

Über die Freude
am Gestalten
und die Strategie
der Hoffnung

Mut zum Fortschritt

Norbert Bolz

Wir leben im Goldenen Zeitalter und merken es nicht. Seit dem Zweiten Weltkrieg hat sich das Durchschnittseinkommen im Westen verdreifacht. Wir sind gesünder denn je, leben länger denn je, genießen eine unerhört lange Zeit des Friedens, sind weltweit mobil und haben märchenhafte Bildungschancen. Aber offenbar ist es sehr schwer, sich daran zu erfreuen. Seit Jahren dominiert in den Medien der Klage-ton, das Jammern über soziale Ungerechtigkeit, über den Werteverfall – und neuerdings wieder einmal die Prophezeiung vom Ende des Kapitalismus.

Pessimismus ist die Krankheit eines Zeitalters, das nicht mehr an den Fortschritt zu glauben wagt. Und immer mehr Leutescheinen eine Art Krankheitsgewinn aus dem Schwarzsehen ziehen zu wollen. Hoffnungslosigkeit verkauft sich gut. Deshalb hat sich eine mächtige Angstindustrie entwickelt. Jahrzehntlang hatten wir Angst vor den Atomkraftwerken. Seit genau zwanzig Jahren haben wir Angst vor der Klimakatastrophe. Heute ist die Angst vor der Energiekatastrophe erwacht. Auf den Film „The Day After“ über die Atomkatastrophe folgte der Film „The Day After Tomorrow“ über die Umweltkatastrophe. Welche Apokalypse wird uns der Tag nach übermorgen im Kino zeigen? Kühe, die auf der Wallstreet weiden?

Was wir im Fernsehen und im Kino zu sehen bekommen, ist die Welt als Unheil und Skandal. Vor allem die Fernsehnachrichten inszenieren das Drama der Hilflosigkeit. Der tägliche Katastrophenkon-

sum wird von einer milliardenschweren Industrie bedient. Massenmedien machen auf dem Markt der Gefühle Geld mit unserer Angst. Hier wird die Apokalypse zur Ware. Wir leben in einem Zeitalter des Pop-Pessimismus, sagt der Politologe und Essayist Arthur L. Herman sehr schön. Konkret sieht das so aus: globale Erwärmung, Terrorismus, Aufstieg Chinas, demografischer Niedergang des Westens, die Bankenkrise.

Zeitalter des „Pop-Pessimismus“

Kurzum, wenn wir die Zeitung aufschlagen oder den Fernseher einschalten, bietet sich immer dasselbe Bild: Die Welt ist aus den Fugen. Auch gelassener Gemüter suchen Zuflucht bei dem Scherzwort: Die Lage ist aussichtslos, aber nicht ernst. Doch ist die gegenwärtige Hoffnungslosigkeit tatsächlich der realistische Ausdruck der wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Weltlage? Wie ist Hoffnung überhaupt mit der Wirklichkeit korreliert? Und gibt es frei sprudelnde Quellen der Zuversicht, die uns von dem grassierenden Pessimismus befreien könnten? Gibt es noch den Mut zum Fortschritt?

Echte, produktive Hoffnung zeigt sich im Widerstand gegen die Angstindustrie. Und man kann diese Einstellung trainieren. Es gibt nämlich nicht nur einen gelernten Pessimismus, sondern auch einen gelernten Optimismus. Jeder kennt das klassische Beispiel: zu lernen, dass ein Glas, das man für halb leer gehalten hat, in Wahrheit halb voll ist. Eine noch recht junge Wissenschaft, die Psychoneuro-

immunologie, zeigt uns, dass Hoffnung heilt. Und das ist eigentlich auch für niemanden überraschend, der einmal den Placebo-Effekt erlebt hat – das Medikament wirkt, obwohl es gar keine Wirkstoffe hat, kraft des Glaubens.

Hoffnung heilt

Mit der Kraft des Glaubens sind wir natürlich in der Welt der Religion. Dort hat sich historisch die meiste Erfahrung über den Zusammenhang angehäuft, der uns hier interessiert: über das Training der Zuversicht, den Sinn des Lebens und die Fähigkeit zur Selbsttranszendenz. Nun gehören Verlautbarungen der katholischen Kirche normalerweise nicht zur Pflichtlektüre erfolgreicher Geschäftsleute. Aber mit einer Enzyklika des Papstes Benedikt XVI. sollte es anders sein. Sie heißt *Spe salvi*, also zu Deutsch: durch Hoffnung gerettet. Und ihre Botschaft lautet sehr klar und einfach: Optimismus kann man lernen und üben.

Genau in diesem Sinne ist jede gute Firmenphilosophie ein Glaubensbekenntnis, eine Trainingsanleitung für Hoffnung. Wir alle, Unternehmer wie Mitarbeiter, wollen ja erfolgreich sein. Und man weiß heute, dass die wichtigste psychologische Bedingung für Erfolg die „Selbstwirksamkeitsüberzeugung“ ist. Das lässt sich auch einfacher formulieren: Man muss sich selbst als Placebo nehmen. Hoffnung ist der archimedische Punkt des Erfolgs.

Wie Menschen eine Situation öffentlich definieren, so ist sie schließlich auch. Das ist mit dem Begriff der sich selbst erfüllenden Prophezeiung gemeint. Hier ein aktuelles Beispiel. Die Struktur des Banksystems gründet auf Vertrauen, Versprechen und selbstverständlichen Erwartungen. Beginnen die Kunden aber an der Vertrauenswürdigkeit dieser Versprechungen zu zweifeln, definieren sie die Situation um – und damit verändert

sie sich tatsächlich. Das System des Vertrauens bricht zusammen. Wenn genügend Kunden mit kleinen Köfferchen am Bankschalter erscheinen, um ihr Ersparnis abzuheben, weil sie Angst vor der Pleite der Bank haben, geht die Bank tatsächlich pleite.

Eine ursprünglich falsche Definition der Situation verändert das Verhalten der Beteiligten in einer Weise, die diese Definition wahr werden lässt. Der Schüler, der glaubt, dass ihn die Klassenkameraden in der neuen Schule nicht mögen werden, verhält sich so, dass sie ihn tatsächlich nicht mögen. Der Student, der Angst hat, das Examen nicht zu schaffen, ist so aufgeregt, dass er das Examen tatsächlich nicht schafft. Die sich selbst erfüllende Prophezeiung bestätigt die Vorurteile. Dabei habe ich die Tatsachen, die meine Vorurteile bestätigen, selbst produziert

Optimismus als Strategie

Diesen Mechanismus kann man aber auch umkehren, und dann erweist sich die Hoffnung als Strategie des Fortschritts. Optimismus ist der Glaube, dass die Situation, in der man steckt, einen guten Sinn hat. Der Optimist verleugnet die Realität nicht, er ermöglicht sie überhaupt erst. Der amerikanische Philosoph und Psychologe William James hat dem eine ganz allgemeine Fassung gegeben: Wer daran glaubt, dass das Leben lebenswert ist, handelt so, dass das Leben lebenswert wird. Der Mut zum Fortschritt reagiert also nicht auf die Umwelt und passt sich auch nicht an sie an. Er ist „proaktiv“.

Das Hoffen ist für das Handeln, was das Wissen für die Erkenntnis ist. Es ist egal, ob man Gott beweisen kann (was einige Theologen glauben) oder den freien Willen widerlegen kann (was die Hirnphysiologen glauben). Die Hoffnung bewirkt in praktischer Absicht, dass wir fühlen und handeln können, als ob es

einen Gott gäbe und als ob wir einen freien Willen hätten. Hoffen heißt zwar nicht wissen, aber die Hoffnung nimmt doch einen entscheidenden Einfluss auf unser Denken.

Zu einem gesunden Geist gehören Mut, Hoffnung und Vertrauen. Zum Erfolg fehlt dann nur noch das „Unternehmermoment“, von dem der große Ökonom Joseph Schumpeter gesprochen hat. Man ist Unternehmer immer dann, wenn man eine neue Kombination durchsetzt. Konkret verkörpert wird diese Gestalt vom traditions- und beziehungslosen Emporkömmling, dem schöpferischen Zerstörer. Aber eben auch vom Künstler. Und tatsächlich hat Schumpeter den Unternehmer als den Künstler gefeiert, der das Neue gestaltet. Was beide verbindet, ist die „Freude am Gestalten“. Und wir sehen heute, dass dieses Unternehmermoment nicht nur in der Wirtschaft gefragt ist, sondern auch im öffentlichen Bereich und in den sozialen Organisationen.

Ökologische und ökonomische Balance

Wenn wir uns mit dieser Freude am Gestalten der Welt zuwenden, die scheinbar aus den Fugen ist, dann eröffnen sich zwei Aufgabenfelder. Die moderne Gesellschaft muss eine *äußere* Balance in ihrem Verhältnis zur Umwelt, zur Natur finden, die ausgebeutet und verschmutzt wird. Grün ist die Farbe für die Suche nach dem ökologischen Gleichgewicht. Die ökologische Beschreibung der Welt hat in den letzten Jahrzehnten aus der Menschheit wieder eine Schicksalsgemeinschaft gemacht. Hier steht jetzt der Schritt vom Protest zur Aktion an. Der ökologisch orientierten Ökonomie geht es nicht nur darum, zu retten und zu bewahren, sondern auch zu gestalten.

Die *innere* Balance betrifft das Verhältnis der gesellschaftlichen Gruppen zueinander; und hier herrscht eine extreme

Ungleichheit der Lebenschancen. Rot ist die Farbe für die Suche nach dem sozialen Gleichgewicht. Wir können also formelhaft zusammenfassen: Nachhaltigkeit ist die Utopie der äußeren Balance, die Versöhnung von Ökonomie und Ökologie. Soziale Gerechtigkeit ist die Utopie der inneren Balance, die Versöhnung von Profit und Verantwortung.

In den 1960er-Jahren entstand das Umweltbewusstsein, das „die Grenzen des Wachstums“ markieren wollte. Jahrzehntlang sah es so aus, als müssten wir uns zwischen der Sorge um die Natur und wirtschaftlichem Erfolg entscheiden. Unsere Gesellschaft hat fast ein halbes Jahrhundert gebraucht, um zu begreifen, dass Ökonomie und Ökologie keinen Gegensatz bilden. Man kann mit Umweltbewusstsein gute Geschäfte machen. Das große Thema des einundzwanzigsten Jahrhunderts lautet „soziale Gerechtigkeit“. Jetzt geht es um das Gleichgewicht, das unsere moderne Gesellschaft im Verhältnis der Klassen und Generationen einerseits, im Verhältnis von Staat und Wirtschaft andererseits finden muss.

Zug um Zug hat die moderne Gesellschaft die Forderungen der Französischen Revolution verwirklicht: Die Forderung nach Freiheit wurde im Liberalismus des neunzehnten Jahrhunderts erfüllt. Die Forderung nach Gleichheit erfüllte der Sozialstaat des zwanzigsten Jahrhunderts. Und die Idee der Brüderlichkeit wird der Sozialkapitalismus des einundzwanzigsten Jahrhunderts verwirklichen. Dieser Begriff bezeichnet eine tief greifende ethische Aufladung der Wirtschaft. Die gemeinsamen Werte, die die globalisierte Welt zusammenhalten, bilden sich heute nicht mehr in der Politik, sondern im Business. Es gibt einen neuen Geist des Kapitalismus.

Politik braucht Charismatiker

Aber auch in der Politik gibt es einige Anzeichen dafür, dass der Mut zum Fort-

„Ein neuer Geist braucht Charismatiker, die ihn verkörpern, und eine Gefolgschaft, die Partisanen der Idee. Es geht wohlgerne um Gefolgsleute, nicht um Angestellte. Es geht um Führer, nicht um Manager. Es geht um Charisma, nicht um Bürokratie. Das ist die eindrucksvolle Lektion, die uns der Wahlkampf Obamas erteilt hat. Man kann die Menschen nur mit Ideen und Leidenschaft führen.“
– so Norbert Bolz. Im Bild: Barack Obama bei einem Wahlkampfauftritt in Denver, Oktober 2008.

© picture-alliance/dpa, Foto: Landov 6365376 Caskey



schritt über den Pop-Pessimismus der Linksintellektuellen siegt. Mut ist die einzige Tugend, die man nicht heucheln kann, hat der Kolumnist Johannes Gross einmal gesagt. Ein neuer Geist braucht Charismatiker, die ihn verkörpern, und eine Gefolgschaft, die Partisanen der Idee. Es geht wohlgerne um Gefolgsleute, nicht um Angestellte. Es geht um Führer, nicht um Manager. Es geht um Charisma, nicht um Bürokratie. Das ist die eindrucksvolle Lektion, die uns der Wahlkampf Obamas erteilt hat. Man kann die Menschen nur mit Ideen und Leidenschaft führen.

Wer sind wir, und wie sieht die Zukunft aus? Das sind die Fragen, die alle Menschen bewegen und auf die jeder, der führen will, eine Antwort finden muss. Nicht die beste Idee gewinnt, sondern die am besten geführte Idee. Leidenschaft entscheidet. Charismatische Führer legi-

timieren sich heute selbst, indem sie den Leuten eine Kommunikationsplattform bieten. Sie erzählen Geschichten, in denen sich ihre Anhänger wiederfinden. Weil wir die Zukunft nicht kennen, müssen wir sie erzählen.

Der erfolgreiche politische Führer ist nicht einfach von Beruf Politiker, sondern hat die Berufung zur Politik. Sein Wille zur Führung zeigt sich darin, dass er etwas in Gang setzen, einen Unterschied machen will. Oder um es mit dem Lieblingsausdruck der Berliner Politiker zu sagen: Er will etwas „auf den Weg bringen“. Dazu braucht man Spannkraft, um reagieren zu können, Kommunikationsfähigkeit, um antworten zu können, und Mut, um die Initiative ergreifen zu können. Den Beruf zur Politik hat eigentlich nur jemand, den der Glaube an eine Idee und eine Gemeinschaft trägt – die Grünen haben uns das vor zwanzig Jah-

ren noch einmal vorgeführt. Aber hinzu kommen muss die Kommunikation einer Leidenschaft. Und dafür waren die Leute Obama dankbar: *Change. Yes, we can.* Zu Deutsch: Wir haben den Mut zum Fortschritt.

Marketing für eine bessere Welt

Ich bin sicher, dass sich diese Strategie der Hoffnung gegen das sozialistische Mantra der Umverteilung durchsetzen wird. Zwar redet alle Welt heute sozialistisch, aber die Wirklichkeit ist mehr denn je kapitalistisch geprägt: marktradikal angelsächsisch, autoritär chinesisch oder sozial wie im Musterland Deutschland. Im Marketing für eine bessere Welt konvergieren Konsum und Engagement. Zum einen wird der Konsum politisch aufgeladen, zum andern versteht sich der Bürger als politischer Endverbraucher, der Unterstützung, Betreuung und Regulierung nachfragt. Und wer fragt, was aus den sozialen Bewegungen geworden ist, dem kann man antworten: Sie sind ins Internet abgewandert. In den sozialen Netzwerken verwandelt sich die Energie des Protests in die Produktion des sozialen Reichtums – Vernetzung statt Revolte.

Ideologie ist der Betrug, an den man selbst glaubt. Und seit Willy Brandt den Slogan „Mehr Demokratie wagen“ prägte, ist auch die Forderung nach Demokratie zur Demagogie verkommen. Für den kalten Sozialismus des umverteilenden Wohlfahrtsstaates heißt Demokratie, dass die Gefangenen das Recht haben, ihre Wächter selbst zu wählen. Aber nicht diejenigen, die „mehr soziale Gerechtigkeit“ fordern, sondern diejeni-

gen, die sich um die Bedingungen der Möglichkeit eines starken Staates sorgen, sind die wahren Freunde der Demokratie. Einige dieser Bedingungen stehen heute unter einem großen Tabu: wissenschaftlich-technischer Fortschritt, wirtschaftliches Wachstum und die politische Führungsrolle des Westens. Mehr als alles andere brauchen wir heute Politiker, die sich dazu bekennen.

Das Schicksal in die Hand nehmen

Und was ist mit der Euro-Krise, der Reaktorkatastrophe, dem demografischen Niedergang? Es gibt ohne Zweifel große Krisen, und unendlich viele leiden darunter. Doch die entscheidende Frage ist, ob wir sie als Schicksal nehmen oder das Schicksal in die eigene Hand nehmen. Denn die Krise ist die Zeit des Wandels. Und am Ende wird sich zeigen: Die Krise ist für die Loser, der Wandel ist für die Sieger. Der Weg zum Glück ist die Initiative, sagt Seth Godin. Wir leben nicht, sondern wir führen ein Leben – die Würde des Menschen muss geleistet werden. Und diese Lebensführung dürfen wir uns nicht vom paternalistischen Staat der Sozialisten wegnehmen lassen. Nimm dich selbst ernst und mach das, was du zu tun hast, richtig! Wer jammert, hat verloren. Gerade wir privilegierten Bürger der westlichen Welt sollten begreifen: Das Leben ist zu kurz, um unglücklich und mittelmäßig zu sein.

Kant hat einmal gefordert, wir sollten den Mut aufbringen, uns des eigenen Verstandes ohne Anleitung anderer zu bedienen. Das bleibt hochaktuell, ist aber unvollständig. Die zweite Forderung muss lauten: Habe Mut zum Fortschritt.

Ursachen der Zukunft

„Aber wir stellen uns eben die Zukunft wie einen in einen leeren Raum projizierten Reflex der Gegenwart vor, während sie oft das bereits ganz nahe Ergebnis von Ursachen ist, die uns zum größten Teil entgehen.“

Marcel Proust, *Auf der Suche nach der verlorenen Zeit*