Kindness ist ein Wirtschafts-faktor

INTERVIEW – Oona Horx Strathern erklärt, warum Empathie profitabel ist und weshalb wirtschaftlicher Erfolg künftig neu gedacht werden muss – mit der „Kindness Economy“

INTERVIEW: Lars Lenhardt

Frau Horx Strathern, wie erklären Sie das Konzept „Kindness Economy“ in drei Sätzen?
OONA HORX STRATHERN: Die Idee ist, weg von Wertschöpfung und hin zu Wertschätzung zu kommen. Dafür müssen wir umdenken: Statt der Reihenfolge Profit, Planet, People sollte zuerst der Mensch kommen, dann der Planet und schließlich der Profit. Wirtschaftlicher Gewinn bleibt ein Ziel, steht aber nicht mehr an erster Stelle. Es geht nicht darum, den Kapitalismus abzuschaffen. Es geht darum, ihn neu zu gestalten, nämlich „kind“.

Ist Kindness in unserer profitorientierten Wirtschaft nicht eine naive Idee? Gefordert ist doch meist Durchsetzungsstärke, nicht Nettigkeit.
OONA HORX STRATHERN: Was Sie mit „nett“ meinen, ist das englische „nice“. Das ist aber nicht dasselbe wie „kind“, auch wenn die deutsche Übersetzung gleich lautet. Um es zu verdeutlichen: Wenn ein Mitarbeiter einen Fehler macht, kann ich ihm sagen: Ist nicht schlimm, und es dabei belassen. Das ist „nice“, bringt aber weder ihn noch das Unternehmen weiter. Oder ich sage ihm, dass es nicht schlimm ist, und bespreche dann mit ihm, wie er es in Zukunft besser machen kann. Das ist „kind“.

Was hat Sie dazu gebracht, sich mit diesem Konzept zu beschäftigen?
OONA HORX STRATHERN: Während eines Surfurlaubs stieß ich auf das Buch „Let my people go surfing“ von Yvon Chouinard, dem Gründer von Patagonia. Das Buch ist Autobiografie, Unternehmensphilosophie und Manifest für nachhaltiges Wirtschaften zugleich. Chouinard hat ein Millionenunternehmen aufgebaut – und trotzdem blieb ihm und seinen Mitarbeitenden Zeit zum Surfen oder für andere Hobbys. Das hat mich beeindruckt. Und ich fragte mich: Warum geht das nicht überall? Weitere Anstöße waren Bewegungen wie Fridays for Future, die neue Werte einfordern, und die Pandemie, in der viele Menschen über ihre Arbeit nachgedacht haben. Noch ist etwa unsere Wirtschaft stark profitorientiert. Aber immer mehr Menschen stellen sich grundlegende Fragen wie: Wollen wir schlechte Arbeits- oder Lebensbedingungen unterstützen? Wir sehen, dass „unkindness“ gerade stark zunimmt, politisch wie wirtschaftlich. Das verstärkt aber auch die Gegenbewegung.

Ihr Buch trägt den Untertitel „Das neue Wirtschaftswunder“. Warum kann Kindness ein wirtschaftlicher Vorteil sein?
OONA HORX STRATHERN: Ich gebe Ihnen ein Beispiel: Ein großer Callcenter-Betreiber mit 25.000 Mitarbeitenden stellte fest, dass die Mitarbeitenden sehr unzufrieden waren. Das Unternehmen änderte erst mal nur eine Regel: Teams durften ihre Pausen künftig gemeinsam verbringen – das war vorher nicht erlaubt, damit immer jemand erreichbar war. Diese kleine Änderung stärkte nicht nur den Zusammenhalt und die Motivation in den Teams, sondern förderte auch den Austausch: Die Mitarbeitenden gaben sich gegenseitig Tipps, wie sie ihren Job besser machen können. Das Ergebnis nur dieser Maßnahme: bessere mentale Gesundheit, mehr Produktivität und 15 Millionen US-Dollar mehr Gewinn innerhalb eines Jahres – ohne hohe Investitionen.

Wie können Unternehmen noch von Kindness profitieren?
OONA HORX STRATHERN: Indem Kindness auch das Konsumverhalten verändert. Vor allem junge Menschen prüfen genau, welche Unternehmen sie unterstützen wollen. Denn sie kaufen mit deren Produkten auch ein Wertesystem. Hier glaubwürdig und authentisch nachhaltige Werte zu vertreten, ist also ein Wettbewerbsvorteil.

VISIONÄRIN
Oona Horx Strathern hat Anthropogeografie studiert und ist seit dreißig Jahren Trend- und Zukunftsforscherin. Sie analysiert, wie Wertewandel unser Leben prägt. Weitere Informationen unter: www.strathern.eu.

Wie kann ich das als Außenstehender denn beurteilen?
OONA HORX STRATHERN: Zertifizierungen wie „Fair Trade“ werden dabei immer wichtiger. Aber es ist richtig, Unternehmen können ebenso „Kindwashing“ betreiben wie Greenwashing. Aber wir werden lernen, das zu erkennen, genauso wie wir Greenwashing erkennen. Denn Kindness bedeutet mehr, als einige arbeitnehmerfreundliche Angebote zu machen. Auch wenn die dazugehören.

Welche Strategien können helfen, Kindness umzusetzen?
OONA HORX STRATHERN: Ein wichtiger Ansatz ist es, den Fokus auf Effektivität zu legen statt auf Effizienz. Denn es geht nicht um schnellere, sondern um bessere Ergebnisse, die auch einen Nutzen für die Menschen und den Planeten liefern.

Welche Unternehmen sehen Sie als Vorreiter?
OONA HORX STRATHERN: Das ist eine schwierige Frage, weil es zum Glück mehr und mehr Unternehmen gibt, die „kind“ agieren, von kleinen Firmen bis zu großen Playern. Ein schönes Beispiel ist die niederländische Supermarktkette Jumbo, die als erste sogenannte Plauderkassen eingeführt hat. Dort wird nicht nur kassiert, sondern eben auch miteinander gesprochen. Viele Menschen leben allein, und für sie ist der Einkauf oft die einzige Gelegenheit, anderen zu begegnen. An Plauderkassen können sie das in Ruhe.

DENKANSTOSS
Oona Horx Strathern: „Kindness Economy. Das neue Wirtschaftswunder“, Gabal 2023, 224 Seiten, 34,90 Euro

Lässt sich das Konzept Kindness auch außerhalb der Wirtschaft anwenden?
OONA HORX STRATHERN: Ja, und zwar sehr gut. Jacinda Ardern, die frühere Premierministerin von Neuseeland, beispielsweise hat mehr Kindness und Empathie in der Politik gefordert. Dies seien angesichts der Herausforderungen, vor denen wir stehen, die Qualitäten, die wir am meisten benötigen. Abgesehen davon gibt es einige Studien, die nahelegen, dass Politiker ohne Anstand auf lange Sicht die Zustimmung verlieren. Auch die Stadtplanung kann „kind“ denken und Städte nicht als Smart City, sondern als „Peoples City“ gestalten. Etwa mit Konzepten wie der Fünfzehn-Minuten-Stadt, in der ich alles Wichtige in maximal einer Viertelstunde zu Fuß erreichen kann.

Wenn Sie einen Wunsch frei hätten: Wie gelangen wir zur „Kindness Economy“?
OONA HORX STRATHERN: Ich wünsche mir, dass Kindness nicht länger als Schwäche, sondern als Stärke verstanden wird. Der „Economist“ hat es sehr treffend formuliert: „Kindness is not a management doctrine. But its absence is a management failure.“