

# Aus wenig viel machen

Experte wirbt für Social Business als Chance für die Armen

Von Norbert Schmidl

**Ingolstadt (DK)** „Wenn das normale Business nur noch endlose Gier nach maximalem Gewinn bedeutet, dann braucht es eine Gegenkultur.“ Wie diese auszusehen hat, ist für Hans Reitz vollkommen klar. „Social Business“ lautet die Zauberformel für den Niederbayern, der als Berater von Friedensnobelpreisträger Muhammad Yunus arbeitet. Yunus wiederum wurde durch seine Mikrokredite als „Banker der Armen“ bekannt.

Der gravierende Unterschied zum „normalen“ Geschäftsgebaren: Beim Social Business bekommen Investoren lediglich die von ihnen investierte Summe zurück, es werden keine Dividenden ausgeschüttet, wie der aus Bad Abbach (Kreis Kelheim) stammende Reitz am Donnerstagabend auf einer Veranstaltung der Wirtschafts-

junoren Ingolstadt bei Conti Temic sagte. Wenn die investierte Summe zurückgezahlt sei, bleibe anders als sonst üblich der Firmengewinn im Unternehmen für eine weitere Expansion. Zudem sei Social Business immer ausgerichtet auf die Lösung sozialer Probleme.

Dabei hat Reitz prinzipiell nichts gegen Gewinne, wie er betonte. „Profit heißt Fortbestand“, weiß er aus eigener Erfahrung. Er hat schließlich – nach der Rückkehr von einem siebenjährigen Aufenthalt in Indien – neben vielen anderen Aktivitäten eine Event-Agentur gegründet und erfolgreich geführt und dabei für Großkonzerne wie VW, adidas, BASF, E.ON oder Bertelsmann als Kunden Betriebsfeste, aber auch Jahreshauptversammlungen oder Bilanzpressekonferenzen organisiert.

Doch insgesamt vertritt Reitz

die Meinung, dass eine selbstzentrierte Art zwar wichtig sei, aber man dennoch auch für andere da sein müsse. Damit steht er sich im übrigen nicht alleine. Er glaubt, dass zunehmend auch Top-Manager an den Punkt gelangen, an dem sie sich sagen: „Das kann es doch nicht gewesen sein – Geld, Karriere, Macht“.

Darauf baut Reitz auch in seinem und Yunus' Kampf gegen Armut und Ungleichverteilung auf der Erde, wenn er mit Wirtschaftsbossen und Politikern etwas am Weltwirtschaftsforum in Davos zusammenkommt. Wohl gemerkt: Er will keine Spenden von ihnen, denn „der Spenden-Dollar hat nur ein Leben, der Social-Business-Dollar unendlich viele“.

Aber wenn nur drei Prozent von Umsatz großer Unternehmen für Social Business eingesetzt würden, wäre schon viel geholfen, so seine These. Und



**Hans Reitz**, Berater des Friedensnobelpreisträgers Muhammad Yunus, referierte in Ingolstadt über Social Business. Foto: Schmidl

auch, wenn die Menschen sich für die Armen mit der selben Kraft einsetzen würden wie etwa dafür, auf dem Mars zu landen, fügt er an. Denn die Men-

schen hätten einen „un glaublichen Willen, die Dinge zu verändern“ – vor allem in armen Ländern, wo sie aus wenig besonders viel machen könnten.