

Sozialberater

Die knallharten Gutmenschen

Von [Christian Teevs](#)

Sie sind hochqualifizierte Absolventen und könnten in der Wirtschaft durchstarten. Doch mehr als 20 Berufseinsteiger setzen lieber auf die Vision von Friedensnobelpreisträger Muhammad Yunus - und beraten Konzerne bei der Entwicklung sozialer Geschäftsmodelle.

Wiesbaden - Das klassische Bild eines Gutmenschen erfüllt Hans Reitz sicher nicht. Alles ausdiskutieren und der Mehrheit folgen? Das ist nichts für einen Mann, der die deutsche Wirtschaft umkrepeln will. Dafür entscheidet der 44-Jährige viel zu gern. "Die Fotos können wir dann ja vor dem Schwarzen Brett machen", sagt Reitz. Seine Mitarbeiter hatten dafür eigentlich die schicke Sitzecke im Konferenzraum vorgesehen, doch ihre Widersprüche sind zwecklos. "Das machen wir jetzt so!"

Beim Besuch in Reitz' Wiesbadener Reich wird schnell klar: Hier gibt ein Mann den Ton an, der mit konventionellen Vorstellungen von Gut und Böse nicht zu fassen ist. Einer, der extrem ehrgeizig ist und ungern Kompromisse eingeht. Aber auch ein Weltverbesserer, so naiv das klingen mag. Einer, der Gutes tun will, und andere Manager überredet, es ihm nachzutun. Reitz leitet das Grameen Creative Lab, eine Beratungsfirma für Social Business - einer Unternehmensform, die nicht dem Ziel der Gewinnmaximierung verpflichtet ist, sondern soziale Probleme lösen will.

Das Konzept: Firmen schütten den erwirtschafteten Gewinn nicht an ihre Eigentümer aus, sondern verwenden ihn für den Kampf gegen Hunger, Armut und Ausbeutung.

Seit drei Jahren berät Reitz bereits den Wirtschaftsprofessor [Muhammad Yunus](#). Nun will er dessen Konzept von Bangladesch nach Deutschland bringen. Die Wiesbadener Beratungsfirma ist eine Tochtergesellschaft des Yunus-Centers. Ihr Ziel: Künftig sollen bis zu drei Prozent der Wirtschaft Social Businesses sein. Dafür entwickelt Reitz Strategien und Konzepte - und trägt diese deutschen Unternehmern vor.

In seiner Heimat kann Yunus, der durch die Mikrokredite der Grameen Bank weltweit bekannt wurde, bereits Erfolge vermelden. Er gründete Kooperationen mit den französischen Unternehmen [Danone](#) und Veolia. Die Joint Ventures bieten in Bangladesch Joghurt und Trinkwasser zu niedrigen Preisen an - und verbinden so Unternehmertum mit sozialem Engagement. Mit dem deutschen Versandhändler Otto plant Yunus für 2011 eine Kleiderfabrik in Bangladesch, die umweltverträglich produzieren und ihre Mitarbeiter fair bezahlen soll.

Selbstlosigkeit aus den Managern herauskitzeln

Die Ziele von Social Business in Bangladesch leuchten ein. Doch was will Yunus in Deutschland erreichen, was soll die Idee von sozialem Unternehmertum hierzulande bringen? Reitz gibt darauf eine vollmundige Antwort: "Es geht darum, die Geisteshaltung in der Wirtschaft zu verändern." Diese sei bislang rein renditeorientiert, nur dem eigenen Vorteil verpflichtet. Und das, obwohl jeder Mensch auch eine selbstlose Seite habe. Diese wollen Yunus und Reitz aus den Managern herauskitzeln.

Dafür beraten sie die internationalen Konzerne BASF und Reebok. Mit dem Sportartikelhersteller etwa planen sie in Bangladesch einen Turnschuh auf den Markt zu bringen, der weniger als einen Dollar kosten soll.

Aber auch in Deutschland selbst soll es bald mehr soziale Unternehmen nach dem Yunus-Vorbild geben: Dafür plant Reitz derzeit mit den Lokalpolitikern von Wiesbaden und Mönchengladbach einen Social Business Fonds. Dieser soll künftig Startkapital bereitstellen für viele kleine Projekte.

Das Auffällige im Wiesbadener Think Tank ist die Leidenschaft, mit der die Mitarbeiter die Projekte vertreten. Sie sind alle top ausgebildet, mit Universitätsabschluss und Berufserfahrung bei den Big Playern der deutschen Wirtschaft. Trotzdem haben sie sich gegen eine Karriere bei einem großen Konzern und für das Grameen Creative Lab entschieden. Warum?

Da ist zum Beispiel Leonhard Nima. Er hat Wirtschaftswissenschaften in Bochum studiert und beim weltweit größten Unternehmensberater gearbeitet. Dort habe er jedoch gemerkt, "dass das nicht das ist, was ich eigentlich tun möchte". Nun berät er im Auftrag von Reitz und Yunus weltweit Universitäten beim Thema Social Business.

"Das Konzept ist eines der wenigen Dinge, für die ich mich wirklich begeistern kann", sagt auch Patrik Kloz. Er hat bereits einen Preis der **Unesco** im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) gewonnen, verantwortet die Homepage des Kreativcenters und plant, selbst ein Social Business zu gründen.

"Wir sind First Class Citizen"

Die beiden jungen Mitarbeiter stehen für eine neue Generation von sozial engagierten Menschen. Sie wirken extrem motiviert, effizient, undogmatisch - und vor allem haben sie kein Problem damit zuzugeben, dass es ihnen um ihr eigenes Wohlbefinden geht, wenn sie Gutes tun. "Wir sind First Class Citizen, wir übernehmen Verantwortung", sagt Reitz mehrfach. Das heißt: Die sozialen Unternehmer wollen den klassischen Kapitalisten in puncto Ehrgeiz und Erfolg nicht nachstehen.

Reitz dagegen hat bereits eine steile Karriere als Unternehmer gemacht. Als eines von sieben Kindern mit einer alleinerziehenden Mutter bricht er mit 14 die Schule ab, um Geld zu verdienen. Er arbeitet in seinem bayerischen Heimatdorf im Sportgeschäft, organisiert Skireisen und macht sich schließlich mit einer Eventagentur selbständig. Seine Firma circ berät Adidas, Volkswagen, BASF und E.on, Reitz hat Erfolg und

beteiligt sich an weiteren Unternehmen - unter anderem an einer indischen Kaffeefarm und der deutschen Kaffeehauskette "Perfect Day".

Als er 2007 dann Yunus kennenlernte, habe er seine Agentur eigentlich verkaufen wollen, erzählt Reitz. "Aber Yunus hat mich überredet, daraus ein Social Business zu machen." Deshalb sitzen Agentur und GLC nun im gleichen Gebäude, die Mitarbeiter setzt Reitz je nach Auftragslage mal hier, mal dort ein.

Bei aller Inspiration und Begeisterung, die Reitz und seine Mitarbeiter vermitteln, bleibt jedoch die Frage: Wie gehen die Wiesbadener mit Managern um, die ihr Engagement für Imagepflege missbrauchen? Die ihre löblichen Ideen also nur ausnutzen, um einem renditeorientierten Unternehmen ein besseres Image zu verpassen? Reitz sieht diese Gefahr nur begrenzt: "Erstens glauben wir eher, dass wir das Potential der Unternehmen nutzen. Und zweitens nehmen wir auch nicht jede Anfrage an."

Bei welchem Unternehmen er sich denn weigern würde, ein Projekt zu entwickeln?
"Für den Textildiscounter Kik würden wir im Moment nichts machen."

URL:

<http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/sozialberater-die-knallharten-gutmenschen-a-717272.html>

