



Zukunftsbilder als Treiber positiver Veränderungen

„Zukunftsbilder“ als BAUM-Jahresthema 2025 bietet die Chance, eine Kultur der positiven Veränderung zu fördern und neue Perspektiven auf nachhaltige Entwicklungen zu eröffnen. So können wir über das Bekannte hinauszublicken, kreative Lösungen entwickeln und die Begeisterung für die Gestaltung der Zukunft entfachen.

Von Yvonne Zwick

2025 haben wir die Halbzeit zum Erreichen der Ziele der Agenda 2030 überschritten. Wir sind auf bestem Weg, Freiheitsgrade in unerwünschtem Maße einzuengen. Nicht durch steigende Regulierung und detailreiche Standardsetzung. Nein. Sondern indem wir zu lange zu wenig Aktivität und Kreativität entwickelt haben, um Lösungen im großen Maßstab bereitzustellen. Wir brauchen ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell für Deutschland, investieren aber zu wenig in Bildung, Gesundheit und skalieren technologische Innovationen Made in Germany nicht in ausreichendem Maße.

Die ökologischen Entwicklungen sind eindeutig. Die Prognosen von Wirtschaftsfachleuten wie dem Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung beziehen sie längst mit ein – und sie werden immer noch

ignoriert. Das Ausweichargument, man müsse die Menschen „mitnehmen“, hat wieder Konjunktur. Aber sozial ist, wer betriebswirtschaftlich und ökologiebewusst wirtschaftet. Unternehmen, ob klein oder in Konzern-Struktur, die den Klimawandel sowie den Erhalt und die Wiederherstellung von Biodiversität als Handlungs- und Innovationsfelder sehen, sind fitter für die Zukunft. Sie bieten Produkte und Dienstleistungen, die ökologischen und gesellschaftlichen Nutzen zugleich stiften – auch für die Menschen weltweit, die an ausgedehnten Wertschöpfungsnetzwerken teilhaben. Unternehmen, die so denken, zeigen genau die Empathie im Wandel, die wir brauchen und mit der wir die Möglichkeitsräume für offene, gute Zukünfte erweitern. Wie kommen wir damit zügiger voran? Wie befreien wir Denken, das viel zu oft in festgefahrenen, fossilen Strukturen steckt? Wie entfesseln wir Kreativität und eine neue Gründerzeit?



Konstruktive, maximal einladende Diskursräume schaffen

Johan Rokström, der am Potsdam Institut für Klimafolgenforschung sowie am Stockholm Resilience Center tätig ist, hat im Herbst 2024 die Losung ausgegeben, dass uns aus umweltwissenschaftlicher Sicht noch fünf Jahre bleiben, um menschliches Überleben auf dem Planeten zu ermöglichen. Davon müssen wir die Zeit- und Maßnahmenpläne ableiten, die unsere Gesellschaft innerhalb der planetaren Belastungsgrenzen organisieren – und zwar mit geringstmöglichen gesellschaftlichen Verwerfungen, zu möglichst niedrigen ökologischen und volkswirtschaftlichen Kosten, im besten Fall mit maximalem gesellschaftlichen und betriebswirtschaftlichen Nutzen. Wenn sich die ökologische Krise mit voller Wucht zeigt, werden wir uns mit aller Kraft dafür einsetzen müssen, dass die Menschen solidarisch bleiben. Erste Risse sehen wir. Wir müssen konstruktive, maximal einladende Diskursräume und eine sachliche Diskurskultur schaffen. Auch für BAUM ist das der Maßstab.

Sind wir „on track“? Null Kohlenstoffemissionen bis 2050, lautet das Ziel. China strebt Klimaneutralität bis 2060 an; der Euro-Raum will bis 2030 mindestens minus 55 Prozent erreichen. Sind die technologischen Innovationen eingeleitet, sodass die positiven Effekte in vier Jahren messbar sind? Wir wissen es nicht. Die Lobbyaktivitäten gegen die Erhöhung von Emissionsminderungszielen und gegen Offenlegungspflichten, die die Vorkette einbeziehen, klingen leider nach „machen wir später“.

Konstruktiv agierende Unternehmen verdienen mehr Aufmerksamkeit

Ist BAUM gut aufgestellt, den Wandel zu begleiten? Ich glaube: ja. Unsere Arbeitsweise hat sich in den letzten drei Jahren so grundlegend verändert, dass wir mutig genug sind, unser Logo zu ändern. Wir arbeiten dynamisch, kooperativ und agieren in Netzwerken. BAUM-Mitglieder stehen für die aktive Gestaltung des Strukturwandels. Sie engagieren sich und gehen mutig Wege, die beispielhaft sind. Sie sind leuchtende Beispiele für wirtschaftlich erfolgreiches, nachhaltiges Unternehmertum und scheuen keinen Dialog. Ich setze mich bei allen politischen Parteien, die auf Basis eines freiheitlich-demokratischen Verständnisses arbeiten, für die sozial-ökologische Marktwirtschaft ein. Was ich mir wünsche: dass konstruktiv agierende Unternehmen mehr Aufmerksamkeit in Gesellschaft und Politik bekommen.

Warum Zukunftsbilder?

Um den Wandel aktiv und positiv zu gestalten, braucht es rationale Konzepte, regulatorische Maßnahmen und inspirierende Zukunftsbilder, die Mut und Motivation vermitteln, sich für eine bessere Zukunft einzusetzen. Aus diesem Grund wird „Zukunftsbilder“ unser Jahresthema 2025.

Zukunftsbilder wirken auf:

- » Kreativitätsförderung: Sie öffnen den Raum für Ideen und Visionen, die über das Hier und Jetzt hinausgehen.

Zukunftsbilder regen unsere Vorstellungskraft an und helfen uns, Szenarien für positive Zukünfte zu entwerfen.

- » Motivation für Engagement: Zukunftsbilder schaffen eine emotionale Verbindung zu einem besseren Morgen und motivieren Menschen, aktiv dazu beizutragen. Das Denken in Visionen bringt Menschen zusammen und fördert die Identifikation mit gemeinsamen Zielen.
- » Leichtigkeit und Überwindung polarisierter Debatten: Während politische Konzepte zwischen Kampfbegriffen wie „Realpolitik“ und „Ideologie“ zerrieben werden (in einem Bundestagswahljahr zumal), bieten Zukunftsbilder eine unmittelbar inspirierende und unpolitische Möglichkeit, eine positive Veränderung anzustoßen. Sie sprechen die Sehnsucht nach Leichtigkeit und Lösungen an. Sie könnten eine Dialogbasis mit Verbänden und Unternehmen schaffen und sie für die Gestaltung der Zukunft gewinnen.

Fachlicher Hintergrund und praktische Umsetzung

Bei einem unserer Unternehmenstreffe 2024 erläuterte Julia Straub, Gründerin von Covolution, wie persönliche Einstellungen zur eigenen Wirkmacht Zukunftsbilder beeinflussen können. Daraus ergeben sich Wechselwirkungen und Klick-Momente. Diese können dazu beitragen, dass die positiven Kräfte für Veränderung innerhalb einer Organisation oder eines Unternehmens aktiviert werden. Ergänzend dazu berichtete Nikola Steinbock, Sprecherin des Vorstands der (Landwirtschaftlichen) Rentenbank, von ihren Erfahrungen. Es war ein Unternehmenstreffe, der die Augen geöffnet hat. Meine Vorstellung für 2025 ist, Unternehmen verschiedene Methoden an die Hand zu geben, um inspirierende und motivierende Zukunftsbilder für das eigene Geschäftsmodell zu entwickeln. Dabei geht es nicht nur um die Zielsetzung, sondern auch darum, Mitarbeitende, Vorstände, Kapitalgeber:innen und Kund:innen für den Wandel zu begeistern und mitzunehmen. Ich weiß, dass viel Methodenkompetenz in unserem Kompetenznetzwerk vorhanden ist. Das werden wir heben!

Zukunftsbilder sind mehr als eine abstrakte Idee – sie sind Werkzeuge, die genutzt werden können, um ein neues Mindset in Unternehmen und Organisationen zu verankern. Wenn wir Unternehmen dabei unterstützen, ihre eigenen Visionen zu entwickeln und umzusetzen, können sie sich den Herausforderungen der Zukunft selbstbewusst stellen. Ein positiv motiviertes Umfeld birgt das Potenzial, das Machbare zu erweitern und ganze Ökosysteme in eine nachhaltige Richtung zu lenken. ●

YVONNE ZWICK

Dipl.Theol., ist Vorsitzende von BAUM. e.V. Sie repräsentiert BAUM. in den relevanten die Umsetzung der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie begleitenden Stakeholdergremien der Bundesregierung und hält verschiedene Beiratsmandate. Bis 2020 war sie Stellvertretende Generalsekretärin des Rats für Nachhaltige Entwicklung und Leiterin des Büro Deutscher Nachhaltigkeitskodex.