

Vortrag

zur Eröffnung der Abschlussveranstaltung des Ideenwettbewerbs

GENERATION-D. Ideen für Deutschland. Gemeinsam anpacken.

21. November 2008. Allianz SE Repräsentanz, Pariser Platz, Berlin.

Prof. Dr. Dieter Frey

Sehr verehrte Gäste, liebe Studierende, liebes GENERATION-D-Team,

Schon vor der Finanzkrise war es die öffentliche Meinung, dass Politik ohne Mehrheit ist und man der Wirtschaft nicht vertrauen könnte. Die internationale Finanzmarktkrise und der sich abzeichnende Konjunkturabschwung verunsichern die Bevölkerung noch zusätzlich. Ihr Vertrauen in die Kräfte des Marktes und die Finanzbranche hat gelitten; doch schon vor der Krise war das Zutrauen in die soziale Marktwirtschaft in Deutschland im Schwinden.

Globalisierungängste, Verfehlungen einzelner Manager, geringe Verteilungsspielräume des Staates und Angst vor sozialem Abstieg haben die Skepsis gegenüber der Wirtschaftsordnung und der Wirtschaftselite wachsen lassen.

Dabei geht es um mehr: die zentralen Werte in Deutschland und Europa müssen verteidigt werden, nämlich die Demokratie im Sinne einer offenen Gesellschaft, sowie die sozial-

ökologische Marktwirtschaft. Um diese zu sichern müssen wir versuchen unseren Lebensstandard einigermaßen zu erhalten. Und dies wird nur gelingen, wenn wir alles tun, um einerseits das Kreativitäts- und Motivationspotential von Menschen auszuschöpfen, und gleichzeitig Produkte und Dienstleistungen national und international bereit zu stellen, für die Markt vorhanden ist und die gleichzeitig sinnvoll sind. Um dies aber zu erreichen, brauchen wir die richtigen Rahmenbedingungen, d.h. personale, situative, organisationale und kulturelle Voraussetzungen für die Aktivierung von Humanressourcen und für Innovationen.

Hans Jonas, der berühmte „Verantwortungsphilosoph“, sagt: Menschen sind die einzigen Wesen, die zur Verantwortung fähig sind. Und dies bedeutet, dass wir nicht nur Verantwortung übernehmen können, sondern dies vor allen Dingen auch sollen, dass wir dazu verpflichtet sind. Und wir sind verantwortlich für zwei Dinge:

- a) Menschen sind verantwortlich für andere Menschen, für die Wahrung der Menschenwürde.
- b) auch für unseren Planeten (den haben wir von unseren Enkeln geborgt), und damit sind sie verantwortlich für die Zukunft.

Die Frage ist: Wer übernimmt bei uns die Verantwortung für die Zukunft unserer Gesellschaft? Und die Verantwortung dafür, dass zentrale Werte von denjenigen, die privilegiert sind, gelebt werden? Natürlich die Führungskräfte aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft. Aber dazu kommt noch eine wesentliche Ergänzung: Es ist vor allem die Jugend, die sich dieser Verantwortung stellen sollte - aus ureigenen Interessen. Damit sind Sie, verehrtes Publikum,

direkt angesprochen, dieser Verantwortung stellen sollte - aus ureigenen Interessen. Vor allem dann, wenn man sieht, dass die ältere Generation sehr hedonistisch orientiert ist, zu sehr den Status quo betont, und auf Kosten nachfolgender Generationen lebt. Die nachfolgenden Generationen werden dann die Fehler ausbaden müssen. Das Motto für die Jugend müsste eigentlich lauten: Die Zukunft kommt, aber wie sie kommt, das gestalten wir, die junge Generation, mit.

Einige Worte zur Bayerischen EliteAkademie

Das Ziel, junge Menschen in die Verantwortung zu nehmen, liegt auch der Bayerischen EliteAkademie zu Grunde, die ja einer der vier Projektpartner von GENERATION-D ist. Die Bayerische EliteAkademie ist entstanden, weil die Gründer der Meinung waren, wir tun zu wenig für die Begabten, wir tun zu wenig für die Zukunft, und wir tun zu wenig für die Wirtschaft. Elite verstehen wir aber nicht im Sinne von Arroganz oder eingebildet und abgehoben sein, sondern Elite nach unserem Verständnis und dem Verständnis der Bayerischen EliteAkademie lebt durch unsere drei Vs: Verantwortung, Verpflichtung und Vorbild.

Dazu gehörten die Firmen Allianz, BMW, Münchner Rück, Bayernwerk (E.ON), HypoVereinsbank, um nur einige zu nennen.

Wir fördern in der BEA nicht (nur) Leistungselite, sondern Verantwortungselite.

Wir addieren in unseren drei bzw. vier Semestern neben dem Studium Elemente, die an den Universitäten in dieser Konzentration nicht ausgeprägt sind.

Curriculum

Wir vermitteln und fördern:

- Persönlichkeitsbildung und Menschenführung
- Interdisziplinäres und interkulturelles Denken und Handeln
- Ethik und Verantwortung
- Ergebnisorientiertes Planen und Umsetzen im Team
- Unternehmerisches Denken
- Unternehmensführung im Zeitalter der Globalisierung
- Medienkompetenz

Natürlich spielen bei uns Werte eine zentrale Rolle, auch solche, die den Werten der jetzigen Wirtschaft teilweise klar entgegen stehen. Materialismus, kurzfristiges Denken, Profitgier herrschen dort oft vor. Stattdessen sind bei uns folgende Werte relevant, auch wenn sie nicht überall (vor)gelebt werden, also weder von der jetzigen noch von der zukünftigen Elite:

Leistungs- und Verantwortungsbereitschaft, Solidarität, Verpflichtung, Vorbild sein, Integrität, Offenheit, Zivilcourage.

In der BEA vermitteln wir die Erkenntnisse, was zu tun ist. Also: Wie fördert man Erfinder? Wie schafft man Freiraum für Kreatives Denken und kreative Lösungsfindungen inmitten von Regeln und gesetzten Rahmenbedingungen. Wie kommt es zu Synergieeffekten in Teams? Wie sieht

Führung aus, die sich an (den genannten) Werten orientiert, die Potential fördert? Welche Kulturen muss man einführen, um Spitzenleistungen zu erreichen? usw.

Ursprung GENERATION-D

Insofern war es nur konsequent, dass die Bayerische Eliteakademie die Initiative, die unter anderem bei der Allianz geboren wurde, namentlich bei Herrn Tewes, sofort unterstützt hat, einen bundesweiten Ideenwettbewerb zu organisieren, durch den junge Menschen zum Handeln ermutigt werden: „Macht Vorschläge, wie eine bessere Zukunft in den Bereichen Umwelt, Verkehr, Wirtschaft, Soziales möglich ist- Packt (Eure Zukunft) mit an“.

Wie Sie wissen, ist das ein Wettbewerb von Studierenden für Studierende. Das Team, das Sie hier sehen, bestehend aus 6 Studentinnen und Studenten aus dem 9. und 10. Jahrgang der Bayerischen EliteAkademie haben federführend die gesamte Konzeption und Umsetzung von GENERATION-D innerhalb kurzer Zeit in weniger als einem Jahr gewährleistet. Sie werden nun aus knapp hundert Einsendungen die elf besten Projekte sehen können.

The young generation voice

Ähnlich wie viele Firmen einen Stuhl frei haben, wo steht „the customers voice“ oder der tatsächlich mit einem Kunden besetzt ist oder wie in England ein Wissenschaftler am Kabinetttisch sitzt (the science voice), könnte man auch fordern „the young generation voice“. Das würde bedeuten, dass bei jeder (Richtungs-, Grundsatz-)Entscheidung, die ein Politiker oder

ein Wirtschaftsboss trifft, mitreflektiert wird, was diese eigentlich für die nachfolgende/kommende Generation oder die kommenden Generationen bedeutet.

Was wäre der Vorteil von dieser „Stimme der jungen Generation? Die Entscheidungsträger hätten eine höhere Sensitivität, dass sie nicht nur kurzfristig, sondern langfristig und nachhaltig (es geht ja schließlich auch um die bereits erwähnte Umwelt) entscheiden. Sie müssten dem/der Beauftragten für die junge Generation in die Augen schauen, und sich fragen, ob sie es rechtfertigen können, bewusst Entscheidungen zu treffen, um auf Kosten der Zukunft (die sie selbst nicht mehr betrifft) kurzfristige, teilweise hedonistische, profitgierige Ziele zu erreichen. Es würde sicher eine intensiviertere Reflexion über die Wichtigkeit bestimmter Werte geben und es könnte bedeuten, dass noch stärker ins Bewusstsein rückt, dass man keinen Raubbau an Umwelt, Humanressourcen usw. betreiben darf. Diese Philosophie, die Jugendinteressen zu betrachten ist eine Bringschuld der jetzigen Führungselite, aber sie ist auch eine Holschuld der Jugend.

Wie kann man dieses praktisch umsetzen? Ad minimum sitzt ähnlich wie bei einer Frauenbeauftragten ein Jugendbeauftragter dabei, der jede Entscheidung für die Zukunft reflektiert. Dabei geht es nicht nur um finanzielle Entscheidungen, sondern jegliche Art von Entscheidungen. Dieser Jugendbeauftragte sollte tatsächlich ein junger Mensch sein, er sollte am Kabinettstisch genauso sitzen wie am Manager-Rundtisch, in den Kommunen, wie in den Landtagen usw. - überall dort, wo Entscheidungen getroffen werden.

Verstetigung von GENERATION-D

In Zukunft muss es darum gehen, dass in den Universitäten und Schulen Wettbewerbe, wie wir sie mit GENERATION-D gemacht haben, zum Normalfall werden und Menschen in den Wettstreit treten, wie sie ihre eigene Zukunft gestalten können und der Frage nachgehen, wie kann man die jetzige Gesellschaft zum Positiven verändern. Selbstverständlich müssen hier Werte im Vordergrund stehen, wie langfristiges Denken, Ressourcenschonung, Umweltschonung.

Die Verstetigung von GENERATION-D ist auch eine Chance, das was im Moment schief läuft oder was Krankheiten der Gesellschaft sind, anzuprangern. Zum Beispiel muss es mehr geben als den Wert des Geldes. Es muss mehr geben als Profitgier. Es muss mehr gelten als die Kurzfristigkeit. Es muss mehr geben als das immer schneller gehende Hamsterrad. Das heißt, wir müssen reflektieren, was bedeutet lebenswertes Leben, was bedeutet Ressourcenschonung, was bedeutet Umweltschonung, was bedeutet Menschenwürde? Was bedeutet Nachhaltigkeit/nachhaltiges Denken?

Natürlich denken wir auch, dass unser Land in vielem zu verkrustet ist, zu sehr auf Mainstream ausgerichtet ist. Wir brauchen dringend eine Kultur der Kreativität, des „unbequemen Denkens“, eine Kultur der Unbequemlichkeit oder des Unbequemseins.

Ich kann nur hoffen, dass die vielen Ideen, die GENERATION-D hier produziert hat, eine hohe Publizität erlangen, dass sie in der Süddeutschen Zeitung und in anderen Medien veröffentlicht

werden, und dass sie vielen anderen jungen Menschen als Vorbild gelten und sie dazu anregen, sich auch ihrerseits Gedanken darüber zu machen, wie man Zukunft wie man die Gesellschaft /Deutschland gestalten kann.

Kreative Ideen kann man entwickeln unabhängig davon, ob man eine Position in einem Entscheidungsgremium hat oder nicht. Einstein sagte mal, es fehle uns nicht an Wissen, sondern an Fantasie, und diese ließen wir zu wenig zu.

Ich kann nur sagen: Diese Fantasie sollten wir mehr denn je zulassen und transportieren.

Dank an alle

Sie, die hier an dem Wettbewerb teilgenommen haben und unter die Finalisten gekommen sind, sind etwas ganz Besonderes. Sie gehören nicht nur zur Leistungselite (sie haben nämlich besonders kreative Ideen entwickelt, von denen die Jury denkt, dass sie sehr gut und auch umsetzbar sind); Sie haben vor allen Dingen Verantwortung für die Zukunft übernommen. In Ihren Ideen steckt ein hoher Grad an Engagement, an Verantwortung, an Vorbild. Für dieses Engagement bedanken wir uns, auch von Seiten der Bayerischen Eliteakademie.

Ich bedanke mich im Namen der Bayerischen EliteAkademie aber auch ganz besonders für das Engagement von vielen Menschen, die als Mentoren, Tutoren, Paten, Professoren tätig waren bzw. die in Firmen wie Allianz, Süddeutschen Zeitung und Stiftung Marktwirtschaft das Ganze

unterstützt haben. Ebenso geht ein herzlicher Dank an Frau Wintermantel von der Hochschulrektorenkonferenz, die unser Anliegen sehr aktiv unterstützt hat.

Bei der Allianz, und hier vor allem bei Herrn Tewes, bedanke ich mich, dass Sie die Grundidee hatten, das Projekt GENERATION-D zu initiieren, weil Sie sahen, dass die junge Generation viele gute Ideen hat, die aber häufig nicht abgerufen werden.

GENERATION-D musste eine Heimat finden, und hier sei insbesondere dem Stiftungsrat, dem Kuratorium sowie den Mitarbeitern der Bayerischen EliteAkademie - namentlich Herrn Dr. Wellenhofer, Frau Falk und Herrn Huber „Danke“ für ihre Unterstützung gesagt.

Last not least will ich mich bei unserem Team bedanken; obwohl das Team der Eliteakademie an diesem Wochenende nicht im Vordergrund steht, sondern die Gewinner. Trotzdem wäre, glaube ich, dieser Wettbewerb eine Idee geblieben ohne das Engagement, das Können und die Fähigkeiten von vielen Teammitgliedern, nämlich unserer Projektmanagerin Kristina Notz und den Studierenden Ralf Beer, Philipp Beltz, Miriam Däubler, Andreas Lenz, Lisa Schmalzried und Christian Ott, die dutzende von Stunden zusammen gesessen sind und geprübelt haben, wie man das ganze Projekt GENERATION-D am besten aufsetzt und es erfolgreich umsetzen kann. Es muss erwähnt werden, dass die Gruppe vollkommen autonom und selbstorganisiert gearbeitet hat. Unsere Partner Allianz, Stiftung Marktwirtschaft und Süddeutsche Zeitung betonten, dass es

mit ihrer Struktur und Kultur nicht möglich gewesen wäre, dieses Projekt in so kurzer Zeit bundesweit auf die Beine zu stellen und publik zu machen.

Es freut mich ganz besonders, dass wir uns heute alle zusammen auch an der Realisierung dieses Projekts selbst erfreuen können.

GENERATION-D soll keine Eintagsfliege sein. Wir wünschen uns und hoffen, dass der Wettbewerb weiter geht, dass Sie alle Positivmultiplikatoren sein werden und den Spirit von GENERATION-D (jeder kann zu jeder Zeit gemeinsam mit anpacken) mitnimmt, andere ermuntert Und die hier anwesenden Teams sich vielleicht auch weiterhin beteiligen.

Vielen Dank.