

## Wandel zum Integralen



Wer sind die „Kulturkreativen“, die allmählich auch von den Mainstream-Medien wahrgenommen werden? Ist es tatsächlich ein Drittel unserer Bevölkerung – wie die jüngste Studie für

Frankreich zeigt –, das sich nicht mehr mit dem vorherrschenden materialistisch-naturwissenschaftlichen Weltbild identifiziert, sondern nach ganzheitlichen Erfahrungen und neuen Werten sucht? In einigen Zeitschriften der Mediengruppe Kulturell Kreative erscheinen in loser Folge Porträts von Persönlichkeiten, die man als „Kulturkreative“ bezeichnen könnte – und das sind nicht nur Menschen aus allen gesellschaftlichen Schichten und Bereichen, sondern auch Menschen aller Altersstufen, wie der vierunddreißigste Beitrag dieser Serie zeigt.

Gehört hatte ich von Günter Faltn schon in den späten 80er-Jahren als Begründer der Projektwerkstatt „Teekampagne“. Damals standen die Großpackungen des First Flush Darjeeling Tees in fast allen Wohngemeinschaftsküchen. Die Idee – entgegen der Konvention – nur eine einzige Sorte Tee anzubieten und die nur in Großpackungen zu verkaufen, war schon ungewöhnlich genug. Dass der Initiator dieser Aktion ein Professor für Ökonomie der Freien Universität in Berlin war, der mit seinen Studenten einen Teehandel aufzog, entsprach auch nicht gerade dem politisch korrekten Zeitgeist. Doch die hohe Qualität und der günstige Preis überzeugten. Hinzu kam, dass Tee allgemein stark mit Chemikalien belastet war, die Teekampagne hingegen ihren Tee auf Rückstände untersuchen ließ.

### Ein Erfolgsmodell

Heute ist die Teekampagne der größte Darjeeling-Importeur der Welt und verkauft jährlich 400 Tonnen Darjeeling Tee, zum größten Teil übers Internet. Für dieses ökonomische Erfolgsmodell wurde Günter Faltn dieses Jahr mit dem Sonderpreis des renommierten Deutschen Gründerpreises bedacht. Zum alljährlichen Kundentreffen erschien auch die ehemalige Ministerin Renate Künast, um dem hochgewachsenen Professor, wie immer in heller Hose und schwarzem Jackett, zu gratulieren. Auch mit seiner optischen Erscheinung signalisiert Faltn ein Prinzip der Teekampagne: Wenn Funktion und Qualität stimmen, bleibt man dabei.

Doch hinter Günter Faltn und seiner Teekampagne steckt noch ein anderes Erfolgsgeheimnis: Er kann andere dafür begeistern, selbst ökonomisch zu denken und tätig zu werden, ihnen glaubwürdig vermitteln, dass Ökonomie und Kreativität sich nicht ausschließen. Dafür setzt er auf den Begriff des „Entrepreneurship“, statt von Unternehmertum zu sprechen, um sich gegenüber der klassischen, auf reine Gewinnmaximierung orientierten Wirtschaftswissenschaft abzugrenzen. Mit „Entrepreneurship“ will er signalisieren, dass wirtschaftliches Handeln weit umfassender gesellschaftlich relevant sein kann und nicht von mathematischen Formeln, sondern von lebendigen Menschen geprägt wird. Dazu gehören natürlich auch die Kunden.

Die Stimmung ist gut – in der indischen Botschaft in Berlin, wo sich einige hundert der über 200 000 Kunden versammelt haben. Man informiert sich nicht nur über Geschäftsentwicklung und Forschungen über Gesundheitsaspekte von grünem Tee, sondern diskutiert auch, ob die Einführung von Teebeuteln noch zum ursprünglichen Konzept passen würde. Auch das ist typisch für ein neues Geschäftsmodell: Die Teekampagne verzichtet auf teures Marketing zugunsten der Qualität und des Preises und vertraut auf die Empfehlung zufriedener Kunden.



# Phantasie an die Macht!

Farah Lenser porträtiert den  
Hochschullehrer und Entrepreneur Günter Faltn.

Günter Faltn hört gut zu, nimmt Argumente ernst und lässt Vorschläge abstimmen, um die allgemeine Stimmung für alle deutlich zu machen. Die Teekampagne ist sein Kind, wie er gerne betont, und er ist ein aufmerksamer Vater, der auf die Bedürfnisse seines Kindes eingeht. Als er mit seiner Idee schwanger ging, erzählt er, entwickelte er den „Teeblick“. Alles, was mit Tee zu tun hatte, nahm er begierig auf. Mit der vorgefundenen Praxis des Teehandels beschäftigte er sich dagegen kaum. Er vermutet heute sogar, das wäre ein Hindernis gewesen, hat er sich doch mit seinem Experiment Teekampagne über sämtliche Konventionen hinweggesetzt. Während angeschriebene Exporteure von Tee entweder gar nicht antworteten oder höflich sein Engagement lobten, fragten seine Studenten als erstes: „Gibt es denn dafür auch einen Schein?“ Doch Günter Faltn blieb hartnäckig bei seiner einmal erkannten Geschäftsidee: Tee, der

in Deutschland zehnmal teurer angeboten wird als im Ursprungsland, ist ein Ärgernis. Wenn man auf Zwischenhandel und teures Marketing verzichtet, kann man stattdessen in Qualitätskontrolle investieren, den Erzeugern in Indien faire Preise gewähren und sie zum ökologischen Anbau von Tee ermutigen. Da können sogar noch Überschüsse in ein großes Wiederaufforstungsprojekt in die Teeregion Darjeeling gesteckt werden. Und Geld für eine Stiftung „Entrepreneurship“, die die zweite Stufe der Aufklärung zünden will und eine „Neue Renaissance“ für kulturkreative Gründer ausruft, ist auch noch da. – Wie fing diese unglaubliche Geschichte eines kreativen Entrepreneurs eigentlich an?

### Wie alles anfang

Schon als Vierzehnjähriger begeisterte sich Günter Faltn für Ökonomie – sehr zum Befremden von Lehrern und Eltern. Denn er half nicht nur seinen Großeltern in

deren kleinem Süßwarengeschäft bei der Buchhaltung, sondern steckte das dabei verdiente Geld in Aktien. Da hatte er schon die Biografien von *Henry Ford* und *Andrew Carnegie* gelesen und war fasziniert von deren Fähigkeiten, aus dem Nichts ein wirtschaftliches Empire zu erschaffen. Ein Ingenieur habe Carnegie erzählt, dass es doch viel sinnvoller sei, Brücken aus dem neuen Baustoff Stahl zu bauen als weiter aus Holz. Diese brannten nämlich oft ab, denn Lokomotiven waren zu jener Zeit feuerspeiende Ungeheuer. Mit der Umsetzung dieser und anderer Ideen ist Carnegie steinreich geworden und später auch als Philantrop in die Geschichte eingegangen. „Das ist doch ein interessanter Lebensentwurf“, sagt Faltin heute: „In der ersten Hälfte des Lebens viel Geld verdienen, in der zweiten Hälfte Stifter werden und sinnvoll teilen.“ Eine solche Lebensperspektive erschien ihm schon als Jugendlicher spannender zu sein, als Lokomotivführer oder Indianerhäuptling zu werden.

Der kleinstädtische Mief im Bamberg der 50er-Jahre war auch an Faltins Schule ausgeprägt, selbst im Kunstunterricht ging es mehr um die Vermittlung von Sauberkeit als um Kreativität. Als der neue Kunstlehrer, frisch von der Kunstakademie, ihnen ankündigt, dass sie heute „Dynamik“ malen würden und unter den erstaunten Blicken der Schüler ein wenig Farbe aufs Zeichenpapier aufträgt, ein paar Tropfen Wasser darauf träufelt und dann mit seinen Fingern darin herumfährt, stehen den Schülern die Münder offen. Für diese ist es ein Aha-Erlebnis, für die anderen Lehrer kommt der Affront gegen Sauberkeit und Ordnung einer Revolution gleich: Der neue Lehrer musste wieder gehen.

„Wir Kinder mussten sehr kreativ sein, um in dieser kleingeistigen Atmosphäre zu überleben, denn die Erwachsenen waren mächtig.“ „Erwachsenen kann man nicht trauen!“, war die Erkenntnis der Kinder. Sie bildeten eine verschworene Gemeinschaft, die in ihrer Phantasie und mit ihren Spielen eine Art von Gegenwelt entwarf. Dieses Misstrauen gegenüber vermeintlichen Autoritäten, vermutet Faltin, ist mitverantwortlich für seine Suche nach eigenen kreativen Lösungen.

Als Günter dem Physiklehrer eines Tages stolz erklärt, dass er die Formel „Leistung als Resultat von Arbeit in Beziehung zu der dafür eingesetzten Zeit“, verstanden habe und erläutert, dass seine schulische Leistung gemessen an der wenigen Zeit, die er dafür aufwende, sehr gut sei, bekommt er dafür eine Tracht Prügel. Da wollte er bloß noch weg, das heißt: Mit wenig Aufwand das Abitur bestehen, um seinem Lebensziel, der Ökonomie, näherzukommen.

### Eine herbe Enttäuschung

Das Studium der Ökonomie in Tübingen erwies sich jedoch als eine herbe Enttäuschung. Mit Hunderten von Studenten saß er in überfüllten Lehrveranstaltungen, wo Professoren ihre Vorlesungen durchzogen und in Prüfungen willkürlich Daten und Fakten abfragten, so dass die Durchfallquote sehr hoch war. Damals gab es noch keine „Textbooks“, die Studenten lebensnah in die Ökonomie einführen, sondern nur schwer verständliche Lehrbücher mit langen mathematischen Formeln. Mit der pragmatischen Forderung, die Manuskripte der Professoren zu kopieren und den Studenten gegen eine Gebühr zur Verfügung zu stellen, wird Günter Faltin zum Fachschaftssprecher gewählt. Doch die Professoren finden seinen Vorschlag einfach nur unverschämte.

Günter Faltin sah zu, dass er schnell sein Examen machte – nach der bewährten Formel aus dem Physikunterricht – und besuchte stattdessen philosophische

Vorlesungen wie die von *Ernst Bloch*, der mit seinem „Prinzip Hoffnung“ nicht nur die Studenten der Tübinger Universität inspirierte. Auch Günter Faltin begeisterte sich für dessen Vision einer entwickelten Gesellschaft, in der die Menschen frei schöpferisch tätig werden können. Als ein Tübinger Professor zum Aufbau einer Reformuniversität nach Konstanz wechselt, schließt Faltin sich ihm an. Inzwischen schon Doktorand, engagiert er sich für den Aufbau dieser Universität.

In seiner Dissertation setzte er sich kritisch mit *Milton Friedman* auseinander, würdigte aber dessen Versuch, Konsumentenverhalten von deren Zukunftserwartungen her zu deuten. Die öffentliche Prüfung geriet zu einem kleinen Skandal, da Faltin das Gutachten seines Professors zum Gegenstand der Disputation machte. Faltin warf ihm vor, den Bereich der Ökonomie viel zu eng zu fassen und aktives menschliches Handeln dabei zu wenig zu berücksichtigen. Seine Argumentation überzeugte die anderen Professoren, er erhielt die Note „sehr gut“.

### Eine Karriere als Hochschullehrer

Durch sein Engagement für das Reformmodell Universität spezialisierte er sich auf Bildungsplanung, führte Studien durch und veröffentlichte zu hochschuldidaktischen Themen. Für einige Jahre hatte er eine Assistentenstelle an der Universität in Bielefeld inne, ohne aber daran zu denken, eine universitäre Laufbahn anzustreben. Er hatte bereits für IBM gearbeitet und auch für Remington Rand Univac, die damals zweitgrößte Computerfirma. Er bewarb sich dennoch, stand plötzlich an drei Hochschulen auf Platz eins der Bewerberliste und entschied sich für Berlin, da für diese Stelle der Wirtschaftspädagogik die Verbindung von Theorie und Praxis als Schwerpunkt benannt war, was ihn reizte. Mit 33 Jahren wird er Professor und entwickelt dabei seine eigenen Themenschwerpunkte in Richtung Entrepreneurship.

Die Universität in Berlin erwies sich als ein schwieriges Pflaster. Politisch dogmatische Splittergruppen hatten das Sagen. Da war kein Platz für Reformen. Der junge Professor Faltin, kaum älter als seine Studenten, wurde von einigen Assistenten bedrängt, sich deren Ansichten anzuschließen. Für ihn ein Schock: Er, der immer dafür gekämpft hat, seine eigene Meinung entfalten zu können, soll sich plötzlich einem rigiden Dogmatismus unterordnen. Dagegen habe er aber schon in der dogmatischen Enge der erzkatholischen Kleinstadt Bamberg eine Art von Resistenz entwickelt. *Una Sancta Ecclesia* – die eine heilige Kirche, das sei nichts für ihn. In Berlin vertrat plötzlich jedes sektiererische Politgrüppchen an der Universität dieses Prinzip der einzig richtigen Wahrheit.

Mitte der 80er-Jahre erhielt er seine erste Gastprofessur in Asien und war danach mehrere Jahre immer wieder im Auftrag des deutschen Akademischen Austauschdiensts, des Goethe Instituts und der Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) in Indien, Indonesien, auf den Philippinen und in Thailand als Ökonomieprofessor tätig. Auch wenn in diesen Ländern das Konzept des Entrepreneurship, wie es Günter Faltin vertritt, auf einen fruchtbaren Boden fiel, stieß er doch immer wieder auf ideologische Scheuklappen, die bis heute verhindern, dass Ökonomie als gesellschaftsverändernde Kraft genutzt wird.

Asien übt auf Faltin eine starke Faszination aus. Die buddhistische Philosophie habe in Thailand ein sehr liebesvolles Volk hervorgebracht, das auf den Dörfern noch

immer sehr im Einklang mit der Natur lebe, erzählt er mir. Für viele Jahre lebte er dort selbst auf dem Lande und befreundete sich mit einem buddhistischen Mönch. Der fragte ihn, warum man eigentlich in Europa so ein Aufsehen um *Franz von Assisi* mache, in Asien kommuniziere doch jeder Mönch mit Vögeln. Faltin habe es daraufhin natürlich selbst versucht, und es sei ihm auch tatsächlich gelungen, erzählt er schmunzelnd. Das sei ein wenig wie im Garten Eden.

### Gesellschaftsverändernde Kraft

Entrepreneurship von zeitraubender Business-Administration zu trennen, ist Günter Faltins Botschaft, die er auch in seinem neuesten Buch „Kopf schlägt Kapital – Die ganz andere Art, ein Unternehmen zu gründen“ vertritt. Denn „Entrepreneurship ist für ihn im Kern Kreativität, die im Feld der Ökonomie zum Ausdruck drängt“. Faltin geht es um eine zu entwickelnde „Kultur des Unternehmerischen“, die „bewusst Personen, wie Künstler, Außenseiter oder gesellschaftlich engagierte Menschen“ einbezieht.

Seit Mitte der 90er-Jahre hat er das Labor für Entrepreneurship als Lehrveranstaltung für Studenten entwickelt. Mittlerweile platzt das kleine Stadtbüro der Teekampagne aus allen Nähten, wenn sich dort Interessierte aus allen Kreisen der Gesellschaft versammeln, die seinen Interviews mit unternehmerischen Kreativen lauschen und sich austauschen. Eingeladen werden Menschen wie *Jochen Sandig*, der als Student mit der Gründung von „Tacheles“, einem selbstorganisierten künstlerischen Versuchslabor in der neuen Mitte von Berlin Furore machte und jetzt im neuen Kulturort „Radialsystem“ das dialogische Prinzip zwischen den Künsten, den Künstlern und dem Publikum erneuern will. Es kommen auch Trainer wie *Gerhard Huhn*, der sein „Selfdirected Learning“ nach den neuesten Erkenntnissen der Gehirnforschung entwickelt hat, altbekannte Befürworter einer wirtschaftlichen Existenz jenseits der Lohnarbeit wie *Frithjof Bergmann* und Überraschungsgäste wie *Frances Moore Lappé*, die in ihrem letzten Buch „Packen wir’s an“ die Kreativität jedes Einzelnen anspricht, um diesen Planeten mit unserer ganzen Leidenschaft zu einem besseren Ort zu machen.

Das ist letztlich auch das Anliegen von Günter Faltin, Ökonomie als gesellschaftsverändernde Kraft zu erkennen: „Die Ökonomie ist viel zu wichtig, als dass wir sie den Ökonomen überlassen sollten!“ Deshalb ermutigt er auch seine Kunden der Teekampagne, als Unternehmer gesellschaftlich aktiv zu werden und zu überlegen, wie das im kommenden Jahr anstehende 25-jährige Jubiläum der Teekampagne zu einem „Big Bang Entrepreneurship“ umgestaltet werden könne.

Phantasie an die Macht, der Ruf der 68er Mairevolte in Paris ist für Faltin auch das Motto für Entrepreneurship. Er nimmt sie ernst, die „kreative Zerstörung“ der Ökonomie, einen Begriff, den der Ökonom *Joseph Schumpeter* prägte und in den Mittelpunkt seiner Analyse stellte. Das Bessere an die Stelle von Konventionen setzen, diese Vision trieb Günter Faltin schon als Jugendlichen um und ist immer noch sein Lebensziel. Sein Lieblingssatz ist von Picasso. Er lautet: „It takes a long time to become young!“ ♠

[www.entrepreneurship.de](http://www.entrepreneurship.de)

*Farah Lenser ist Sozialwissenschaftlerin und freischaffende Journalistin. Ihr Schwerpunkt als Moderatorin ist die Wiederbelebung der Gesprächskultur. [www.farah-lenser.de](http://www.farah-lenser.de)*