



**Gesellschaftsvertrag und Beteiligungsformen
in der BRD –
und die Wirkungsmöglichkeiten der
progressiven Bewegung**

Gerd Hofielen

August 2014

Die Menschen in Deutschland leben gemeinsam auf einem Gebiet und teilen Sprache, Kultur und das wirtschaftliche und politische System. Faktisch gibt es einen (ungeschriebenen) Vertrag jedes Einzelnen mit der Gesellschaft. Jede Person definiert in diesem Vertrag ihr Verhältnis zur Gesellschaft: die Sichtweise, die Haltung, die Gefühle und die Formen der Mitwirkung oder Passivität. Die einzelnen Verträge aggregieren sich virtuell zu Gruppen-Verträgen, die in gemeinsame Sichtweisen, Haltungen und Aktionen münden. Die Grenzen der Gruppierungen sind oft fließend, teils deutlich erkennbar, teils unsichtbar. Auch die Sichtweisen auf die Gesellschaft, die Bewusstseinsformen, sind immer in Bewegung.

Die progressiven Kräfte müssen verstehen, wie die Bevölkerung denkt, wie sie angesprochen werden kann, um sie für eine Progressive Politik (PP¹) zu gewinnen und zu handeln. Eine wichtige Frage ist, welche Anforderungen an die verschiedenen Bevölkerungsgruppen gerichtet werden können (die aufgegriffen werden) und müssen (wo es Widerstände gibt), damit der Gesellschaftsvertrag funktioniert.

Die progressive Bewegung ist der Teil der Bevölkerung, der bewusst verfolgt, wie die Gesellschaft funktioniert und aktiv handelt, um die Lebensbedingungen für alle zu verbessern. Den bewusst Aktiven stehen andere Gruppen gegenüber, die unterschiedliche Interessen verfolgen, dementsprechende Bewusstseinsformen entwickeln und in ihren Aktivitätsniveaus unterschiedlich sind. Da das Ganze aber faktisch zusammengehört und zusammenwirken muss, ist der Anspruch und die Aufgabe der PP, dies kommunikativ und kooperativ zu gestalten. Dabei findet eine Konkurrenz mit den Führungsansprüchen der Parteien statt, sofern diese sich nicht als Teil der PP verstehen.

Die Bürger, die zur progressiven Bewegung zählen, handeln aus freien Stücken und im eigenen Auftrag, in der Regel unbezahlt und in ihrer Freizeit. Sie machen sich freiwillig zur Aufgabe, Lösungen für gesellschaftliche Probleme und Aufgaben zu erfinden, die das Gemeinwohl in den Mittelpunkt stellen. Sie machen keine Klientel-Politik. Es gibt eine Arbeitsteilung in dieser Bewegung und vielfache Dopplungen und Überschneidungen. Eine systematische Koordination ist nicht festzustellen, die Bewegung entwickelt sich nach den Prinzipien des Chaos. Prinzipiell ist es eine freie Entscheidung der Aktiven, wie viel Zeit, Ressourcen und Herzblut sie welchen der diversen Anliegen widmen. Die Menschen, die nicht zu dieser Bewegung zählen, setzen andere Prioritäten in der Verwendung ihrer Zeit und Energie.

Der PP fehlt ein Selbstverständnis und ein Selbstbewusstsein der eigenen Rolle in der Gesellschaft. Die Gruppen agieren getrennt voneinander, z.T. mit überschneidenden, konkurrierenden Handlungsfeldern und –zielen. Sie haben unterschiedliche Weltbilder und in vielen Fragen keine übereinstimmenden Auffassungen, wie Veränderung erreicht werden kann. Das kostet Wirkungspotential, ermöglicht aber eine Vitalität und Agilität, die wirkungs-verstärkend ist. Eine noch zu entwickelnde Organisationsform, die Diskussion, Vergleiche der Ideen und Weltbilder erlauben würde und zu einer Kooperation und Abstimmung der Aktionen führen sollte, würde die Einflussnahme in Politik und Wirtschaft verbessern.

Die PP mobilisieren das gesellschaftliche Bewusstsein, erfinden und verwirklichen Modell-Lösungen für die gesellschaftlichen Probleme und tun das in einer beeindruckenden Vielfalt und Wirksamkeit: die Bio-Nahrungsmittel-Branche, die Erneuerbaren Energien, die ökologischen Initiativen, die Menschenrechts-Gruppen, die Gemeinwohl-Ökonomie, die Nachhaltigkeits-Bewegung, verändern die

¹ Zum Verständnis des Inhalts von PP siehe die Buchrezension Gerhard Schick: Machtwirtschaft Nein Danke!

Kultur des Landes wesentlich, auch wenn sie noch in einer Minderheit sind. Einige Akteure können aus ihrem Freizeit-Engagement einen Beruf oder ein Unternehmen entwickeln. Dennoch sind dies Lösungen, die sich in Minderheiten bewegen. Zur gesellschaftlichen Wirkung sind die Progressiven Politikansätze auf breitere Kreise der Menschen und Unternehmen angewiesen. Deren Mitwirkung oder zumindest deren freundliche Toleranz sollte gewonnen werden.

Dazu ist es erforderlich

- Erstmal die Weltsicht und die selbstdefinierten Interessen der einzelnen Gruppierungen zur Kenntnis zu nehmen,
- danach sollten die PP aufzeigen, wie sie die Interessen der Gruppierungen aufgreifen und unterstützen können,
- die Blick-Verengungen, die Egozentrik, eine eventuelle Kopf-in-den-Sand-Haltung oder die blinden Flecken des interessen-geleiteten Denkens sollten in respektvoller Weise, aber deutlich, konfrontiert werden.
- Die PP sollten niedrigschwellige Ideen zum Mitmachen und Mitdenken anbieten, die für eher unbeteiligte Menschen attraktiv sind,
- die einzelnen Gruppierungen sollten in einer Rolle als vernunftbegabte und verantwortungsfähige Erwachsene angesprochen werden, als mündige Bürger. Denn im täglichen Leben ihrer unmittelbaren Angelegenheiten handeln die meisten sehr verantwortungsbewusst und sind an Wirkung interessiert. Diese Fähigkeit sollte in das Verhältnis zur Gesellschaft eingefügt werden.
- Die PP sollte an Empfindungen der Fairness anknüpfen; an Spielregeln, die für alle gelten und die Sicherstellen, dass das große Ganze funktioniert. Vor- oder Sonderrechte für einzelne Gruppierungen müssen begründet und akzeptiert oder abgebaut werden.

Im Folgenden eine Präzisierung dieser Überlegungen im Hinblick auf einzelne Gruppierungen in Deutschland. Dennoch soll nicht übersehen werden, dass die PP in europäischen und weiter in internationalen Bezügen stattfinden sollte und dies faktisch auch stattfindet.

A. UnternehmerInnen, VorständInnen, Top-ManagerInnen und deren engerer Kreis sowie Freie Berufe (Berater, Juristen, Politiker, Ärzte etc.)

??? Ca. 10 Prozent der Bevölkerung, bei 50 Millionen Bürgern mit politischem Handlungsanspruch, sind das ungefähr 5 Mio Menschen ???

Bewusstseins-Varianten	Beteiligungs-Formen	Anforderung der PP
Neoliberal. Gewinnmaximierung. Dominant. Egozentrisch, der eigene Vorteil übertrumpft alles. 7 Prozent ?	Wir sind die Wirtschaft. Machtbewusst. Manipulierend. Kontrolle über andere suchend.	Das Ganze sehen, Verantwortung übernehmen. Interessen-Balance suchen. Respekt für andere.
Nachhaltig. Gewinnmaximierend mit Bestreben um Ausgleich.	Wir agieren verantwortungsbewusst. Wir denken die Interessen anderer	Wahrhaftig und authentisch denken und echte Lösungen schaffen. Nicht Greenwashing,

Beachten von Handlungsfolgen. Respekt für andere. 3 Prozent ?	mit und tun was dafür. Shareholder Value bleibt der Mittelpunkt.	sondern modellhaft handeln.
Progressive UnternehmerInnen handeln erfolgreich für eigene Ziele, verbinden das mit Nutzen für andere. Werte-Orientierung. 1 Promille?	Aktives Mitwirken an gesellschaftlichen Aufgaben in der Rolle als UnternehmerIn. Vorbildhafte Lösungen werden praktiziert und propagiert.	Rolle als Front-Runner bewusst übernehmen. Andere Unternehmen aktiv einladen mitzumachen.

B. Abhängig Beschäftigte (Angestellte, ArbeiterInnen) kleine Selbständige

??? 80 Prozent, also 40 Mio. Menschen ???

Bewusstseins-Varianten	Beteiligungs-Formen	Anforderung der PP
Mir geht's gut. Ich Sorge gut für mich. Ehrgeizig, gebildet, qualifiziert, aufstiegsorientiert. Konsum ist wichtig für's Ego. 30 Prozent ?	WählerIn. Sporadisches Interesse an Zusammenhängen. Meist oberflächlich. Nicht bereit zum Engagement. Ausreden: ich/man kann nichts ändern. Der Mensch ist egoistisch. Es ist wie es ist.	Gesamtschau abfordern. Blick über den Zaun. Die Gegenwart ist ein Produkt der Geschichte. Haltungen von Empathie und Mitgestaltung fördern. Mitwirken an Gesellschaft, die für alle funktioniert.
Ich schlag mich durch. Das Leben ist hart, das Geld ist knapp. Kann mich nur um mich kümmern. Evtl. noch meine Familie. Ängstlich, teilweise verzweifelt. Egoistisch, benachteiligt, unterprivilegiert. Wenig gebildet, wenig qualifiziert. 35 Prozent ?	Nichtwähler. Kaum Interesse für's Ganze. Underdog. Macht nicht mit. Handelt nur auf Anweisung. Alle betrügen, warum nicht auch ich.	Verantwortung im Kleinen übernehmen. Den eigenen Lebensstil erfolgreich machen. Weiterbildung, Mitwirkung. Interesse für Mitgestalten wecken.
Mir geht's gut und ich sehe die Probleme. Hab wenig Zeit, mich zu engagieren. Nicht Konsumfixiert. Kann mich einrichten im Leben, genieße innerhalb meiner Spielräume. 10 Prozent ?	Wähler/Nichtwähler. Sporadisch engagiert. Gebildet, mitdenkend, aber eher an ausgeglichener Gemütslage interessiert. Komfortzonen-Junkie.	Mitwirken im Rahmen der Möglichkeiten, im Unternehmen, in der Schule etc. Raus aus der wohligen Unbeteiligung. Modellhaftes Gestalten des eigenen Lebensstils.
Ich will, wir müssen was verändern. 5 Prozent ?	Blick für's große Ganze. Engagiert. Sucht Information und Erkenntnis.	Eigenen Lebensstil modellhaft gestalten und propagieren. Aktive Partizipation im Betrieb.

C. Ausgegrenzte BürgerInnen (Langzeitarbeitslose, HartzIVEmpfängerInnen)

??? Ca. 10 Prozent, also 5 Millionen Menschen ???

Bewusstseins-Varianten	Beteiligungs-Formen	Anforderung der PP
Keine Chance, keine Hoffnung.	Anfällig für destruktive Ziele	Hausaufgaben erledigen, für

Apathisch, resigniert, verzweifelt. Sündenbock-Suche. 7 Prozent ?	und minderheiten-feindliche Bewegungen	eigene Existenz sorgen, Hilfsangebote annehmen.
Ich arrangiere mich und mache das Beste draus. Sehe meine Bewegungsspielräume und Freiheiten. Akzeptiere meine Situation. 3 Prozent ?	Rebellisch, kreativ, erfinderisch. Gebildet, belesen, feinsinnig.	Nutzen der Bewegungsfreiheit für Mitwirkung. Selbstbewusst handeln. Handicap ablegen.

Kräftefeld-Analyse

Die behindernden Kräfte

Motive: Sicherung der eigenen, privilegierten Interessen. Top dog Bewusstsein.

Oder: Ich/Man kann sowie nichts ändern.

Neoliberal gesinnte UnternehmerInnen und Gleichgesinnte	7 Prozent ?
Konsum-orientierte Bürger, gut situiert	30 Prozent ?
Hamster-im-Rad Bürger	35 Prozent ?
Apathische Bürger, hoffnungslos	7 Prozent ?

Veränderungs-Agenten

Nachhaltige und progressive UnternehmerInnen	3 Prozent ?
Progressive Bürger	5 Prozent ?

Ansprechbare Menschen

Problembewusste BürgerInnen	10 Prozent ?
Kreative Ausgegrenzte	3 Prozent ?

Themen mit Chancen für PP, massenwirksam und gut kommunizierbar in 2015

A Lebensmittel-Industrie ‚Wir haben es satt‘

B Energiewende sichern

C TTIP

D Non-Financial Reporting und Nachhaltigkeit / Corporate Responsibility