

100 Millionen Downloads habe – some shit comes back.“ Das gefällt ihm. Es kommt immer etwas zurück.

An eine Maschinenfabrik denkt Dietz schon lange nicht mehr. Ein, zwei Jahre lang, sagt er, habe er sich damals umgesehen. Zwei kleinere Firmen, die als Autozulieferer und im Flugzeugbau tätig waren, und eine Firma, die 250 Millionen hätte kosten sollen – „die Finanzierung wäre nicht das Problem gewesen“ –, habe er sich genauer angeschaut. Was er sah, waren verkrustete Strukturen, behäbiges Denken, die Dominanz der Stechuhr. „Ich musste feststellen, dass diese Leute sehr weit weg waren von meinen Ideen, wie man heute Unternehmen führt, sehr weit weg von Zukunft und Visionen.“

Hinzu kam, dass GFT 2002 von der Krise in der IT-Branche erfasst wurde, „und ich aufpassen musste, dass mir nicht die eigene Firma um die Ohren fliegt“. Ergo: „Keine Hirngespinnste mehr, keine Sentimentalitäten.“ Dietz widmet sich der Neuorientierung von GFT, zieht mit seiner Familie nach Frankreich, von wo aus er sich verstärkt um die internationale Ausrichtung von GFT kümmert. 2007 kommt er zurück und verlegt die Firmenzentrale von GFT nach Stuttgart.

„Ich habe verstanden“, sagt Dietz, „dass es nicht meine Herausforderung war, eine Maschinenfabrik umzumodeln. Stattdessen wollte ich sehen, wie sich meine Welt, die IT-Welt besser entwickeln kann.“ Umso mehr, als es sich bei GFT um ein „Familienunternehmen“ handelt – zusammen mit seiner Frau hält Dietz etwa 38 Prozent der Anteile. „Das ist ein Gesamtkunstwerk, an dem man ständig feilen muss: Wie bleibt das Unternehmen solide? Wie schaffen wir Ethik, eine Werteskala? Was bringt den Kunden weiter? Welche Innovationen sind sinnhaft und trachten nicht nur nach mehr Umsatz? Wie kann ich schnell sein und trotzdem sorgfältig arbeiten? Wie garantiere ich gute Dienstleistung? Wie können wir weiter wachsen, damit die Mitarbeiter in Bewegung bleiben, eine neue Perspektive bekommen?“

Kürzlich hat er ein Buch herausgegeben. „The new New“, Dietz im Gespräch mit 18 Pionieren, Vordenkern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur. Murat Günak, der mit kleinem Budget, dafür international vernetzten Teams die Entwicklung des Hybrid-Autos umgesetzt hat. Antonella Battaglini, Klimaforscherin. Lisa Randall, Professorin für theoretische Physik in Harvard. Graham Hawkes, Konstrukteur eines Unterwasserflugzeugs für die Tiefsee. René Redzepi, der als der zurzeit angesagteste unter den Starköchen gilt. „Die Chance der Zukunft liegt in einem neuen Denken“, sagt Dietz, „dann ergeben sich Innovationen automatisch.“ Wie die IT-Lösungen für das Risikomanagement von Banken, die GFT zuletzt entwickelt hat.

„Wir arbeiten kontinuierlich daran“, sagt er irgendwann, „nachhaltig Bestand zu haben, gerade weil die IT-Branche so luftig, virulent und wenig fassbar ist. Man kann das Handfeste auch im Virtuellen finden.“



Vom Turbo-Unternehmer zum Weltenretter: Bernd Kolb

## Bernd Kolb

Berlin-Kreuzberg, Paul-Lincke-Ufer. Ein Loft in einem Hinterhof. Im sechsten Stock eine Sofaecke, davor ein Couchtisch, darauf ein Laptop. Bernd Kolb sagt: „Lassen Sie uns erst mal über die Inhalte und Perspektiven sprechen. Danach können wir in die offene Diskussion gehen.“ Ein Klick, eine Powerpoint-Präsentation beginnt, aus Lautsprechern im Raum dringt ein Gayatri Mantra, ein Gebet aus dem hinduistischen Rig Veda.

Schon beginnt er, der Vortrag „Die sieben Tugenden“, mit dem er derzeit auf Tournee ist. Auf dem Monitor erscheinen Bilder von Kolbs Vater, Konfuzius und einem »Spiegel«-Titel: „Euro-land ist abgebrannt“. Man erfährt, dass die sieben Todsünden im vierten Jahrhundert nach Christus von einem griechischen Mönch formuliert worden seien, die Samurai auch sieben Tugenden befolgten und das goldene Kalb der Antike den Menschen heute als Bulle und Symbol des Finanzmarktes begegne. Kolb erzählt, wo Gandhi seiner Meinung nach recht hatte („Kein Reichtum ohne Arbeit“) und Descartes irrte („Der Mensch ist Herrscher und Besitzer der Natur“). Dazu Statistiken ohne Ende.

„Die sieben Tugenden“ sind Kolbs Beitrag zur Gier der Finanzmärkte, der ökologischen Bedrohung der Welt und wie dieses ▶

Dilemma zu überwinden sei. Die Kommentare dazu fallen meist positiv aus. »Börse online« schreibt: „Schlau, aber nicht streberhaft, aufrüttelnd, ohne ins Predigerhafte abzugleiten.“ Auf »Spiegel« online heißt es, Kolb denke „immer noch eine Schlaufe weiter als die Konkurrenz, ist risikobereiter, wacher“. Stefan Wolf von der Peter Gläsel Stiftung in Detmold, wo Kolb erst kürzlich aufgetreten ist, schreibt: „Bernd Kolb zeigt auf, dass trotz vieler krisenhafter Entwicklungen ... Resignation KEINE Lösung ist. ... Jeder sollte diese Botschaft hören!“

Die Rolle des Weltenretters ist einigermaßen irritierend bei einem, der in den Medien vor nicht allzu langer Zeit als „Kolumbus des Cyberspace“ gefeiert wurde. Über den sich gedruckte Sätze finden wie: „Wenn es um Themen wie Web 2.0 geht, um Avatare oder Usergenerierten Content, gibt es kaum einen besseren Ansprechpartner.“ Und der sich selbst früher gern als „Turbo-Unternehmer“ bezeichnete und in dieser Rolle wohlfühlte.

## Er hatte alles. Was ihm fehlte, war der Sinn

1988: Kolb gründet die ID-Werbeagentur, aus der die Firma ID-Media entsteht. 1993: ID-Media entwickelt für den Zigarettenhersteller West das erste werbliche Internetportal. Digitale Kommunikation ist das Thema der Stunde. Internet-Boom. Das Geschäft brummt, die Kunden heißen Sony, Toshiba, Yellow Strom, T-Com. 1998: Kolb wird von der SPD zum Unternehmer des Jahres ernannt. 1999: ID-Media geht als Aktiengesellschaft an die Börse. Wenig später kursieren Gerüchte, die Deutsche Telekom wolle ID-Media für 595 Millionen Euro übernehmen. 2001: Das Unternehmen beschäftigt 555 Mitarbeiter. 2005: Kolb verkauft seine Anteile und wird bei der Telekom Vorstand für Innovation und Endgeräte. 2007: Kolb scheidet auf eigenen Wunsch aus.

Was war passiert? „Ich war in meiner Welt einer der erfolgreichsten Manager Deutschlands, doch ich habe 25 Jahre meines Lebens alle weichen Faktoren geopfert, sieben Tage die Woche, zwölf Stunden täglich.“ Er sagt, er habe am Ende eine Sportwagensammlung gehabt, dafür keine Familie mehr und keine Freunde. „Meine materielle Bilanz fiel gut aus, meine immaterielle deutlich magerer, mein privates Umfeld hat mir die rote Karte gezeigt.“

Was also macht Kolb? Er geht auf eine zweijährige Weltreise. Er trifft religiöse Führer, Philosophen, Wissenschaftler. Er stellt Fragen und bekommt statt Antworten „auf jede Frage zehn neue Fragen dazu“. Er liest Bücher. Über die Römer. Über die Maya. Erich Fromms „Vom Haben zum Sein“. Er fragt sich, ob es nicht ein ethisches Problem der Menschheitsgeschichte sei, dass sich hoch entwickelte Kulturen fortwährend selbst zerstörten. Er wandert in Kasachstan an den Ufern des vergifteten Aralsees, staunt aber auch über die Fröhlichkeit der Menschen auf Bali. Er stellt fest: „Die glücklichsten Menschen, die ich getroffen habe, wollen

keinen Sportwagen leasen. Konsum ist nicht alles.“ Und all das stecke in seinem Vortrag, dessen Quintessenz er so formuliert: „Unsere globale Wirtschaft muss raus aus dem blinden, quantitativen Wachstum. Massenproduktion ist der unhinterfragte Standard. Angesichts von Müllbergen und verschmutzten Ozeanen ist diese Wegwerf-Logik ein Irrweg.“

Kann ein Mann, der am Neuen Markt mit Millionen jonglierte, der von sich selbst sagt, Ökologie, Umwelt, soziale Gerechtigkeit hätten ihn bis vor einigen Jahren überhaupt nicht interessiert („Ich war machomäßig, ich war gierig“), kann so einer sich zum Retter der Welt aufspielen? Die nächste Inszenierung eines begabten Selbstdarstellers? Kolb lehnt sich in die Polster des Sofas, zündet sich eine Zigarette an. Er sagt: „Ich weiß, dass man für solche Aussagen angefeindet wird.“ Aber er sage doch gar nichts Neues. Habe nicht Ludwig Erhard schon 1962 postuliert, dass wir nicht mehr verbrauchen können, als wir produzieren? Und habe nicht Al Gore mit seinem Vortrag „Eine unbequeme Wahrheit“ vorweggenommen, was er nun aufgreife? „Man kann mit mir gerne über alles diskutieren, aber die Zahlen kann keiner wegreden. Ich benutze seriöse Quellen. Mir geht es nicht um Meinung, mir geht es um Fakten.“

Der Laptop summt. Bei jedem Klick ein neuer Fakt. Die Herstellung einer Jeans verbraucht elftausend Liter Wasser. Ein Prozent der US-Amerikaner besitzen 40 Prozent des Vermögens. 1995 haben die 400 reichsten US-Amerikaner 30 Prozent der gesamten Steuern bezahlt, 2011 werden es 18 Prozent sein. Die Staatsverschuldung kostet Deutschland jährlich 71 Milliarden Euro, für Bildung werden jährlich 90 Milliarden Euro ausgegeben. Um die Erderwärmung auf zwei Grad Celsius zu begrenzen, müssten die CO<sub>2</sub>-Emissionen bezogen auf 1990 um 80 Prozent reduziert werden; in Wirklichkeit sind sie von 2009 auf 2010 um fünf Prozent gestiegen. 19 Prozent der Weltbevölkerung verbrauchen 85 Prozent der Rohstoffe. Alle neun Minuten verliert der Planet eine Art, Tier oder Pflanze. Laut McKinsey wird die Menschheit 2030 etwa 40 Prozent mehr Wasser brauchen, als vorhanden ist.

„Dem Internet sei Dank“, sagt Kolb, „ist das alles bekannt.“ Was uns das aber auch sage: „Wenn wir alles wissen, aber nicht das Richtige tun, heißt das doch, dass uns dieses Wissen nichts nützt. Wir müssen deshalb erst mal vom Wissen zum Bewusstsein kommen.“ Nur so, sagt Kolb, könne entstehen, was die Welt dringend brauche: „Es geht immer noch um Innovation, weniger technisch, die technischen Lösungen gibt es, Fotovoltaik beispielsweise ist 50 Jahre alt.“ Er sagt, beim Ozonloch habe man doch auch verstanden, dass Fluorchlorkohlenwasserstoffe verboten werden müssten. „Und warum war das möglich?“ Warum? „Weil die Wirtschaft gesehen hat, dass sie sich auf 3,5 Milliarden neue Kühlschränke freuen konnte.“ Fazit Kolb: „Es gibt keine Nachhaltigkeit ohne Profitabilität. Wir müssen die Öko-Innovationen zu den Konzernen bringen, und ich sehe mich in diesem Kontext als Inspirator, als derjenige, der das moderieren kann.“ ▶



*Steckte mehr Geld in ein appetitliches Projekt, als er wollte: Vijay Sapre*

Schon verrückt. Da sitzt ein Mann mit schwarzer Ray-Ban-Brille auf einem Sofa in Kreuzberg, ringsum Buddha-Statuen, an der Wand eine E-Gitarre, erzählt nichts, was man nicht selber wissen könnte, und schafft es innerhalb einer Stunde, die Zukunft des Kapitalismus zu skizzieren. „Die Rettung der Welt“, sagt Kolb, „ist das größte Geschäftsmodell der Gegenwart.“ Und wenn man nach einem Beispiel fragt: „Okay, Erdöl ist schädlich, gefährlich, endlich, wir müssen auf Erneuerbare umsteigen. Es gibt noch kein Stromtanknetz? Wir kennen einen, der das schon weitergedacht hat, lasst uns das mal durchrechnen und konstruktiv die richtigen Schritte einleiten.“ Man müsse, so Kolb, nur die Vorstandsvorsitzenden der 500 umsatzstärksten Unternehmen der Welt überzeugen. Die produzierten mehr als die Hälfte des weltweiten Bruttosozialproduktes. Kolb: „Die kriege ich bequem in ein größeres Kino in Berlin.“

Vor einigen Jahren hat er in Marrakesch einen mehr als 300 Jahre alten Stadtpalast gekauft, den er zum Luxushotel „Ana Yela“ umbauen ließ. Kolb schwärmt von der marokkanischen Stadt, von Schlangenbeschwörern, Quacksalbern, Teppichhändlern. Von der verwinkelten Medina, durchdrungen vom Geruch von Myrte und Jasmin, durch die er sich gern treiben lasse. Ein „Sehn-

suchtsort“ sei das, an dem „hinter jeder Ecke ein Märchen“ warte und das ihn doch immer wieder ins „echte Leben zurückbringe, kein anderer Ort gibt mir so viel Energie“. Weshalb er mit dem Ana Yela, für das er dreimal den World Hotel Award gewonnen hat, einen „Ort für Kreative schaffen möchte, um über die Themen der Zukunft nachzudenken“. Eine „Plattform für die besten Köpfe“. Er nennt sie Club of Marrakesh.

Man könne ihm das jetzt glauben oder nicht, sagt Kolb, „aber ich habe mein Leben umgewidmet, ich habe das Paradigma umgedreht. Heute nehme ich meine materiellen Güter, um immaterielle Werte zu schaffen.“ Inzwischen nennt man ihn den „grünen Business-Engel“. Nach jedem Vortrag, sagt Kolb, ernte er minutenlang Applaus, gratulierten ihm die Zuhörer für sein „radikales Denken“. Wenn er das könne, ausgerechnet er, dann könne das jeder. „Jeder sollte sich fragen: Was mache ich morgen anders, besser?“

## Vijay Sapre

Neulich war er in Reims bei Bruno Paillard, dem gefeierten Champagnerproduzenten. Es gab eine Führung für Gastronomen und Journalisten, anschließend kochte Joël Robuchon, 26 Michelin-Sterne, Koch des Jahrhunderts. Es gab Kaviar auf Krebsfleisch, Pfifferlinge in Petersilienemulsion, Wachtel mit Kartoffelpüree, Käse, zwei kleine Desserts. Irgendwann fragte ihn Alice, Bruno Paillards Tochter, ob es ein gutes Geschäft sei, so ein Magazin. „Man kann ein kleines Vermögen damit machen“, antwortete er, „vorausgesetzt, man hatte vorher ein großes.“ Sie hat den Witz noch nie gehört, lacht, darauf stoßen sie an.

Die Geschichte steht in der aktuellen Ausgabe, Seite 53. »Effilee«, Magazin für Essen und Leben, # 19, November/Dezember 2011. Im Flur der Redaktion liegen die Hefte in Stapeln. Er sagt, es freue ihn immer noch, immer wieder, wenn die Pakete aus der Druckerei kämen. Kurz nachdem er Ende 2008 Herausgeber wurde, sagte er in einem Interview: „Wenn man zehn Jahre mit virtuellen Produkten zu tun hatte, ist es extrem befriedigend, mal wieder was zu produzieren, das man in die Hand nehmen kann. Und Kochen hat immer mit Sorgfalt und Hingabe zu tun. Beides sind Aspekte, die online so nicht wirklich passieren.“ Im virtuellen Geschäft, so Sapre, mache „man quasi ‚Constant Prototyping‘, man haut etwas raus, und wenn die User was sagen, reagiert man darauf“. Schnell, kurzlebig, ständig verfügbar. „Das allein entwertet die Inhalte. Print wird doch noch auf eine ganz andere Art wahrgenommen.“ Wer schreibt, bleibt.

Vijay Sapre, 49, steht im Konferenzzimmer seiner Redaktion, Hamburg, Rothenbaumchaussee. An den Wänden Plakate der bisherigen »Effilee«-Cover, das Kuchenbrett des Buches „Schneller Teller“, Rezepte für jeden Tag, fertig in 20, 30 Minuten, das vor einigen Wochen erschienen ist. Tolle Idee, gut gemacht, schön anzusehen. Sapre lächelt gequält. Ja, das freue ihn. Was er sich ▶