geschichten der „Neugeburt“ des Unternehmens, neuen Sinn und beflügeln die Motivation der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen. Doch nicht nur das. Das neue Selbstverständnis und die neue Vision sorgt für Orientierung und meist für ein transformiertes Geschäftsmodell mit neuen, den Markt definierenden Produkten.

Dem Tanz von bisherigen Unternehmenstabus folgt das Spiel mit lustvollen utopischen Ideen, die schrittweise zu utopischen Szenarien verdichtet werden. Neues wird dadurch erst denkbar, neue Möglichkeiten tauchen scheinbar aus dem Nichts auf und sind doch so logisch und naheliegend.

Die neue Wirklichkeit schleicht sich langsam an, auch wenn der Utopic.Twist, die Umkehrung der Perspektive plötzlich einsetzt. Von einem Moment zum anderen wird es allen möglich, sich aus dem und im Potenzial einer neuen anderen Zukunft zu verstehen. Wie von selbst kristallisiert sich heraus, welche Rolle das Unternehmens in der und für die Gesellschaft erbringen will und welche Leistungen in Zukunft wertstiftend sind.

Nachdem der Realitätssprung der Reisenden, gilt es alle anderen für den neuen Möglichkeitsraum zu begeistern. Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, Kunden und Kundinnen und andere Personen Stakeholder, müssen für die noch unglaublichen neuen Welten gewonnen und deren oft berechnete Ängste und Vorbehalte zerstreut werden. Dabei hilft das Prinzip der Utopische Zumutung. Also die probe-weise(?) Umsetzung bislang unmöglich Geglaubtem. Die Nutzung dieser „Kraft der

Normativität des Faktischen“ hilft die Wirklichkeit umzudenken.

Im ersten Augenblick unvernünftig scheinende Formate, wie beispielsweise das der Vision2099, sind ebenfalls bestens geeignet die

Grenzen der Normalität schon im Ansatz zu ignorieren und mit dieser Zumutung Aufmerksamkeit für das Abenteuer Wandel zu erregen. Egal ob interessiert oder verständnislos, die utopische Zumutung macht neugierig und sorgt für Energie.

Eine Vision für 2099

Eine Vision für das Jahr 2099, wo doch die Entwicklung der nächsten Jahre kaum abzuschätzen ist?

Visionen geben Halt und bündeln Energie. Sie helfen über die Beschränkungen der Gegenwart hinweg die eigene Rolle in der Zukunft zu definieren. Mit dem Jahr 2099 ist die Perspektive weit genug gesteckt, um sich nicht nach der Decke strecken zu müssen, sondern den eigenen Gestaltungsraum frei zu definieren und die Mission jenseits des aktuellen Businessmodells zu begreifen.

Um Unternehmen bei Ihrer Green-Business-Revolution zu unterstützen, starten wir die Initiative „Vision2099“. Im Zuge des mehrteiligen Programms bietet wir Gelegenheiten

sich mit dem originären Potenzial der Organisation auseinanderzusetzen und eine Vision für die Welt des Jahres 2099 zu formulieren und die eigene Rolle darin zu erkennen und spezifische Stärken und unternehmensbiografische Eigenheiten zu einem unverwechselbaren Strategieanker zu kristallisieren.

Das Ergebnis ist eine wirkungsvolle Vision für das Jahr 2099, um Unternehmensziele und strategische Entscheidungen auf ihre langfristige Bedeutung im Sinne der Mission zu überprüfen. Diese langfristige Perspektive bietet ein neues Sinnangebot für alle Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, um beim Wettbewerb um Talente eine kraftvolle Botschaft zu vermitteln.

Über den Autor



Mag. Rainer Peraus ist seit mehr als 20 Jahren im Bereich der Transformation als Unternehmensberater, Transformations-Empowerment Aktivist, Gründer & Gesellschafter der Youtopia Group, als Vorstandsmitglied von CEOs FOR FUTURE, fachlicher Beirat der internationalen Stiftung myclimate, sowie als Lehrender in universitären Projekten aktiv. Er verfasst Kolumnen für deutschsprachige Magazine.

Mehr zu seinen Vorträgen, Terminen und Initiativen finden Sie hier:

- <https://rainerperaus.com>
- Initiative Vision2099: <https://youtopiagroup.com/initiative-vision-2099>
- YOUTOPIA GROUP – Partner für Wandel <https://youtopiagroup.com>
- Der Utopic.Butterbrot Podcast. – Transformation-Empowerment 4 Leaders: <https://open.spotify.com/show/7f1mHBaQITpB4qVr4EKsvF?si=5c44966cbd0c4396>