

Die Berliner Mittwochs- gesellschaft des Handels. Von den Möglichkeiten des Gesprächs im politischen Berlin

MICHAEL WEDELL, geboren 1968 in Berlin,
ist Leiter der Abteilung Politik und Außenbe-
ziehungen der METRO AG und verantwortet
als Group Director Public Policy die globale
Interessenvertretung der METRO GROUP

1.

Das professionelle Gespräch gehört zum politischen Berlin. Sei es bei Frühstück von Politikern, Journalisten, Wissenschaftlern, Lobbyisten in Cafés Unter den Linden, sei es bei einem Parlamentarischen Abend, sei es in offiziellen Terminen im Ministerium, beim Verband, einer Partei und nicht zuletzt: den sogenannten Hintergrundrunden.

Die rasche Begegnung, der schnelle Allgemeinplatz zur politischen Situation, das oberflächliche Miteinander – das kennzeichnet diese Gespräche nur zu oft. Und auch Rede und Gegenrede eines Podiums sind oft so vorhersehbar wie sizilianisches Marionettentheater: Wir tauschen unsere Meinung nicht aus; wir inszenieren unsere Positionen.

Das professionelle Gespräch im politischen Berlin unterliegt einer Eigengesetzlichkeit und folgt strikt dem Borchardt'schen Rasiermesser: „könnte wichtig sein“. Das wird dann leger bei Wildkräutersalat oder Plat du Jour abgetastet. Die Überraschung hält sich dabei allzu oft in gesicherten Grenzen, der Erkenntnisgewinn mitunter auch. Aber es mag vielleicht eine Indiskretion oder zumindest eine elegantere Formulierung oder ein Begriff herauspringen für das, was hoffentlich bald alle denken werden. Oder man sieht am Nebentisch eine Konstellation, deren Gespräch gar nicht gehört werden muss, um eine Neuigkeit zu sein. Das ist die harte Währung, mit der man weiterhin als politischer Insider reüssiert: die Informationen fließen wie trockener Winzersekt.

2.

Ganz anders funktionierte dagegen die Salonkultur! Miteinander zu debattieren, sich schlicht zu zuhören, um Worte zu ringen, im gegenseitigen Respekt zu streiten, um Positionen sanft zu verschieben und zu besserer Erkenntnis vorzudringen – darum ging es hier.

Die Berliner Mittwochsgesellschaft traf sich, jeden zweiten Mittwoch, von 1863 bis 1944. Sie nannte sich „Freie Gesellschaft für wissenschaftliche Unterhaltung.“ Alle jeweils 16 Mitglieder waren anerkannte Experten in ihrem Fachgebiet und hatten meist besondere Positionen im öffentlichen Leben inne. Diskussionen über Tagespolitik sollten keinen Platz haben. Der jeweilige Gastgeber, ein Mitglied der Mittwochsgesellschaft, hielt zunächst einen Vortrag aus seinem wissenschaftlichen Fachgebiet, bevor man sich dann bei Speis und Trank weiter austauschte. Die Gründung solcher Gesellschaften war in dieser Zeit nicht selten, denn „sie standen in der Tradition der bürgerlichen Aufklärung, in der man Gelehrsamkeit und Unterhaltung noch zu verbinden wusste“ (Klaus Scholder).

Die Mittwochsgesellschaft wurde 1996 in Berlin von Marion Gräfin Dönhoff und Richard von Weizsäcker in Anknüpfung an die Traditionen der Mittwochsgesellschaft von 1863 wiederbegründet. Von der Qualität dieser Gesellschaft und ihrer Debatten – der alten wie der neuen Berliner Mittwochsgesellschaft – zeugen neben ihren Schriften und Protokollen vor allem auch die Liste ihrer Mitglieder. In der Phase von 1863 bis 1944 gehörten dazu zum Beispiel der Chirurg Ferdinand Sauerbruch, der Philosoph Eduard Spranger oder der Physiker Werner Heisenberg. Prominente Mitglieder der Mittwochsgesellschaft seit 1996 waren etwa Helmut Schmidt, Richard von Weizsäcker, Günter de Bruyn und Wolf Lepenies.

3.

Man kann diese Salonkultur nicht ohne weiteres in die Gegenwart übertragen. Man kann sie nicht kopieren; aber man kann in ihrem Geiste versuchen, etwas Neues zu schaffen.

Die Berliner Mittwochsgesellschaft des Handels, gegründet 2010, interpretiert sie mit heutigen Mitteln und orchestriert sie mit den Medien unserer Zeit.

Der Salon findet nicht nur im zuvor bestimmten Raum zur festgesetzten Zeit – er findet auch im Smartphone statt – auf Youtube, Twitter oder live im „Social Streaming“. Hirnforscher, Ministerpräsidenten und Festivaldirektoren, Kardinäle und Minister – sie sprechen, sie werden gefragt und sie versuchen, zu antworten in diesem Salon. Und dazu gehört auch, dass wir uns im Kontinuität in der Moderation zu bemühen, denn es tut der Veranstaltung gut, wenn der Moderator das Konzept nicht nur versteht, sondern auch lebt: im Vordergrund steht der Dialog.

Zum Selbstverständnis der neuen Mittwochsgesellschaft gehört es aber nach wie vor „einen schönen Abend“ miteinander zu verbringen, Gespräche zu ermöglichen, Anregungen zu bieten und gemeinsam Gutes zu essen und zu trinken – denn Essen ist heute politischer denn je, wie Dieter Kosslick bei der 19. Mittwochsgesellschaft des Handels sinngemäß bemerkte.

4.

Über 20 Mittwochsgesellschaften des Handels haben bereits stattgefunden. In Kooperation mit dem Handelsverband Deutschland e.V. und der Bundesvereinigung Großhandel, Außenhandel und Dienstleistungen e.V. lädt die METRO GROUP seit mehr als fünf Jahren dazu ein. In Brüssel wird die Veranstaltung indes gemeinsam mit der Lebensmittelindustrie, der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) durchgeführt. Zukünftig ist geplant, mit dem Format an der Wiege der Salonkultur, in Wien zu starten.

Die Mittwochsgesellschaft des Handels will mehr sein als eine Veranstaltung mit prominenten Gästen, gutem Essen und noch besseren

Gesprächen. Sie ist zugleich ein Instrument der modernen Interessenvertretung. Sie ist Teil eines neuen Ansatzes politischer Kommunikation von Unternehmen. Wir nennen diesen Ansatz verantwortliche Interessenvertretung (responsible lobbying).

Diese Form der Interessenvertretung unterscheidet sich von der klassischen Form sowohl in Bezug auf die Inhalte der Lobbyarbeit (Inhalte) als auch dadurch, wie mit politischen Entscheidungsträgern und anderen Stakeholdern kommuniziert und kooperiert wird (Prozess). Im Mittelpunkt steht der offene Dialog, der als ein wirklicher Dialog angelegt ist: An die Stelle intransparenter Gespräche oder dem öffentlichen Schlagabtausch, die zum Repertoire des klassischen Lobbyings gehörten, tritt nun ein multidimensionaler Lernprozess, der von einer schlichten Erkenntnis ausgeht: Unternehmen sind Teil eines Problems, sie haben sicher großen Anteil am übermäßigen und ungleichen Ressourcenverbrauch, aber sie sind vor allem Teil der Lösung. Wir sind überzeugt: Unternehmen können mit ihrem Engagement besser zur Weiterentwicklung gesellschaftlicher Rahmenbedingungen beitragen als die meisten anderen Akteure.

Ja, sie lesen richtig. Beraten, gegenseitiges Lernen, Experimentieren und nach neuen Lösungen suchen, Verantwortung übernehmen und mehr – all das wird Unternehmen zugetraut. Aber Entscheiden soll alleine die Politik – losgelöst von Interessen? Seit längerem zeichnet sich ab: Kein gesellschaftliches System kann heute alleine eine klar umgrenzte Verantwortung tragen. Heute gibt es in den großen Fragen nur noch geteilte, gemeinsame Verantwortung. Das hat Konsequenzen. Unsere Sorge ist daher nicht, dass Vertreter von Wirtschaft, Wissenschaft, Zivilgesellschaft und Politik zu viel miteinander reden, sondern, dass bisher zu wenig Dialog stattfindet und dass der stattfindende Dialog in erwartbaren Rahmenbedingungen stattfindet: Redner redet lang, die Zuhörenden erhalten wenig Möglichkeiten der Nachfrage, geschweige denn die Möglichkeit, miteinander ins Gespräch zu kommen.

Verantwortliche Interessenvertretung arbeitet dabei komplett anders als ihr klassischer Vorläufer. Die Höchstpunktzahl erhält nicht derjenige, der einen kurzfristigen Vorteil, gegenüber dem Wettbewerber erzielt, sondern diejenigen, die das Zusammenwirken auch von Wettbewerbern ermöglichen, um gesellschaftlichen Fortschritt zu ermöglichen. Gesellschaftlicher Fortschritt bedeutet in diesem Fall einen Schritt in Richtung nachhaltiges Leben und Wirtschaften zu ermöglichen.

Was die digitale Kommunikation dabei leisten kann, ist die erforderliche Geschwindigkeit und Transparenz, die gesellschaftlichen Fortschritt in der gebotenen Eile ermöglichen. Und mit dieser neuen Transparenz experimentieren wir bei der Mittwochsgesellschaft des Handels in einer Mischform von physischem und virtuellem Dialog.

6.

Ob dies gelingt – den politischen Dialog schnell und mit der gebotenen Offenheit zu führen – das hängt nicht nur am Konzept, sondern vor allem an den Gästen.

Ob Kardinal oder Künstler: Die Gäste der Mittwochsgesellschaft eint, sich auf etwas Neues einlassen zu wollen. Thesen vor einem Auftritt als Redner zu veröffentlichen, sich Fragen aus einem Online-Forum heraus gefallen zu lassen und hinterher weiter debattieren zu müssen – das ist ungewohnt im politischen Berlin und das muss manches Mal erst erklärt werden. Doch es sind diese „handwerklichen Besonderheiten“ und der Anspruch, ein wirklich guter Gastgeber zu sein, die die Mittwochsgesellschaft ausmachen. Volker Wieprecht, der bisher fasst alle Berliner Mittwochsgesellschaften moderiert hat, stellt rückblickend fest, dass es schon sehr viele besondere Momente gegeben hat: „Natürlich fallen mir ein paar Highlights ein, dass kreischende Schweigen aller Beteiligten im Raum, als Jörg Asmussen gesprochen

hat. Das Lachen, den ein Gast ausgelöst hat, als er dem Referenten sein Einkaufsverhalten am Beispiel seines aktuellen Hemdes erläuterte. Der Eklat, der entstand, als Vertreter des agrarindustriellen komplexes Dieter Kosslick vollkommene Naivität und Ahnungslosigkeit vorwarfen. Der Zorn einiger Herren, als ich Kardinal Woelki auf Tebartz von Elst ansprach, während er dem Handel die Leviten las. Bei jeder Mittwochsgesellschaft ist bisher etwas passiert, mit dem nicht zu rechnen war, weil Gäste und Referenten sich auf einander eingelassen haben:“

7.

Einige Wochen vor der Veranstaltung veröffentlichen wir die Thesen des Gastes im Internet. Jeder kann diese lesen – aber auch mitdiskutieren und Fragen stellen. Diese Fragen werden dann am Abend der Veranstaltung von unserem Moderator mit aufgegriffen. Wenn der Online-Fragesteller im Raum ist, hat er die Möglichkeit, seine Frage zu ergänzen oder bei einer Antwort eine Rückfrage zu stellen. Wenn nicht, dann wird wenigstens seine Frage diskutiert.

Dass die Thesen online gestellt werden, erhöht die Interaktion, die Partizipation – und die Vorfreude auf den Abend.

Auch während der Veranstaltung wollen wir weitere Kanäle für die Diskussion zur Verfügung stellen. Über Twitter können sich unsere Gäste unter dem so genannten Hashtag *#mgber* während der Veranstaltung vernetzen und ihre Meinungen und Argumente in sozialen Netzwerken austauschen. Und auch Menschen, die nicht vor Ort sind, können so teilhaben.

Auch die Nachbereitung funktioniert transparent: Schon wenige Tage nach der Veranstaltung finden sich die komplette Rede und ein redaktioneller Video-Beitrag für alle online verfügbar auf unserer Internetseite sowie auf einem eigenen youtube-Kanal. Im Video-Beitrag lassen wir den Gastredner, aber auch unsere Gäste zu Wort kommen

– fragen sie nach ihrer Meinung zum Thema und zum Abend selbst. Wichtig für das Gelingen: Es kommen weniger METRO-Mitarbeiter oder Verbandsmitglieder zu Wort. Nein, gerade Gäste, die die Themen anders sehen, sollen auch vertreten sein.

Diese Instrumente sorgen letztendlich nicht nur für eine höhere Sichtbarkeit des Events, sondern sie erhöhen, durch die Integration unterschiedlicher Gruppen, auch spürbar die Qualität der Berliner Mittwochsgesellschaft.

Der verstärkte Einbezug digitaler Kommunikationskanäle in diese Aktivitäten, sei es die Positionierung zu einem bestimmten Thema oder das Bewerben politischer Veranstaltungen, ist ein spannender Prozess, den wir nicht nur begleiten wollen – wir wollen Vorreiter sein.

So experimentieren wir mit „Social Streaming“-Diensten wie Periscope, die den Impulsvortrag unserer Referenten live auf Twitter übertragen. Interessierte Twitter-Nutzer können den Vortrag in Echtzeit verfolgen und bald auch Fragen stellen, ohne in Person anwesend zu sein – diese Form von Partizipation war beim Start der Veranstaltungsreihe noch undenkbar.

Natürlich: Auch bei uns klappt nicht alles so, wie wir es uns vorstellen. Selbstverständlich würden wir gerne mehr Frauen als Referentinnen haben, aber wenn wir die Verantwortlichen für bestimmte Themenfelder hören wollen, dann sind das mehr Männer als Frauen, zumindest noch heute. Trotzdem fragen wir bewusst Frauen als Referentinnen an, haben aber die Erfahrung gemacht, dass angefragte Rednerinnen leichter absagen als Männer, einmal sogar mit der Begründung, dass das Format zu transparent sei. Schließlich ist es (sehr selten) vorgekommen, dass ein Referent nur unter der Bedingung zusagt, dass von ihm keine Videos auf YouTube hochgeladen werden. Oder dass die Thesen uns erst wenige Tage vor dem Event zugesendet werden. Das sind aber die Ausnahmen und wir arbeiten daran, noch besser zu erläutern, warum Thesen, offene Kommunikation zum Selbstverständnis des Formats gehören. Und es dauert eben seine Zeit,

bis sich die Skepsis bei Manchen legt und neuen Instrumenten Vertrauen geschenkt wird.

Doch wir sind uns sicher: Soziale Medien verändern Politik nachhaltig. Der kommunikative Hoheitsverlust, den auch unsere Instrumente mit sich bringen, führt hoffentlich zu mehr Meinung zurück – und nicht zu geschliffen gesprochenen Presseverlautbarungen.

Die Berliner Mittwochsgesellschaft des Handels aus Sicht der Gäste:

„Debattieren, ja streiten, und sich dennoch herzlich – bei gutem Essen und Trinken – begegnen, das habe ich als Gast der Metro erlebt.“

(Rainer Maria Woelki, Erzbischof von Köln)

„Die Mittwochsgesellschaft ist ein Ort des Dialogs, weil alle unterschiedlichen Stakeholder zu diesem Format eingeladen werden und der Austausch im Vordergrund steht.“

(Klaus Müller, Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv))

„Die Mittwochsgesellschaft hat sich zu der Austauschplattform der Handelsbranche in Berlin entwickelt, weil sie anders ist als die anderen Formate auf dem Berliner Parkett!“

(Christoph Minhoff, Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) und Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde (BLL))

„Ich war gerne Gast der Mittwochsgesellschaft, da diese ein Ort des Dialogs, des Zuhörens ist. Es ist wohltuend, dass es auch im politischen Berlin noch solche Plätze der Begegnung gibt.“

(Winfried Kretschmann, Ministerpräsident Baden-Württemberg)

„Die Mittwochsgesellschaft ist wichtig für den Handel, weil sie alle unterschiedlichen Anspruchsgruppen – Politik, NGOs, Industrie, Lieferanten, Handel, Kirchen – in einem Raum versammelt.“

(Stefan Genth, Hauptgeschäftsführer Handelsverband Deutschland (HDE))

„Die Mittwochsgesellschaft ist auch für das operative Geschäft von Bedeutung: Sie erhöht unsere Reputation und wir bringen Kunden mit Kunden, Politik, NGOs in Gespräche, die sie nur hier führen können. Somit ist die Mittwochsgesellschaft auch ein wichtiges Bindungselement für den Vertrieb.“

(Frank Jäniche, Vertriebsleiter Metro Cash & Carry Deutschland)

7.

Bei unseren Rednern und Gästen ist uns wichtig: Widerspruch ist etwas Gutes. Wir wollen uns nicht gegenseitig auf die Schulter klopfen. Wir wollen uns nicht gegenseitig in unseren eigenen Meinungen bestärken. Stattdessen wollen wir den Kardinal, der mit uns über Ladenöffnungszeiten diskutiert. Den Globalisierungskritiker und Slow Food-Aktivisten, der uns seine Meinung zu Verbraucherbildung und Schulkindergärten sagt. Oder den Präsidenten des Bundeskartellamtes, der von der Marktmacht des Handels spricht.

Dieser Widerspruch ist uns wichtig für unsere Veranstaltung: Nur – gelingt denn nun das echte Gespräch auf den Berliner Mittwochsgesellschaften des Handels? Natürlich nicht immer. Nicht jeder Abend schafft die Kombination aus echtem Zuhören, sich Einlassen auf Neues und sich frei machen, alle Zügel der Kommunikation selbst in der Hand halten zu wollen. Auch bei der Berliner Mittwochsgesellschaft des Handels gibt es manchmal vorbereitete Statements, hören ab und an Gäste und Redner sich nicht wirklich zu oder eben nur sich zu.

Da holen die politischen Realitäten, das Handwerk der Berliner Politikblase, uns manchmal ein. Doch das Andere überwiegt: Die Lust auf Neues, auf einen anderen Abend, auf Zuhören. Oder wie ein Gast es sagt: „Es ist intellektuell erfrischend.“

8.

Ob Seidenstraße, Salzstraße, Weihrauchstraße – die bis in die Urzeit der Menschheit zurückreichenden Handelswege zeigen, wie wichtig und prägend der weltweite Handel für die Geschichte und Entwicklung der Menschheit war. Handel ist viel mehr als der Austausch von Gütern und Waren.

Handel war und ist auch immer Austausch von Kultur, Wissenschaft, Kunst, Forschung, Erkenntnis und Verständnis für – und miteinander.

Mit der Berliner Mittwochsgesellschaft des Handels wollen wir dieses Verständnis fördern. Denn die heutigen komplexen regulatorischen und politischen Themen lassen sich nicht mit schnellen und einfachen Lösungen vom Tisch fegen. Im Gegenteil: Aufgabe einer verantwortlichen Interessenvertretung ist es, eine Plattform und ein Netzwerk zu schaffen, die uns Lösungen näher bringen. Das geht nur im kontinuierlichen Gespräch in einem zeitgemäßen Format zu den richtigen Themen mit den richtigen Leuten.

Warum sollte das gerade für die politische Arbeit eines internationalen Handelsunternehmens wichtig sein? Das Internet wurde nicht erfunden, um besser zu lobbyieren. Die digitale Infrastruktur erweitert unsere Handlungsmöglichkeiten in fast jeglicher Hinsicht. Allerdings beschleunigt sie dabei auch so gut wie alles. „Märkte sind Gespräche“ – so hieß es schon im „Cluetrain Manifesto“ vor mehr als 15 Jahren. Unternehmen müssen schneller und besser darin werden, die Bedürfnisse ihrer Stakeholder zu verstehen und zu thematisieren. In vernetz-

ten Märkten wird es zukünftig immer mehr darauf ankommen, sich das Vertrauen der Stakeholder zu verdienen und auf unterschiedlichen Ebenen eine neue Form des Dialogs zu kultivieren. Dialog ist in unserer stark beschleunigten, globalisierten und komplexen Welt zunehmend außerordentlich anspruchsvoll. Informationen und Feedbacks fließen schneller. Aber auch Geschäftsmodelle, Lösungen und Produkte können inzwischen so schnell skaliert werden, dass wir diese schnellen Feedbacks benötigen. Das bezieht sich nicht nur auf Risiken – hier scheint es auf der Hand zu liegen – sondern auch insbesondere auf Chancen für die Nachhaltigkeit.

Nachhaltigkeitsforscher, Volkswirt und Soziologe Ortwin Renn sagt: Es ist die Aufgabe von Unternehmen, „ihre Ziele und Strategien laufend an den Erfordernissen der Nachhaltigkeit auszurichten und dabei zwischen Konsumenten, Produzenten und der Öffentlichkeit zu vermitteln.“ Und weiter: „Zunehmend wird dabei deutlich, dass innovatives Handeln von den Unternehmen eine über die normale Verbandsarbeit hinausgehende Kontaktpflege mit anderen Unternehmen, gesellschaftlichen Gruppen und politischen Institutionen benötigt. In solchen unkonventionellen Netzwerken wächst der Nährboden für neue Lösungen, bei denen soziale Kosten vermieden und erwünschte Funktionen mit einem Minimum an ökologischen und sozialen Belastungen erfüllt werden können.“

Ein solcher strategischer Raum wie die Mittwochsgesellschaft will genau das leisten: Gästen, Vortragenden und Gastgebern Gespräche ermöglichen, die etwas Neues in Gang bringen. Diese unkonventionellen Gespräche wünschen wir uns auch in Zukunft für die Berliner Mittwochsgesellschaft des Handels – einem Treffpunkt für alle, denen gesellschaftlicher Fortschritt am Herzen liegt. Seien Sie dabei gerne unser Gast.