

Franz Alt
Peter Spiegel

Gute Geschäfte

Humane Marktwirtschaft als Ausweg aus der Krise

aufbau 
VERLAG

Inhalt

Prolog 1 + 2	9
Berliner Erklärung	13
Vorwort	17
I. Das Kapital-Verbrechen	20
1. Wie vernichtet man 32 000 Milliarden Dollar?	20
2. Sind wir noch zu retten?	23
3. Börsenkurven von links oben nach rechts unten	27
4. Das Kapital ruiniert die Wirtschaft	31
5. Harry Potter ist kein Vorbild für Finanzminister	32
6. Die Krise des Kapitalismus	34
7. Karl Marx und sein Bruder Reinhard	37
8. Nachhaltigkeit? Gestern ein Modewort – in der Krise ein Fremdwort	41
9. Wo bleibt die staatliche Ordnungspolitik?	43
10. Weitermachen wie bisher, geht nicht mehr	45
11. Geld regiert die Welt – aber wer regiert das Geld?	46
12. Was will dieses Buch?	51
13. Jesus: Geld oder Gott?	53
14. Banken – die fünfte Macht im Staat	57
15. Den Hunger ins Museum der Geschichte stellen	59
16. Wie verhungert ein Kind?	60
17. Das globale Wirtschaftswunder	62
18. Muhammad Yunus: »Arme sind unglaublich kreativ«	65
19. Kredit statt Almosen	69
20. Solarstrom für die Ärmsten	70
21. Grameen: Die Raiffeisenbank des Südens	73
22. Gibt es ein Zauberwort?	76
23. Das Ende des Kapitalismus	76
24. Ökosozial statt marktradikal	77
25. Die solare Weltwirtschaft	79

26. Die Erde ist reich	80
27. Solarpolitik ist Sozialpolitik	83
28. Von der ökonomischen Not zur ökologischen Tugend	84
II. Die Ökologie wird die intelligentere Ökonomie	88
1. Grünes Geld für eine gerechte Zukunft	88
2. Die erfolgreiche Nürnberger Umweltbank	92
3. Geldverbesserer werden Weltverbesserer.	94
4. Die Solarenergie-Plus-Häuser des Rolf Disch	96
5. Häuser sind Antennen zur Sonne	98
6. Masdar – die solare Hauptstadt der Welt	100
7. Kraftwerk Haus: Tschüss Öl – Ciao Gas!.	103
8. Das solare Kloster: Mönche glauben an die Kraft der Sonne	106
9. Auch der Papst wird grün	109
10. Deutschland wird erneuerbar	110
11. Deutschland noch im Würgegriff der Energie-Konzerne	113
12. Die Stromrebelln von Schönau.	117
13. »BILD« trommelt für Ökostrom	119
14. Es weht ein frischer Wind in Dardesheim	120
15. Güssings Holzweg ist ein guter Weg	125
16. SolarWorld wollte Opel kaufen	127
17. Aloys Wobben: Der »Bill Gates von Ostfriesland«	132
18. Keine Energiewende ohne Verkehrswende	135
19. Höchste Eisenbahn für die Verkehrswende	136
20. Loremo – das Traumauto der Zukunft?	143
21. Neue Autos braucht das Land	146
22. Es macht keinen Sinn, der Reichste auf dem Friedhof zu sein	148
23. Die ökosoziale Transformation	151
III. Das Kapital des Vertrauens –	
Basis des globalen ökosozialen Wirtschaftswunders	154
1. Die Weichen werden jetzt gestellt!	154
2. Globale Armutsüberwindung als die Rettung der Industrieländer.	161
3. Die Mobilisierung des kostbarsten Kapitals der Menschheitsgeschichte: Jeder Mensch ist Unternehmer	163
4. Die menschliche Weltmacht namens Vertrauen	166
5. Das entscheidende Wirtschaftswachstum der nächsten Jahrzehnte kommt von » unten«	170

6. Von der Bettler- zur selbstbewussten Bürgergesellschaft . . .	171
7. Selbsttragende »Wirtschaft aus der Armut« statt Helfersyndrom oder neue Ausbeutung	171
8. Ein Global Marshall Plan für ein flächendeckendes globales Netz von Kleinkreditsystemen	175
9. Selbsttragende Kleinkreditsysteme sparen erhebliche Kosten bei traditioneller Entwicklungshilfe	178
10. Die besten Experten sind die Betroffenen – das radikal andere Expertenwesen	180
11. Weltweiter Innovations- und Wohlstandssprung für alle dank Einstellung auf die Bedarfe der heutigen Armen	183
12. Wie das vielleicht innovativste Bildungssystem entstand – weil die Betroffenen als Experten erschlossen wurden	188
13. Die neuen Entwicklungsexpertinnen von WORTH.	191
14. Ein globale Bildungsrevolution für eine unternehmerische Kultur organisieren	193
15. Kooperation macht alle viel reicher – der Quantensprung von der Konkurrenz- zur Win-Win-Ökonomie	194

IV. Der beste neue Antriebsstoff für Gesellschaft und

Wirtschaft: Verantwortung aller für alle	199
1. Die Vollendung der bürgerlichen Revolution	199
2. Die neue Ökonomie ist eine Ökonomie der Verantwortung	202
3. Von der Notwendigkeit der Not-Wendigkeit – oder: Gewinnbringende Beziehungen dank Social Joint Ventures .	203
4. Das erste Social Joint Venture: Grameen Danone	204
5. Das Interesse an der Gründung von Partnerunternehmen gemeinsam mit Grameen ist groß	206
6. Social Joint Ventures mit deutschen Unternehmen – BASF macht den Start	208
7. Gewinnbringende Beziehungen zwischen Wirtschaft, Armen und NGOs dank Social Joint Ventures.	211
8. Soziale Projekte zu Sozialunternehmen fortentwickeln – die Beispiele von Rodrigo Baggio und Murat Vural	214
9. Die Armen zu Eigentümern machen	217
10. Social Business als beste Unternehmensstrategie – von Corporate Social Responsibility zu Sozialunternehmen .	219

11. Sozialunternehmen können sozialen Dienstleistungen weitreichende neue Wirkmöglichkeiten geben	221
12. Warum soziale Unternehmer beste Voraussetzungen für erfolgreiche Sozialunternehmen haben	222
13. Die neu entstehende Finanzwelt für Social Businesses: Social Business Fonds und Sozialbörsen	224
14. Ein New Deal für Sozialunternehmen – angetrieben mit Hilfe der Sozialbörsen	227
15. Der Social-Business-Boom beginnt auch in Deutschland – von eigenen Fonds bis zur Neuorientierung von Stiftungen . . .	228
16. Der Good Growth Fund	232
17. Inkubatoren für Social Businesses: Das Grameen Creative Lab und die Social Business Management GmbH	233
18. Sinnstiftende Lebensperspektive dank Social Business	234
V. »Yes, we can« – Wie Deutschland Musterland für Lebensunternehmer und Sozialunternehmer wird.	236
1. »Deutschland sucht seine sozialen Helden«	236
2. Weltagentur der besten ökosozialen Projekte und Sozialunternehmen.	238
3. »Grameen Deutschland« – ein strategisches Schlüsselprojekt	239
4. Trainingsprogramme für den Weg von sozialen Ideen zu funktionierenden Sozialunternehmen.	244
5. Förderung von Lebensunternehmer-Qualitäten als ein Sozialunternehmer-Pionierprojekt	245
6. Sozialunternehmen als dritten Weg zwischen staatlichen Einrichtungen und Privatisierung erkennen.	249
7. Notwendig: ein Thinktank der Zukunfts-Unternehmer . .	252
8. Berlin als Zentrum plus starke regionale Entwicklung	256
9. Der Start einer Kampagne: »Next Wall to Fall«.	257
Literaturhinweise	258
Bildnachweis	263