



S-Magazin Nr. 22: *Kindness* Warum Freundlichkeit zum Trend in Beruf, Sex und Alltag wird



Mehr als ein Lächeln

Der Smiley hat die digitale Kommunikation geformt, die Popkultur geprägt – und schmückt seit Jahrzehnten Supermarkt- wie Luxusprodukte. Denn das Symbol für alles Positive ist vor allem ein Markenzeichen



Währung zum Glück
Nicht nur für Weltverbesserer: Die neue Nettigkeit zahlt sich aus

Der freundliche Kapitalismus

Die Kindness-Ökonomie möchte ein neues Wertesystem der Wirtschaft etablieren. Denn: Profitstreben allein ist weder zeitgemäß noch Erfolg versprechend. Wer wachsen will, muss künftig nett sein. *Von Oona Horx Strathern*

Der englische Begriff Kindness bedeutet mehr, als nur nett zu sein. Es geht um Respekt, Aufmerksamkeit, Anstand – und ja, auch um Freundlichkeit. Diese Attribute sind grundsätzlich nie eine schlechte Idee, schon gar nicht in der Wirtschaft von heute. Sie könnten sogar die Triebfeder einer neuen Ökonomie sein. Die sogenannte Kindness Economy folgt dem Motto »people, planet, profit« – der Mensch oder das Wir steht an erster Stelle. Damit stellt die Kindness-Idee das traditionelle Businessdenken nach »größer, schneller, billiger« auf den Kopf.

Firmen wie Patagonia sind die Vorreiter. »Gewinn zu machen ist nicht das Ziel«, sagt der Gründer und CEO des kalifornischen Herstellers von Outdoor-Bekleidung Yvon Chouinard. »Ein Zen-Meister würde sagen, die Gewinne kommen, wenn Sie alles andere richtig machen.« Der Schwanz dürfe nicht mit dem Hund wedeln, wie in vielen Unternehmen, wo die Finanzen sämtliche Entscheidungen bestimmen, so Chouinard. »Wir finanzieren Maßnahmen, die der Umwelt zugutekommen, damit wir die nächsten 100 Jahren im Geschäft bleiben.« Seit den Siebzigerjahren setzt Chouinard zudem auf eine menschenfreundliche Arbeitsethik und eine flexible Zeiteinteilung. Er ist überzeugt, dass das nicht nur für die Mitarbeiter besser ist, sondern auch für die Erträge. Sein Unternehmen bot als eines der ersten in den USA kostenfreie Kinderbetreuung für seine Angestellten an. Rund 50 Prozent der Beschäftigten sind heute weiblich.

Das Interesse an »freundlichen« Wirtschaftsstrategien ist groß, weil das »unfreundliche« System zu viele Missstände für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer produziert hat: Mitarbeiter etwa, die in die innere Emigration gehen und nur noch ein Pflichtprogramm abspulen oder ihren Arbeitsplatz frustriert verlassen. Als Elon Musk den Kurznachrichtendienst Twitter, heute X, übernahm, verkündete er, alle zu feuern, die nicht dazu bereit seien, lange und hart zu arbeiten. Unternehmen wie der Fahrdienst Uber und der Versandhändler Amazon sind seit Jahren mit Geschichten über ausgebeutete Arbeitnehmer in den Schlagzeilen. Der Stress wächst: für die Beschäftigten, für die Unternehmer und für den Planeten. Eine Umfrage von Hewlett-Packard (HP) aus dem vorigen Jahr, der »Work Relationship Index«, ergab, dass nur 27 Prozent der HP-Wissensarbeiter in zwölf Ländern ein gesundes Verhältnis zu ihrem Job haben. Und gerade einmal 29 Prozent der 15 000 Befragten gaben an, dass ihre Tätigkeit durchweg die Bedürfnisse nach Sinn, Selbstbestimmung und Verbundenheit erfülle. Hewlett-Packard-CEO Enrique Lores verkündete daraufhin: »Niemand sollte sich entscheiden müssen zwischen dem notwendigen Geldverdienen und der persönlichen Zufriedenheit bei der Arbeit.« Was allzu oft als gegensätzliche Kräfte verstanden werde, gehe in Wahrheit Hand in Hand, so Lores.

Viele große Unternehmen wie HP müssen heute darum kämpfen, Mitarbeiter zu halten, neue Talente anzuwerben und ihre Gewinne zu behaupten. Kindness in der Unternehmenskultur war bislang schlichtweg nicht Teil ihrer DNA, spielte im Denken der Führungskräfte und Eigentümer

keine Rolle. Ein Umdenken muss stattfinden, denn im Geschäftsleben geht es künftig nicht mehr nur um den Wert, also Gewinne, sondern um Werte.

Die Kindness Economy ist ein Gegentrend zur bestehenden Grundstruktur westlicher Wirtschaftssysteme, sie weist den Weg von der reinen Industriegesellschaft zur postindustriellen Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft. Die jungen Generationen stellen den »Old Deal« infrage. Die überkommenen Arbeitsformen der Industriegesellschaft, die auf das klassische Ernährermodell ausgerichtete Nine-to-five-Logik – all das hält nicht mehr. Stattdessen sprechen wir über die Vier-Tage-Woche oder hybride Arbeitsmodelle wie 2:3:2, die zwei Tage im Büro, drei Tage im Homeoffice und zwei Tage Freizeit vorsehen. Die Machtpositionen im Herzen der Wirtschaft verschieben sich – zunächst vom Kapital zur Arbeit. Denn die wirklich knappe Ressource heute ist die menschliche Arbeitskraft: Fachkräftemangel in Pflege, Gastronomie, Verwaltung und Handwerk bringt das bisherige System zu Fall.

Das Bewusstsein für Unternehmensethik wächst stetig bei den Generationen Y und Z. Laut einer Studie des Weltwirtschaftsforums von 2023 würden sich 50 Prozent dieser Zielgruppe weigern, für einen Arbeitgeber zu arbeiten, »der sich nicht proaktiv um mehr Nachhaltigkeit auch im Sinne der Mitarbeiterführung bemüht«. Wer Gewinnmaximierung priorisiert, vernachlässigt solche Aspekte. »Vieles, was Menschen tun, ist nicht optimal für sie«, schreibt Robert Shiller, Nobelpreisträger für Wirtschaftswissenschaften, in seinem Buch »Narrative Economics«. Unsere Gesellschaft brauche neue inspirierende Vorbilder in diesem Veränderungsprozess. »Vieles, was in der Wirtschaft passiert, hängt von den Geschichten ab, die wir uns erzählen«, so Shiller, der die Verbreitung von Narrativen mit einer Epidemie vergleicht. »Es entstehen neue Varianten, die meisten verflüchtigen sich wieder – aber einige setzen sich durch.« So wie die Geschichte von Patagonia, die andere Unternehmen inspiriert. »Diese Storys werden zu einer Art kulturellem Gen, das uns ebenso wie die Märkte antreibt.«

Kindness könnte als eine Art Werte-Währung für das Geschäftsleben fungieren. Eine Firma hätte dann etwa einen »Chief Kindness Officer«, und mit KPIs wären nicht mehr Key Performance Indicators gemeint, sondern Kindness Performance Indicators, die noch zu bestimmen wären. Die Kindness Economy wird eine entscheidende Rolle spielen, sagt auch die britische Wirtschaftsexpertin Mary Portas: »Der aktuelle Zustand wird hinterfragt. Das gibt Unternehmen wie Kunden die Möglichkeit, neu zu definieren, was Kapitalismus sein sollte und will.« Das ist mehr als ein Appell, es ist das Denken der Zukunft. Erfolgreiche Unternehmen müssten Gutes tun, so Portas, damit sie nicht nur wachsen, sondern etwas beitragen zum Fortschritt. **S**



Oona Horx Strathern, 61, ist Trendforscherin des von ihr mitgegründeten Zukunftsinstituts in Wien. Die gebürtige Irin gibt einen jährlichen Home Report heraus über aktuelle Architektur- und Wohntrends. Ihr aktuelles Buch: »Kindness Economy – Das neue Wirtschaftswunder« ist im September im Gabal-Verlag erschienen.